

ESTUDIO SOCIOECONOMICO DE LA MICROEMPRESA DEDICADA A LA
FABRICACION DE CALZADO EN CUERO EN LA ZONA URBANA DE LA
CIUDAD DE IPIALES PARA EL AÑO 2006

JESUS ANDRES PEREZ SOLIS
JHON JAIRO VALLEJO VELASCO

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ECONOMIA
IPIALES
2006

ESTUDIO SOCIOECONOMICO DE LA MICROEMPRESA DEDICADA A LA
FABRICACION DE CALZADO EN CUERO EN LA ZONA URBANA DE LA
CIUDAD DE IPIALES PARA EL AÑO 2006

JESUS ANDRES PEREZ SOLIS
JHON JAIRO VALLEJO VELASCO

Trabajo de Grado como requisito parcial para optar el titulo de
Economista

Asesor:
JOSE EVELIO AGUIÑO BORJA
Economista

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ECONOMIA
IPIALES
2006

“Las ideas y conclusiones aportadas en el proyecto de grado son responsabilidad exclusiva de los autores”

“Artículo primero del acuerdo No. 324 de Octubre 11 de 1966, emanada del honorable Concejo Directivo de la Universidad de Nariño”.

Nota de aceptación:

Firma del asesor

Firma del jurado

Firma del jurado

Ipiales, 15 de Abril de 2007.

DEDICATORIA

A Dios, por guiarme en el difícil camino de la vida, por haber puesto a mí alrededor a personas que han hecho posible el cumplimiento de esta difícil etapa y por haberme brindado perseverancia, esperanza, oportunidades y sabiduría para aprovecharlas.

A mi amada esposa Milena, quien a llenado mi vida con amor y ternura convirtiéndose en el motor de mi vida y en la razón de mi existencia. Por ser la mano fuerte en los momentos de debilidad y la mano amiga en los momentos de soledad.

A mis hermosos bebés, Andresito y Miguel Ángel, que son las personas más importantes del mundo, por quienes todos los días me levanto con ilusión y esperanza para trabajar y cuidar de ellos.

A mi Padres Chelita y Segundo, por su abnegada entrega conmigo, por su inmejorable ejemplo, que es digno de seguir, y por su inigualable apoyo e incondicional amor, en las situaciones difíciles haciendo que todo sea más fácil

A mis Hermanos. Javier que en paz descanse, quien con su ejemplo logro que yo fuera quien soy ahora, al que le debo toda mi admiración y respeto pero por sobre todas las cosas el amor y la gratitud que debe tener el hermano menor con su hermano mayor...De igual manera a Roció, Arturo y Ligia quienes depositaron en mi toda su confianza y por estar ahí siempre conmigo de manera incondicional.

ANDRES PEREZ SOLIS.....

Para las personas que creen en mis sueños e ideales y que se han esforzado y han dado toda su vida para ver cumplir mis metas.

**MIS PADRES: DORIS CRISTINA VELASCO ROSERO
LEANDRO RAMON VALLEJO CABRERA**

Para la mujer de mi vida, que me ha brindado todo su cariño amor y ternura;
MARCELA FAISURI URRESTA GUAMANZAR. Y a mi pequeña **ANGELA
KATALINA VALLEJO URRESTA.**

JHON JAIRO VALLEJO....

AGRADECIMIENTOS

Al Doctor José Evelio Borja, Docente de la universidad de Nariño, quien en calidad de Asesor Externo fue pieza indispensable en la elaboración de este trabajo.

A los Doctores Armando Paz Yaqueno y Ana Maria Córdoba, Docente de la Universidad de Nariño quien en calidad de Jurados nos brindaron el apoyo para asumir y sacar adelante esta iniciativa.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCION	20
1. SELECCIÓN Y DEFINICION DEL TEMA DE INVESTIGACION	
1.1 TITULO	21
2. PROBLEMA DE INVESTIGACION	22
2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	22
2.2 FORMULACION DEL PROBLEMA.	23
3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	24
3.1 OBJETIVO GENERAL	24
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.	24
4. JUSTIFICACIÓN	25
5. MARCO REFERENCIAL	26
5.1 MARCO TEORICO	26
5.2 MARCO CONTEXTUAL	31
5.3 MARCO CONCEPTUAL	35
5.4 MARCO ESPACIAL	37
5.5 MARCO TEMPORAL	38
6. METODOLOGIA	39
6.1 ENFOQUES Y METODOS	39
6.2 INSTRUMENTOS Y HERRAMIENTAS	39
6.3 POBLACION Y MUESTRA	40
7. SITUACIÓN ACTUAL DE LA MICOEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN DE CALZADO.	41
7.1 PERFIL DEL MICROEMPRESARIO	44
7.1.1 Genero del propietario dedicado a la fabricación de calzado.	45

7.1.2 Nivel Educativo.	45
7.1.3 Microempresas del calzado Registradas en Cámara de Comercio	46
7.1.4 Año de iniciación de operaciones de microempresas de calzado.	47
7.1.5 Motivo por el cual el microempresario inicia la actividad económica de la fabricación de calzado.	48
8. ANALISIS DE LA VARIABLES PRODUCCIÓN, INGRESO Y EMPLEO.	50
8.1 PRODUCCIÓN DE LA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN DE CALZADO	50
8.1.1 Producción mensual de las microempresas dedicadas a la fabricación de calzado en cuero.	51
8.1.2 Costo de fabricación de calzado	52
8.1.3 Incremento de la producción	53
8.1.4 Orientación de la producción de l microempresario	54
8.1.5 Existencia de tiempos de producción	55
8.1.6 Abastecimiento de materias primas e insumos	55
8.1.7 Destino de la producción	56
8.2 INGRESO DE LA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN DE CALZADO.	57
8.2.1 Precios de los productos fabricados por el microempresario.	59
8.3 EMPLEO EN LA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN DE CALZADO	60
8.3.1 Nivel educativo de los empleados de la microempresa	61
8.3.2 Salario del empleado	61
8.3.3 Capacitación de los empleados de la microempresa.	62
8.3.4 Contratación de personal.	63
9. CARACTERÍSTICAS ORGANIZATIVAS Y COMPETITIVAS DE LA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN DE CALZADO.	64
9.1 CARACTERÍSTICAS ORGANIZATIVAS DE LA MICROEMPRESA.	65
9.1.1 Actividad del propietario en la microempresa.	65

9.1.2	Localización de la microempresa.	65
9.1.3	Aplicabilidad de la división de trabajo.	66
9.2	CARACTERISTICAS COMPETITIVAS DE LA MICROEMPRESA.	67
9.2.1	Control de calidad.	67
9.2.2	Presencia de crédito y destilación.	68
9.2.3	Manejo de informes contables.	69
9.2.4	Expectativas de incursionar en nuevos mercados.	70
9.2.5	Innovación en la producción de calzado.	71
9.2.6	Venta del producto del microempresario.	72
9.2.7	Mercadeo.	73
9.2.8	Adquisición de maquinaria.	73
9.2.9	Disposición para asociarse.	74
9.2.10	Competencia.	75
9.2.11	Medidas que ha tomado el microempresario para competir en el Mdo.	76
10.	ALTERNATIVAS DE SOLUCION A LOS PROBLEMAS	
	COMPETITIVOS DE LA MICROEMPRESA.	77
10.1	ESTRATEGIAS ECONOMICAS.	77
10.1.1	Producción.	77
10.1.2	Tecnificación.	77
10.1.3	Finanzas.	77
10.1.4	Mercadeo.	78
10.2	ESTRATEGIAS ORGANIZATIVAS	78
10.2.1	Asociación.	78
10.2.2	Legalización.	79
10.2.3	Capacitación.	79
	CONCLUSIONES	81
	RECOMENDACIONES	84
	BIBLIOGRAFÍA	86
	ANEXOS	87

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Estadística de los sectores económicos de Ipiales (año 2005)	34
Cuadro 2. Producción Mensual de las Microempresas	51
Cuadro 3. Costo de fabricación unidad de calzado.	52
Cuadro 4. Costo total mensual de las microempresas	53
Cuadro 5. Ingresos totales de las microempresas	57

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Género del Propietario en la Microempresa	45
Figura 2. Nivel Educativo del Microempresario	46
Figura 3. Microempresas Registradas en Cámara de Comercio	47
Figura 4. Inicio de Actividades Microempresariales	48
Figura 5. Motivo Principal Para Iniciar la Actividad de la Fabricación de Calzado	49
Figura 6. Clase de Calzado Fabricado por el Microempresario	50
Figura 7. Incremento de la producción	54
Figura 8. Orientación de la Producción	54
Figura 9. Tiempos de Producción	55
Figura 10. Abastecimiento de Materias Primas e Insumos	56
Figura 11. Destino de la Producción	56
Figura 12. Costos ingresos y utilidades	58
Figura 13. Porcentaje de utilidad	58
Figura 14. Fijación de Precios	59
Figura 15. Empleo de la Microempresa Según Género	60
Figura 16. Nivel educativo de los empleados	61
Figura 17. Salario del empleado.	62
Figura 18. Capacitación de los empleados	62
Figura 19. Contratación de personal	63
Figura 20. Tipo de microempresa	64
Figura 21. Actividad desempeñada por el propietario	65
Figura 22. Lugar donde funciona la microempresa	66
Figura 23. División del trabajo	67
Figura 24. Control de calidad	68
Figura 25. Solicitud de crédito	68

Figura 26. Procedencia de los créditos	69
Figura 27. Informes contables	70
Figura 28. Expectativas de incursionar en nuevos mercados	71
Figura 29. Innovación de la producción	72
Figura 30. Venta de productos fabricados	72
Figura 31. Mercadeo	73
Figura 32. Adquisición de maquinaria	74
Figura 33. Interés por asociarse	75
Figura 34. Dificultades competitivas	75
Figura 35. Medidas comerciales para competir en el mercado	76

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. Planilla censo.	88
Anexo B. Figura de censo.	89
Anexo C. Encuesta.	90
Anexo D. Entrevista.	93

GLOSARIO

ACTIVO: cualquier cosa poseída por un individuo o por una microempresa. Los activos se dividen en dos clases principales: los fijos y los circulantes. Los fijos incluyen el suelo, los edificios, las plantas industriales y la maquinaria. Los circulantes consistentes en saldos bancarios y existencias de primeras materias y de productos terminados.

ALCA: Área de Libre Comercio de las Américas.

ARTESANAI: modo de producción, caracterizado por ser el trabajador el propietario de los medios de producción, y por la pequeña dimensión de las unidades productivas y el escaso uso de maquinaria.

BIENESTAR SOCIAL: bienestar de la comunidad en conjunto. En general la economía considera que este bienestar es totalmente determinado por las preferencias de los individuos dentro de la sociedad.

CAPITAL: los fondos disponibles para la inversión, normalmente en términos de dinero que pueden utilizarse, inmediatamente para la adquisición de maquinaria edificios y demás.

FABRICACIÓN: sistema de producción en serie de un producto, según medidas estándar.

COSTO: gasto que realiza la microempresa en la producción de los bienes y servicios que vende durante un determinado periodo.

COYUNTURA: este término comenzó a usarse con frecuencia en la teoría del ciclo económico, como sinónimo de ritmo económico y de situación cíclica.

DESARROLLO ECONÓMICO: expresión genérica para describir el progreso de una economía. Puede interpretarse, toscamente, como un equivalente del crecimiento económico, pero es menos precisa. Hace referencia a la adopción de métodos de producción nuevos y más avanzados, al cambio estructural de la economía, de la agricultura hacia la industria, y a la mejora de los niveles de vida.

EFICIENCIA: término que sirve para indicar eficiencia general administrativa y tecnológica. En otras palabras la eficiencia con la cual una empresa utiliza solo los insumos necesarios, resuelve sus problemas de organización y emprende todas sus actividades a un costo mínimo.

EMPLEO: conjunto de actividades económicas de una nación, sector o unidad productiva en relación con las personas en condiciones de trabajo.

ESTRUCTURA ECONÓMICA: especialidad científica que tiene por objeto el estudio de la realidad económica, mediante el análisis de las relaciones de interdependencia entre componentes de dicha realidad.

INFORMAL: porque se sitúa al margen de la normatividad laboral, tributaria y urbanística diseñada por la moderna economía capitalista.

INNOVACIÓN: la introducción de nuevos productos o nuevos procesos de producción. En cierto sentido, la innovación es económicamente la más importante puesto que solamente al finalizar ésta, es cuando se cosechan los frutos de la invención y el desarrollo.

INVERSIÓN: desembolso efectuado en bienes de capital.

MERCADO: institución en la que se compran y se venden bienes y servicios, no requiere una localización geográfica especial.

MICROEMPRESA: toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana.

PRODUCCIÓN: proceso de creación de bienes materiales, sin los cuales es imposible, la existencia misma de una producción. Los bienes materiales, creados en el proceso productivo constituyen las causas u objetos que, o bien son utilizados o consumidos directamente o bien sirven para su desarrollo posterior.

PRODUCTIVIDAD: medida de la cantidad de producción que se obtiene a partir de una unidad dada de un factor. Cuanto mayor es la productividad más cantidad de producto se obtiene en cada unidad de Input.

TECNOLOGÍA: en términos económicos, la tecnología es un factor de producción junto a los tradicionales de la tierra, el capital y capacidad de gerencia.

RESUMEN

El tema de la microempresa en la ciudad de Ipiales ha sido de gran importancia puesto que ha representado uno de los oficios predominantes en las familias, convirtiéndose en opción de trabajo permanente, que se mantiene en un mercado cada vez más competitivo.

Este estudio socioeconómico de la microempresa dedicada a la fabricación de calzado en cuero tiene el propósito primordial de investigar los principales factores económicos y comerciales que obstaculizan el progreso de este subsector. Por otra parte también analizar las características sociales de los involucrados en esta actividad económica. A si mismo proponer alternativas de solución que ayuden a mejorar los niveles de competitividad con el propósito de contribuir al desarrollo de la región. A si pues se logrará recolectar una información base para observar desde un panorama más cercano la realidad socioeconómica y adquirir un conocimiento de la potencialidad de las unidades económicas productivas dedicadas a la elaboración de calzado en la zona urbana de la ciudad de Ipiales.

ABSTRACT

The micro enterprise subject in the city of Ipiales has been of great importance, because it has predominant in one of the most predominant occupations has in the families, becoming into of permanent work that stays in a more and more competitive market.

This socioeconomic study of the micro enterprise dedicated to the footwear production in leather have the primal purpose of research the economic and commercial main factors that block the progress of this subsector. In the other hand also to analyze the social characteristics of those involved in this economic activity.

To the same way propose solution alternatives that to improve the levels of competitiveness with the purpose of contributing to the development of the region.

To if same it will recollect an information he/she bases to observe since nearer panorama the socioeconomic reality and to acquire knowledge of the potentiality of the economic productive units dedicated to the elaboration footwear in the urban area of the city of Ipiales.

INTRODUCCIÓN

La relevancia adquirida por el tema de la microempresa que ha venido convocando a análisis de diversas disciplinas, ha sido una de las motivaciones para presentar esta propuesta de trabajo que se realiza desde un punto de vista socio-económico, en particular lo que se refiere al sector del calzado en la ciudad de Ipiales.

Para el sector del calzado es evidente la significación del tema, la inmensa mayoría de las unidades micro empresariales que la componen pueden ser clasificadas como de pequeña escala, y la importancia de contribución al empleo y a la producción en diversos segmentos de su multifacético mercado no se pone en duda.

La complejidad de la problemática socio-económica que vive en el momento, obligan a un esfuerzo de estudio y comprensión del papel y perspectivas de estas unidades productivas en el presente, y el futuro de su desarrollo.

Desde el punto de vista del conocimiento es un estudio que involucra mucha táctica por parte del analista, que con ayuda de conceptos teóricos extensos, podrá abordar una investigación práctica en niveles diferentes de complejidad con pretensión de abordar la totalidad de la problemática socio-económica del sector.

Asimismo, el instrumental técnico usado pretende encontrar las conexiones entre un número importante de variables para un estudio mas preciso y mas real.

Para el estudio se elaboro un plan de trabajo consecuente, con una metodología descriptiva-explicativa en la investigación, es por esto que se comienza con una breve pero a la vez sustanciosa descripción del problema que llevará a conocer mas de cerca las características del sector del calzado en la ciudad de Ipiales; seguidamente se plantean los objetivos que persigue la investigación, con la identificación del sector mediante aplicación de encuestas y entrevistas y otras herramientas que ayudan a obtener la información confiable, con el análisis de la información mediante herramientas aceptadas y válidas de valoración, que permitieron encontrar las características relevantes de la microempresa del calzado, y la posterior formulación de estrategias como alternativa de solución que mejoren los niveles productivos de este sector. De igual manera se presenta el cuarto punto del trabajo de investigación que demuestra su importancia de estudio, seguido de un marco referencial que refuerce en fundamentos teóricos, contextuales y conceptuales.

1. SELECCIÓN Y DEFINICION DEL TEMA DE INVESTIGACION

1.1 TITULO

Estudio socio-económico de la microempresa dedicada a la fabricación de calzado en cuero en la zona urbana de la ciudad de Ipiales para el año 2006.

2. EL PROBLEMA DE INVESTIGACION

2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Colombia a partir del cambio de su estructura económica proteccionista a un modelo de política neoliberal de apertura, ha incurrido en importantes modificaciones de índole económicas y sociales. A partir de la década de los noventa la microempresa toma relevancia e importancia dentro de la economía nacional, sirviendo de amortiguador al desempleo ocasionado por el cambio apresurado de políticas liberales y la falta de un núcleo de desarrollo industrial.

En Colombia existe un gran número de unidades productoras de artículos de cuero particularmente de calzado; según la oficina económica y comercial de la embajada de España en Bogotá se calcula que más del 95 % de ellos son microempresas, en su mayoría fabricantes de calzado deportivo, botas y zapato casual, zapato para dama y zapatilla sintética para dama.

Siendo el sector microempresario importante para el sostenimiento económico del país, se presentan ciertas falencias en cuanto a su estructura productiva y social, es el caso del sector de la microempresa del calzado. A pesar de representar el 95%, en número de productores, la participación de la microempresa en la producción bruta del sector no supera el 30%, y ha cedido alrededor de 10 puntos en los últimos años¹.

El fabricante del sector calzado depende en gran medida del suministro de insumos por parte de sus proveedores. A pesar del gran número de hatos y curtiembres nacionales, la calidad del cuero comercializado no satisface los requerimientos de los fabricantes, por el alto índice de desperdicio, ocasionado por la deficiencia tecnológica en el proceso de las pieles, las enfermedades endémicas, el sistema de cercado de los hatos y la creciente venta de las mejores piezas a mercados externos.

Este factor y los bajos precios de materiales sintéticos y textiles, han ocasionado un alto índice de sustitución, acentuado por la gran aceptación que gozan estos materiales en el consumidor final. Otras materias primas utilizadas en el proceso productivo son: caucho, papel, cartón y plásticos.

La mayor producción y comercialización de calzado colombiano se concentra en el segmento de calzado popular, caracterizado por una calidad media, rápida respuesta a los requerimientos de la demanda (moda) y bajos precios.

¹ ENTREVISTA CON funcionarios de la oficina económica y comercial de la embajada de España en Bogotá.

El sector microempresario de fabricación de calzado de la ciudad de Ipiales, no ha sido ajeno a esta situación presentando ciertos rezagos en su capacidad productiva y de competitividad. Son varios factores los que dan origen a esta situación, como falta de conocimientos técnicos en la elaboración de calzado, falta de tecnologías adecuadas, falta de apoyo o conocimiento de líneas de financiación y crédito a microempresas, apatía al cambio por parte de los propietarios de las unidades productivas y entre otros la falta de cultura empresarial.

Este sector se mantiene bajo la presión diaria de un mercado cada vez más competitivo debido al establecimiento de negocios comercializadores de calzado provenientes del interior de país y la oferta extranjera que cada vez es mayor y a más bajo precio.

De seguir así, el sector micro empresarial del calzado en Ipiales está en peligro de desaparecer, ocasionando graves problemas a la situación económica de las familias que se favorecen de esta actividad productiva. De no plantearse unas estrategias económicas adecuadas que mejoren los estándares y niveles de competitividad a nivel administrativo como de producción. Por tal motivo, es necesario valorar y analizar el aspecto socio-económico del sector, que permita otorgar una alternativa de solución veraz y real a este problema, conllevando al progreso micro empresarial de la ciudad de Ipiales.

2.2 FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Cuál es la situación Social y Económica de la microempresa dedicada a la fabricación de calzado en cuero para el año 2006?.

3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

3.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio socio-económico de la microempresa dedicada a la fabricación de calzado en cuero en la zona urbana de la ciudad de Ipiales para el año 2006.

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ? Determinar el nivel de producción, empleo e ingresos que genera la microempresa dedicada a la fabricación de calzado en cuero en la zona urbana del municipio de Ipiales.
- ? Identificar las principales características, organizativas y competitivas de la microempresa dedicada a la fabricación de calzado en cuero.
- ? Plantear una serie de estrategias económicas como alternativa de solución que mejore los estándares de competitividad para la microempresa dedicada a la fabricación de calzado en cuero.

4. JUSTIFICACIÓN

La microempresa dedicada a la fabricación de calzado en cuero de la ciudad de Ipiales, representa una esfera de la economía local, que contribuye en la generación de empleo e ingreso, fomento de la libre empresa, introducción a mercados indiferentes para la gran empresa, además es una opción para personas con pocas posibilidades para un empleo formal por edad o por discapacidad. Por otro lado la microempresa tiene oportunidad de subsistir por su flexibilización en la producción para vender a diferentes volúmenes, es generadora de ahorro e ingreso regional tiene la facilidad de complacer al consumidor en gusto y calidad.

Todas estas características anteriormente mencionadas demuestran la importancia de la microempresa dentro de la dinámica económica ipialeña. Sin embargo, su estructura organizativa, técnica y productiva no les permite aprovechar en su totalidad las oportunidades que se le presentan porque no hay un desarrollo microempresarial competitivo. Otro suceso importante que se presenta en la actualidad es la apertura de mercados al mundo, que por supuesto sobrevendrá en una avalancha de mercancías provenientes de países industrializados. El ALCA (Área de Libre Comercio para las América) se puede presentar como una amenaza ante la notable desventaja en cuanto a tecnología, producción a gran escala, precios bajos etc. Pero esto no puede convertirse en pretexto para no trabajar y formular estrategias empresariales que permitan aprovechar en algo estas nuevas circunstancias económicas.

Es por eso que se hace necesario realizar un estudio socioeconómico de la microempresa dedicada a la fabricación de calzado, indagar y analizar objetivamente las principales falencias internas económicas que no le permiten a la microempresa que elaboran calzado, ser competitiva en el mercado, plantear estrategias económica y comerciales que permita generar un proceso de crecimiento basado en la eficiencia de estos pequeños empresarios que se traduce en un foco de absorción de empleo e ingresos para una parte de la población por lo general la de bajos recursos. Por otra parte, esta investigación es importante porque se esta impulsando el desarrollo de un sector productivo de la economía, capaz de generar valor agregado, con la posibilidad de ser en un futuro este subsector generador de impacto social positivo en el progreso de la región.

El estudio adquiere aún mayor importancia por la inexistencia de investigaciones anteriores, que muestren un panorama real de la problemática de este subsector de la economía en Ipiales, así pues se contribuirá a llenar espacios vacíos en cuanto a estadísticas y análisis recientes que servirán como una herramienta seria y confiable que oriente a ésta región hacia el desarrollo que tanto se anhela.

5. MARCO REFERENCIAL

5.1 MARCO TEORICO

Desde hace mucho tiempo, en la historia económica y social el sector productivo se ha convertido en un factor importante y necesario para el progreso de un país.

Colombia, se incorporó a este proceso con el modelo de ISI (*Industrialización por Sustitución de Importaciones*) en los años cincuenta logrando un avance relativo en la estructura industrial. Es bien sabido que se empieza a trabajar en condiciones pobres a nivel tecnológico, productivo, de capital, organizativo, que hace frecuente la presencia de pequeñas unidades productivas, pero con el tiempo estas pequeñas empresas han tomado protagonismo en la economía y en la sociedad, debido a que son generadoras de empleo; según el DANE dichas actividades representan el 51%, en el país siendo un pilar fundamental para el crecimiento. Por lo tanto es de apreciar que hoy, la microempresas tienen un peso importante en la economía nacional, constituyendo alrededor del 84%, del total de empresas en el país, aproximadamente de 1.001.374 para el año 2001, según la Encuesta de Micro establecimientos; donde los más beneficiados son la franja de bajos ingresos, los cuales están estrechamente relacionados con esta esfera económica ya que aparece como una oportunidad de empleo.

Su importancia se manifiesta, de tal manera que ha sido sujeto de estudios económicos, que la enmarcan en uno de los ejes principales de desarrollo, principalmente para países llamados tercermundistas. La microempresa se ha visto sujeta a varias definiciones, pero que tales definiciones pueden variar dependiendo del lugar y el tiempo, en que se las enmarque, porque sería distinto hablar de estas en países desarrollados, que en subdesarrollados, empezando por la utilización de mano de obra y capital factores importantes para medir su productividad e importancia en un país.

Así la mayoría de autores toman dos características principales para enmarcar a la microempresa, que son el reducido número de trabajadores y el bajo monto de capital, pero que a pesar de sus condiciones es importante para: “asegurar la reproducción de la fuerza de trabajo, complementar el ingreso familiar, produce bienes a bajos precios, sirve como absorbente del ejército industrial de reserva como lo llama Marx”². Es decir sirve como un amortiguador de las economías y pueden aminorar las coyunturas críticas de una región Si hacemos una

² GOMEZ, Hernando; TARAZONA, Lucía y LONDOÑO, Juan. La microempresa urbana, perspectivas, promoción, y políticas. Bogotá : LITOSOCIAL, 1984.

descripción breve de la microempresa hay que empezar por decir que no son entidades homogéneas, mas bien cada una de ellas tienen características internas y externas diferentes, y que es fundamental tenerlo claro para formular políticas de apoyo a estas unidades económicas. Las microempresas se caracterizan por tener una condición familiar por lo tanto se presenta el trabajo no remunerado, según el DANE es del 58.5%, en su mayoría son mujeres las que tienen mas representatividad que los hombres, las personas involucradas en este trabajo por lo general reciben menos del salario mínimo legal, por lo tanto sus condiciones de vida no son las mas satisfactorias, se cuenta con escaso personal calificado, para el proceso productivo, se utilizan tecnologías obsoleta, por estas razones es que la microempresa es poco competitiva en el mercado y está de alguna manera condicionada a permanecer económicamente estancada.

Pero se debe recordar que existen tres grandes grupos de pequeñas empresas y que podemos enmarcarlas en el subsector de la microempresa. Según Zerda, existen:

las de subsistencia, las de acumulación simple y las de acumulación ampliada. Las de subsistencia no tienen un gran capital, no generan un excedente económico pero dan subsistencia a una familia. Las de acumulación simple tienen un capital en activos fijos, las utilidades les alcanzan para reponer un capital pero no crecen. Las de acumulación ampliada invierten sus utilidades en la misma empresa, van creciendo en activos y en ventas, tienen división del trabajo, el gerente tiene visión del mercado y gestión gerencial y se convierten en una mediana y posteriormente en una gran empresa. Pero, también se presentan ciertas similitudes, por ejemplo en las tres se da al interior de su proceso productivo una división del trabajo ³.

Según lo anterior se puede decir que nuestra economía Ipialeña, pertenece al grupo de las microempresas de subsistencia, y las de acumulación simple, ya que las pequeñas empresas presentan condiciones de producción rudimentarias y baja competitividad. Por otro lado su producción esta dirigida en su gran mayoría al mercado local, por eso siempre se la relaciona con las categorías de subsistencia, trabajo familiar, trabajo informal, desempleo disfrazado, sector tradicional etc.

La microempresa se introduce donde la gran empresa no tiene presencia, por razones como costos, conveniencia, expectativas de ganancia, etc. Es por eso que se puede hablar de dualismo en el país, es decir regiones donde se ubica la

³ ZERDA, Álvaro. Cuadernos de economía numero 25 pequeña y mediana industria. Bogotá : Universidad Nacional, 1996. p. 62.

gran empresa, (Cali, Bogotá, Medellín) y regiones periféricas donde se ha proliferado la microempresa como en Nariño. En éste ambiente de dualismo puede pasar tres sucesos “que la competencia desplace al pequeño empresario, puede ser que la microempresa venga especializándose en mercados locales donde de verdad es mas eficiente, o también, infortunadamente puede ser que la falta de oportunidades obligue a que la población se refugie en microempresas, para sobrevivir, puede ser las tres cosas”⁴.

Quienes no encuentran un empleo en el sector moderno de la economía del país pueden acceder a la microempresa, y que, a pesar de sus restricciones anteriormente mencionadas las microempresas, muestran iniciativa y tenacidad para mejorar su situación económica y calidad de vida de la población. Se habla de la estructura económica de Colombia, como la causante de malestares sociales y económicos como el desempleo. El vacío ocupacional ha sido llenado, en una parte importante por talleres es decir actividades microempresariales que le proporcionan a un segmento de la sociedad ingresos para subsistir.

Un planteamiento dualista de empresa, lo formal y lo informal, lo tradicional y lo moderno, coloca a la microempresa en un panorama de sector inactivo, no rentable, con tecnología obsoleta y mano de obra no calificada, que son actividades no propiamente capitalistas, que participa con desventajas y su capacidad de incidencia en el mercado es demasiado débil.

La microempresa puede estar sujeta a la informalidad que en primera medida esta entendida por “la evasión de impuestos es decir que no mantiene relación con el estado; pero que también pueden tener informalidad interna según el Instituto de Investigaciones Socio-Económicas y Tecnológicas (INSOTEC) que se encuentra en las formas estructurales de una empresa”⁵ como por ejemplo: organización rudimentaria, confusa e inexistente división del trabajo, estrategias mas bien de supervivencia, pero como se a percibido la microempresa es absolutamente necesaria cuando hay campos del mercado que no hacen posible el establecimiento de grandes empresas.

Existen teorías que mencionan que la microempresa puede ser una poderosa palanca para el crecimiento económico y social o el llamado (*núcleo industrial*), es decir el germen que hace que las economías poco a poco se desarrollen y puedan lograr formar una industria sólida que abrace a los demás sectores generando las

⁴ GOMEZ, TARAZONA, LONDOÑO. Op. Cit. p 26.

⁵ INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN SOCIO-ECONÓMICAS Y TECNOLÓGICAS. Programa de micro y pequeña empresa en el Ecuador. Quito : s.n., 1989. p. 32.

cadenas productivas, claro esta, que una parte muy importante, para que esto se cristalice, la tiene el estado Colombiano, con políticas de desarrollo que vayan a remediar las falencias que impiden que estas pequeñas unidades productivas, crezcan y se vuelvan competitivas. Mientras que otras teorías económicas no toman mayor importancia el papel de la microempresa en el desarrollo. Pero las ideas no van solas en el tiempo, ellas se complementan con los hechos y son válidas dependiendo de su empalme con la realidad.

Un suceso importante en la historia de Colombia, fue la Apertura Económica, en el gobierno de Cesar Gaviria a inicios de los noventa, que ha hecho que la competencia entre empresas sea cada vez mas fuerte, incidiendo en el progreso de éstos establecimientos, que al no contar con la tecnología y logística apropiada, puede convertirse el libre mercado en un gran obstáculo para competir en el mercado dinámico como el actual, que se encizaña en contra de productos con bajo valor agregado.

Como plantea Sérvulo Anzola, “en el aspecto externo, la internacionalización o apertura comercial, tiene fuertes implicaciones a causa de la poca capacidad de los países latinoamericanos para competir en calidad, precio, servicio y tecnología frente a los productos y servicios extranjeros, afectando sustancialmente los mercados de la microempresa”⁶.

Se debe admitir que la microempresa esta dentro de la estructura económica y social del país, y que por lo tanto se desenvuelve bajo las leyes del capitalismo, donde está sometida a problemas económicos que limitan su crecimiento y desarrollo, y amenaza su sana supervivencia. Las características de la microempresa de ser típicamente o tradicionalmente familiar, con bajo capital, donde el dueño se encarga de todo el manejo, su mercado es local, donde predomina el personal no calificado entre otros aspectos, da pie para que crezca el temor a creer que en este sistema la microempresa no tenga permanencia.

La microempresa en todo caso es un sector que ha beneficiado a la población de bajos ingresos, pero es preocupante ver que en el país este sector de pequeños talleres no ha tenido políticas económicas claras por parte del Estado. Claro esta que en el modelo de desarrollo neoliberal en el que se desenvuelve económica y socialmente la microempresa se las puede distinguir en cuatro aspectos; “a) las pequeñas empresas desarrollables, con buen potencial administrativo y financiero, b) las unidades eficientes que se encargan de complementar la producción de grandes empresas, c) pequeños establecimientos de amortiguación, que cumplen una función social empleo, descentralización regional, distribución del ingreso, d) las pequeñas unidades rezagadas”⁷.

⁶ ANZOLA, Sérvulo. Administración de pequeñas empresas, México, McGraw-Hill, 2001. p. 153.

⁷ GOMEZ, TARAZONA y LONDOÑO. Op. Cit . p. 123

Los países que funcionan bajo el modelo liberal como lo llaman los pensadores clásicos, la existencia de un amplio sector microempresarial sirve de base para la ulterior expansión de la industria. Bajo un comercio exterior abierto, con escasa participación del Estado, es el complemento de la gran empresa, y el principio, es dejarlos libres para que se desarrollen. Pero la experiencia ha demostrado que el desarrollo se canaliza a unas pocas empresas que en procura de maximización de ganancias aplastan a las demás que le siguen.

La libertad por lo tanto en realidad se manifiesta en los grandes capitales que abarcan el mercado trascendiendo fronteras.

Al presenciar que las economías de algunos países no lograban sacar el provecho económico y social que se esperaba bajo el modelo neoliberal se empieza a plantear como solución a las crisis, la intervención del Estado planteada genialmente por Jhon Maynard Keynes, quien acertadamente hace caer en cuenta que todos necesitan de oportunidades de ingresos que a la vez se convertirán en demanda efectiva traducida al final en nuevos ingresos, creando así un ciclo de crecimiento. “si velamos por el bienestar de la jirafas, no debemos pasar por alto los sufrimientos de las de cuello corto que se están muriendo de hambre, las hojas que caen al suelo son pisoteadas en la pugna, la sobrealimentación de los animales que tienen el cuello largo o la maligna mirada de ansiedad o de voraz deseo que oscurece los rasgos apacible del rebaño”⁸.

La idea plasmada por este magnifico economista inglés, es muy acertada al proponer la participación del estado como impulsor de políticas económicas y de desarrollo que permitan la evolución de un tejido microempresarial lo suficientemente capaz de mantener un nicho de mercado estable, que difícilmente se puede lograr bajo el modelo neoliberal implantado en Colombia. El modelo neoliberal, lamentablemente no ha sido la panacea para las economía subdesarrolladas, es más a traído consecuencias sociales graves especialmente para la clase trabajadora, y los pequeño empresario.

En efecto, el poder político de las naciones ha sido servil a un modelo que tiende a agudizar las contradicciones, generando cada vez más pobreza. La gran mayoría de las Naciones, gastan enormes cantidades de recursos en beneficio directo del capital: franquicias tributarias, subsidios directos, protecciones arancelarias, estudios e información, tratados internacionales, reformas laborales y tributarias (en beneficio del empresario y en desmedro del trabajador), campañas de publicidad, privatización de servicios públicos, etc., se orientan preferentemente a

⁸ OSER, Jacob y BLANCHIFIELD, William. Historia del pensamiento económico. Madrid : Española. 1980. p.463, 464.

proteger estos intereses. Es cosa de ver el comportamiento de los políticos de las diversas naciones en las negociaciones internacionales. Cada uno defiende a los "ricos" de su país y no a los pobres de su país.

En consecuencia del desempleo masivo generado por la privatización de las entidades estatales, ha generado un fenómeno económico social que cada vez se hace más cotidiano.

Estamos hablando del autoempleo, engendro del neoliberalismo, el cual es aprobado por el mismo en su idea de minimización de costos y maximización de ganancias. Teniendo en cuenta que el auto empleado es en su mayoría microempresario, podemos afirmar que él, entonces, viene a ser la consecuencia perversa del modelo económico actual, quien busca de alguna manera arrancar ingresos de las sobras del gran capital. En todo caso la microempresa es una realidad que necesita de su atención pertinente, pues en ella, más que medios de producción y capital, encontramos personas trabajadoras que aportan a su país, ganas de progreso diario.

5.2 MARCO CONTEXTUAL

En la Economía global resulta conocido el hecho de que la gran diferencia de ingreso por persona entre los países subdesarrollados y desarrollados se debe al crecimiento de la producción e industrialización, esto despierta el gran interés de cada gobierno por fortalecer el sector empresarial en aras de mayor crecimiento. Es por eso que todos los países han volcado sus esfuerzos en lograr una evolución económica y social similar, puesto que ella representa la adquisición de riqueza en los términos de intercambio.

La importancia de desarrollar la esfera empresarial productiva ha tomado tal protagonismo, que muchas veces se ha presentado como objetivo general en planes de gobierno, adoptando modelos económicos que incentivarán este sector. Colombia, refleja este suceso a finales de los años cuarenta y principios de los cincuenta, con el modelo de Industrialización por Sustitución de Importaciones (ISI), que pretendía crear una estructura capaz de satisfacer las necesidades internas y participar en el comercio exterior. Se presentaron buenos resultados en un corto plazo pero en el largo plazo señalaría falencias al fortalecer una industria dependiente de la importación de bienes de capital.

Esto terminó en una crisis económica y social en los años 80's, ocasionando un decrecimiento del sector secundario; trayendo algunas modificaciones en el sistema económico, una de éstas fue el aumento de las pequeñas unidades productivas, como alternativa de empleo e ingreso, así lo describe Hugo López Castaño en su libro "La calidad del empleo y microempresa en Colombia",

afirmando que entre 1984 y 1988 las 2/3 partes de los nuevos empleos urbanos fueron responsabilidad de las microempresas. Es decir agrupaban el 58.7%, de la ocupación, así mismo el grado de informalidad paso del 54.1% al 55.6% según el DANE⁹.

Empezando la década del los 90`s, no se puede pasar por alto la Apertura Económica, establecida en 1991 en el gobierno de Cesar Gaviria, que prometía la inserción de Colombia en el mercado mundial con resultados positivos. Pero la realidad fue distinta debido a que se encontró una industria débil e ineficiente que no tuvo más camino que ceder el mercado nacional a las transnacionales. La culpa ronda por todas las esferas sociales, políticas, económicas y hasta culturales, de no poder sacar provecho a la nueva tendencia globalizadora que en la experiencia nos muestra un país con mayores problemas que hace veinte años.

La economía Colombiana, a partir del año 2003, a manifestado un buen comportamiento, ya que a partir de ese tiempo entro en una fase de crecimiento (PIB) económico especialmente por el mejoramiento de la seguridad interna que aumento sustancialmente los niveles de confianza de la clase empresarial, reflejada en un aumento de la inversión privada.

El sector de calzado en Colombia, esta conformado por las empresas que fabrican, importan, comercializan y exportan los diferentes tipos de calzado, en los que sobresale el calzado deportivo con una participación del 40%, (Según la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Bogotá) seguida por botas, botas para dama, zapatillas, calzado casual y calzado para niño. De acuerdo a la encuesta anual manufacturera del 2002, publicada por el DANE, la industria del calzado ocupa cerca de 9.700 personas. Por otra parte podemos manifestar que el calzado chino es en la actualidad el que tiene mayor acogida especialmente por el precio que es relativamente bajo comparado con la industria nacional. Según la DIAN, del total de las importaciones de calzado en Colombia el 55%, pertenece al calzado chino seguido por el Ecuador y Brasil.

Las exportaciones de las empresas Colombianas, dedicadas a la fabricación de calzado, se destinan principalmente a los países: Venezuela, Alemania, Panamá, EE UU y Ecuador. De esta manera se calcula que existen un gran numero de unidades productivas de artículos de cuero especialmente calzado; el DANE, manifiesta que más del 95%, dedicadas a la fabricación de calzado son microempresas, pero a pesar de este gran numero que trabajan en este subsector de la economía su participación no supera el 30%¹⁰.

⁹ CASTAÑO et. al. La calidad del empleo y la microempresa en Colombia. Bogotá : s.n.,1990. p. 16.

¹⁰ DANE. Encuesta anual manufacturera. Año 2002.

Nariño, es una economía constituida por pequeñas empresas, estructuralmente débiles que necesitan de bases organizativas, económicas, administrativas, financieras, productivas, etc. que les permitan mayores niveles de competitividad; por ejemplo la falta de capacitación se traduce en carencia de habilidades y conocimientos de dirección por parte del empresario, ha ocasionado que la microempresa no tenga una visión hacia el futuro, y por lo tanto son vulnerables a los cambios económicos y políticos. Sin embargo las PYME constituye la célula creadora de progreso social. Es por esta razón que La Alcaldía Municipal de Ipiales, a través de la Secretaria de Asistencia Técnica y Desarrollo Social, es el ente que promueve la gestión empresarial y apoya a los pequeños y medianos empresarios, generando desarrollo de los proyectos, de igual forma brinda asesoramiento y capacitación para la conformación de las nuevas Empresas.

Si nos ubicamos en la ciudad de Ipiales, se identificará que es una región poco industrializada, es más, la actividad empresarial se caracteriza por ser de pequeña magnitud y de carácter familiar, utiliza técnicas rudimentarias y un bajo nivel organizativo; así la describe la Revista Obando¹¹. Por otra parte se conoce obstáculos para que ésta región implemente industrias de gran tamaño, la principal dificultad es la baja inversión pública o privada, además la ciudad no cuenta con una infraestructura adecuada, que solo se puede hacer realidad por medio de una gran inversión del Estado, considerando que Ipiales ostenta el título de Zona Económica Especial Desarrollo.

"El desenvolvimiento del sector microempresarial de Ipiales, ha sido muy lento y su participación a nivel departamental es mínima. Ipiales, participó con el 1.5% para el año 1986 de las factorías en las cuales sobresalía la de alimentos como producción de harina, derivados de la leche, la de textiles, la de madera, de materiales de construcción y la industria de bronce"¹².

Para el año de 1986, se detectan 182 microempresas, donde se menciona que las principales dificultades para su desenvolvimiento son: el difícil acceso al crédito, la falta de capacitación organizativa, asistencia técnica y el carácter individual de producción. Según la Revista Obando el sector industrial generó 863 empleos de los cuales 38.35% corresponde a la pequeña y mediana industria y el 61.65% a la microempresa en aquel tiempo.

A continuación se presenta una visión general de la microempresa formal del municipio de Ipiales, según datos Cámara de Comercio para el año 2005.

¹¹ CORPONARIÑO. Plan integral de desarrollo de Ipiales, y la Exprovincia de Obando, En : revista Obando (Oct. – Nov., 1996).

¹² Ibid.

Cuadro 1. Estadística de los sectores económicos de Ipiales (año 2005)

Sector	Microempresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa	Gran Empresa	Total Sector
Primario	50	1	1	0	52
Secundario	173	2	0	0	175
Terciario	1634	47	10	13	1704
Total	1857	50	11	13	1931

Fuente: Cámara de Comercio Ipiales, año 2005.

La información que nos presenta la tabla No.1 de los diferentes sectores económicos, nos da una idea inicial para mencionar que la ciudad de Ipiales, es una región que se caracteriza por estar conformada económicamente de pequeñas unidades productivas, como son las microempresas en las cuales se ubica el subsector dedicado a la fabricación de calzado en cuero. La presencia de pequeñas, medianas y grandes empresas en los tres sectores de la ciudad de Ipiales, es mínima.

La economía local se fundamenta en actividades agropecuarias, comerciales, de transporte, micros empresariales, empresariales y turísticos, orientadas a la atención de mercados regionales, del interior del país y de la República del Ecuador. Su situación de frontera determina una alta dependencia del estado de la economía ecuatoriana, que se refleja en las cíclicas recesiones económicas producidas por los problemas cambiarios.

En cuanto a la zona urbana, se encuentran algunas industrias de transformación tipo liviano, destacándose la producción de harina de trigo, tostadoras de café, y otros establecimientos que utilizan insumos primarios extraídos de la región, como es el caso de los aserraderos de madera.

“El resto del sector “industrial” puede clasificarse como microempresarial, dedicado a actividades de carpintería, tejidos en lana, ebanistería, confecciones, elaboración de calzado, cerámicas y artesanías. Estas microempresas emplean en promedio tres personas las cuales, generalmente, son familiares. Según la Cámara de Comercio, a marzo de 1.998 el número de establecimientos registrados ascendía a 89 unidades productivas”¹³.

Así se puede afirmar que Ipiales, cuenta con un gran número de pequeñas unidades productivas y que en un futuro con ayuda de buenas políticas estatales y locales se puede potencializar este subsector de la economía pensando que puede llegar ser fuentes importantes de empleo e ingreso para esta región.

¹³ ENTREVISTA CON funcionarios de La Cámara de Comercio de Ipiales, año 2005.

En cuanto a información sobre la microempresa dedicada a la elaboración de calzado en cuero en Ipiales, no se cuenta con un diagnóstico actual que muestre su evolución; a groso modo podemos manifestar que la microempresa dedicada a la elaboración de calzado al igual que en el resto del país esta fuertemente influenciada por tendencias de la moda y el precio.

En la Zona Urbana de la Ciudad de Ipiales, se pueden definir 3 segmentos de consumo:

Popular: los consumidores de éste rango tiene una mayor inclinación por el factor precio que por cualquier otra característica del calzado. La mayor parte de la población esta concentrada en éste nivel por los bajos ingresos, y al parecer es en este segmento de la población donde la microempresa dedicada a la fabricación de calzado tiene su mayor mercado.

Medio: para los consumidores de éste rango el precio sigue siendo un determinante para la decisión de compra, sin embargo el diseño y confort también juegan con un papel definitivo. Los consumidores tiene un limitado reconocimiento de las marcas; Los gastos de promoción y publicidad influyen de manera considerable en el consumidor.

Alta: Para los consumidores de éste rango, la calidad en los materiales y terminados es su mayor preocupación, el precio no influye fuertemente en su decisión de compra; el diseño y confort son su mayor interés.

Conocer como se encuentra económicamente la microempresa dedicada a la fabricación de calzado en cuero en la ciudad de Ipiales, es uno de los motivos, que impulsa la investigación, en el afán de conseguir la mayor información de este subsector con el fin de aportar a nuestro municipio y especialmente a los microempresarios datos actuales, que ayuden a realizar estudios futuros que vayan en la búsqueda del desarrollo regional.

5.3 MARCO CONCEPTUAL

Al transcurrir el tiempo en la historia, se comprueba que los conceptos económicos, sociales, políticos etc., se moldean y se acomodan de acuerdo a los sucesos de cada época, a la estructura organizacional de sociedades y las creencias que en ella se arraigan.

En el ámbito económico se presenta también este fenómeno con mucha frecuencia y más cuando en el se involucra la cuestión social, que no permite la implantación de leyes eternas. La empresa enmarcada en su concepto, ha denotado distintas formas de abordar su contenido, con fines explicativos, que intentan aclarar una idea de aquel o aquellos que la plantean, su concepto a

pasado de considerarla como inútil hasta hoy presentarla como alternativa del crecimiento de cualquier nación.

Las pequeñas unidades productivas abarcan un ámbito social donde hay una relación de personas, que cuentan con medios de trabajo rudimentario o poco sofisticado, convirtiéndose en un impedimento para crecer económicamente. Por su parte Gómez Hernando otorga la definición de microempresa así: "La microempresa es una forma de organización social para llevar a cabo actividades de producción de bienes o servicios; tales bienes o servicios se destinan en su mayoría al mercado; las actividades tienen un grado mínimo de regularidad y estabilidad; la escala de operación es muy pequeña; no existe clara separación entre la propiedad de los medios de producción y la fuerza de trabajo aportada por el propietario quien resulta ser empleador de si mismo" ¹⁴.

Esta definición se acerca a la realidad de nuestra región, teniendo en cuenta la problemática de las microempresas que elaboran calzado en cuero en la zona urbana de Ipiales, empezando por la falta de preparación del personal encargado del área administrativa, ya que la mayoría de éstos se basan en su experiencia laboral y no se capacitan constantemente; sus talleres no les proporcionan elevadas ganancias, están sometidos a la supervivencia encontrando toda clase de trabas a nivel legal y crediticio que no les permite evolucionar en los márgenes de competitividad.

Para el desarrollo del proyecto socioeconómico se tendrá en cuenta la definición expuesta por Hernando Gómez, siguiendo los lineamientos que plantea la ley Colombiana PYME, (ley 590 - 10 de julio de 2000.)

"para todos los efectos se entiende por micro, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana, que responda a los siguientes parámetros:

Microempresa:

- a) Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores.
- b) Activos totales por valor inferior a quinientos uno (501) salarios mínimos mensuales legales" ¹⁵.

¹⁴ GOMEZ, TARAZONA y LONDOÑO. Op. Cit., p.19.

¹⁵ COLOMBIA. MINISTERIO DEL COMERCIO. LEY MIPYME. Ley No 590-10 de julio de 2000 de Colombia, artículo 1, artículo 2.

Que la podemos complementar con un análisis cualitativo el cual encierra tres factores fundamentales para la conceptualización de la microempresa:

“a) La naturaleza del trabajo: no hay total separación entre el capital y el trabajo. El propietario es a la vez operario, administrador y vendedor.

B) La organización del trabajo: los trabajadores de la microempresa generalmente desempeñan más de una actividad en el proceso productivo. No existe una aplicable división y especialización del trabajo

c) Instrumentos de trabajo: Aunque, se utiliza maquinaria, esta tiende a ser obsoleta y las herramientas de trabajo mantienen cierta preponderancia en el proceso productivo”¹⁶.

En la ciudad de Ipiales, las pequeñas unidades productivas se caracterizan por estar ligadas al trabajo familiar, no cuentan con una tecnología de avanzada que les permita una alta producción, y por lo tanto están ligadas a la informalidad; pero su participación en la economía local es cada vez mayor, debido a que se presenta como una alternativa de ingreso y empleo. La microempresa, tiene mayor presencia en regiones poco desarrolladas como Nariño, es frecuente por sus condiciones de baja exigencia en lo referente a capital y tecnificación entre otras, que son indispensables en la gran empresa, es por eso que Ipiales, se ve conformada estructuralmente en su mayoría por microempresas dedicadas a diferentes actividades económicas, siendo una de ellas la fabricación de calzado en cuero.

5.4 MARCO ESPACIAL

El estudio socioeconómico, se realizará específicamente a las microempresas dedicadas a la fabricación de calzado en cuero en la zona urbana de la ciudad de Ipiales, que será de utilidad para conocer más detalladamente su importancia en la economía y en la sociedad. El estudio también abordara la parte social con el propósito de mirar si estas personas dedicadas a esta actividad económica gozan de un buen nivel de vida. Además proporcionará un análisis actual de la microempresa dedicada a elaborar calzado, y de forma general una visión global de las pequeñas unidades productivas en el municipio de Ipiales, información importante para emprender nuevos proyectos empresariales tanto públicos como privados.

¹⁶ CORPONARIÑO. Diagnostico técnico económico y social de la microempresa en las ciudades de Pasto, Ipiales y Tumaco. Pasto : CORPONARIÑO, 1984. p. 10.

5.5 MARCO TEMPORAL

Es importante tener presente el tiempo en que se va a desarrollar la investigación ya que de esta forma podemos entender mejor los cambios que suceden a escala económica y social. El presente estudio socioeconómico de la microempresa dedicado a la fabricación de calzado en cuero, se llevara a cabo en la zona urbana de la ciudad de Ipiales, en el año 2006, para contar con una información reciente que permita ver la realidad de este subsector de la economía local y más adelante poder servir de apoyo a entidades o instituciones que necesiten una información para adelantar estudios futuros.

6. METODOLOGIA

En la investigación de la microempresa dedicada a la elaboración de calzado en cuero en Ipiales, se utilizará el Método Descriptivo-Explicativo, que tiene relación con el Método Etnográfico, que se caracteriza por trabajar con un enfoque cualitativo que es donde el investigador se relaciona de manera cercana con el investigado para poder percibir sus problemas y dar soluciones más eficaces y eficientes, logrando resultados más confiables. También se apoyará este estudio socioeconómico en el Método Científico para lograr resultados más confiables que concuerden con la realidad que viven en la actualidad estos pequeños productores de calzado en cuero.

6.1 ENFOQUES Y METODOS

Para el desarrollo de la investigación de la microempresa dedicada a la elaboración de calzado, se tendrá la orientación del enfoque Cualitativo, porque se considera que con este enfoque la investigación abordaría aspectos sociales importantes (educación, salud, empleo etc.) de las personas que se desenvuelven en este subsector de la economía local, por lo tanto se podrá investigar de una mejor manera el problema a estudiar; y se utilizará algunas herramientas del Método Cuantitativo como son las estadísticas, encuestas, entrevistas, que complementen el estudio de la microempresa.

6.2 INSTRUMENTOS Y HERRAMIENTAS

Los instrumentos y herramientas a utilizar para la realización de la investigación de la microempresa dedicada a la fabricación de calzado en cuero son:

- 1) La observación que permite tomar una foto de la realidad que vive los microempresarios que se dedican a la actividad de la fabricación de calzado en cuero en la zona urbana de Ipiales.
- 2) La entrevista servirá para profundizar en el estudio socioeconómico, ya que ahí es donde se tiene contacto directo con los involucrados, así se puede conocer en que condiciones se encuentra las microempresas, cual es su forma de vida, sus necesidades etc. Con el fin de darle el mejor cumplimiento a los objetivos planteados.
- 3) La encuesta será de mucha ayuda para realizar el trabajo debido a que permite abordar el tema de una forma más general; también son de mucha importancia las fuentes secundarias como textos, revistas, documentos, entre otros medios de información.

6.3 POBLACION Y MUESTRA

Para el estudio socioeconómico de la microempresa dedicada a la fabricación de calzado en cuero en la ciudad de Ipiales, se ha tomado como base el censo levantado por los investigadores realizado en la segunda semana del mes de julio de 2006; de donde se obtuvo la siguiente información: existen quince talleres ubicados en los diferentes barrios de la zona urbana de Ipiales, dedicados a la fabricación de calzado en cuero, que alcanzan la categoría de microempresas según la ley Colombiana PYME (ley 590 del 10 de julio del 2000), la cual la define o clasifica de la siguiente manera: se entiende por microempresa a toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica en actividades empresariales, agropecuarias, industriales o de servicios, rural o urbana que responda los siguientes parámetros: una planta de personal no superior a los 10 trabajadores y un monto de activos totales inferior a 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Por otra parte se encontró 41 talleres remonadotes de calzado, que según la ley Colombiana PYME (ley 590 del 10 de julio del 2000), no cumplen la categoría de microempresa; a estos talleres se los clasifica dentro de la economía de subsistencia es decir no cuentan con un gran capital, no genera excedentes pero da subsistencia a una familia, por lo general el dueño de el taller es el único trabajador.

Por lo tanto la población para el proyecto socioeconómico de la microempresa dedicada a la fabricación de calzado en cuero es de 15 microempresas identificadas en censo. (Ver anexo B).

Por considerar que el número de microempresas dedicadas a la elaboración de calzado en cuero, es manejable por los investigadores, en la aplicabilidad de las herramientas de investigación, se trabajara con los 15 establecimientos que existen en la zona urbana del municipio de Ipiales.

7. SITUACIÓN ACTUAL DE LA MICOEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN DE CALZADO

Las crisis económicas, políticas internacionales, políticas de estado, la coyuntura de cada nación, siempre genera cambios en los niveles de empleo creando consigo diferentes situaciones que obligan a cada persona o familia a tomar decisiones que le aseguran los medios de vida. En cada rincón del mundo el ser humano desarrolla distintas actividades en el mercado fuera de los estándares de la economía legal, es decir que están dentro de la economía informal generando ingresos a una parte de la población. Estas formas o actividades se han convertido hoy en día en alternativas de ingreso.

En Colombia una alternativa de empleo es la implantación de pequeños talleres para aquellos que fueron empleados formales o aquellos que simplemente por cultura empresarial encuentran en ellos la fórmula para crear riqueza.

La microempresa representa en su mayoría la iniciativa de trabajo surgida por la falta de absorción de empleo del sector formal como también de la falta de garantías que ha generado la política económica estatal para los asalariados. La microempresa es pues aquella parte productiva del país que representa a los antes desempleados del sector formal y hoy emprendedores, o aquellos independientes que no buscan trabajo, lo genera.

Cada departamento, cada región y ciudad, tiene en su estructura económica pequeñas muestras de iniciativa empresarial en un nivel relativamente pequeño. Se observa algunos talleres de subsistencia como otros talleres que se han fortalecido al punto de brindar utilidades considerables que los mantiene en un mercado cada vez más difícil. Estos son los talleres de la microempresa, así denominada por los estudiosos de las ciencias económicas. De acuerdo con las cifras del ministerio de comercio industria y turismo, las PYME, representan más del 95% de las empresas del país, proporcionan cerca del 65% del empleo y generan más del 35% de la producción nacional.

La microempresa en Nariño se encuentra inmersa en unas condiciones poco desarrolladas, este departamento es una zona periférica de Colombia, pero el complejo tejido de relaciones sociales y económicas que crea y produce, apoya la aparición de microempresas, creación de empleos e innovación en los procesos productivos.

Si nos detenemos un momento en el panorama económico en el que se encuentra Ipiales empezaremos afirmando que la economía local se fundamenta en actividades agropecuarias, microempresariales, comerciales y turísticos, orientados a la atención de mercados locales, regionales de interior de país y de la republica del Ecuador. Su situación fronteriza afecta económica y socialmente a esta región es decir si el país ecuatoriano cambia en el ámbito económico y especialmente en la variaciones de la moneda, como sucedió con la dolarización, Ipiales se vio afectada indudablemente por este suceso y esto se puede reflejar en los ciclos económicos que ha presentado.

En el ámbito productivo Ipiales no esta muy desarrollada, su estructura económica general se compone por talleres pequeños dedicados a actividades de carpintería, ebanistería, elaboración de calzado, confecciones, tejidos en lana, artesanías, entre otras. La actividad comercial es la más destacada en esta región así como también la ocupación en el sector de los servicios.

Este sector microempresarial presenta un desarrollo lento, debido a diversos factores, entre los cuales están las políticas nacionales y la falta de aprovechamiento de la integración binacional en la franja fronteriza.

En el Municipio de Ipiales, se encuentran algunas industrias de transformación de tipo liviano, destacándose la producción de harían de trigo, tostadoras de café y otros establecimientos industriales, especialmente los que utilizan insumos primarios extraídos de la región, como es el caso de los aserraderos de madera, el resto del sector empresarial puede clasificarse como microempresarial dedicado a actividades de carpintería, tejidos de lana, ebanistería, confecciones, elaboración de calzado y artesanías.

A nivel local, la Alcaldía del Municipio de Ipiales, se ha preocupado por el desarrollo empresarial buscando incrementar la oportunidad de generar empleo y por ende generar más ingresos para el empresario. Las entidades gubernamentales a través de los programas de desarrollo empresarial brindan al pequeño y mediano productor alternativas para formar empresas. A través de la Secretaria de Asistencia Técnica y Desarrollo Social, el ente que promueve la gestión empresarial y apoya a los pequeños y medianos empresarios, generando desarrollo de los proyectos, de igual forma brinda asesoramiento y capacitación para la conformación de nuevas microempresas.

Por estar en una situación fronteriza el sector comercial presenta un gran dinamismo económico debido a la concurrencia de personas dispuestas a demandar los bienes y servicios ofrecidos.

En la actualidad Ipiales cuenta con 56 talleres dedicados al calzado según el censo levantado por los investigadores en el mes de agosto de 2006 en la zona urbana de la ciudad de Ipiales, de los cuales 41 talleres no se dedican a la fabricación sino más bien a la actividad de remontaje y reparación y 15 establecimientos alcanzan el nivel de microempresa dedicada a la fabricación de calzado en cuero.

Estas microempresas han sido en su mayoría sobrevivientes de la crisis económica que se presentó por la excesiva devaluación de la moneda Ecuatoriana en la segunda década de los 90`S, que desplazó a los compradores Colombianos a la ciudad de Tulcán.

Ahora cuando se acerca los tratados comerciales con diferentes países del mundo hay que empezar a preocuparse por los microempresarios en particular a aquellos dedicados a la fabricación de calzado a sabiendas de que desconocen como hacer frente a estas políticas comerciales que día a día son expuestas y que generan fuertes incertidumbres debido a los problemas económicos y sociales que pueden acarrear.

Se habla de las ventajas que el Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA), una de ellas es elevar de una manera considerable las exportaciones y por ende el crecimiento del país de donde se desprenderían beneficios empresariales en nuestro caso microempresariales que van a tener la oportunidad de darse a conocer con sus productos a diferentes naciones. Pero la otra cara de estos acuerdos es peligrosa para los pequeños talleres porque el mercado exigirá mayor competitividad para los empresarios nacionales, de ahí el interés de manejar programas serios de cultura empresarial.

7.1 PERFIL DEL MICROEMPRESARIO

Ipiales, es una región que no presenta altos índices de producción por el contrario su desarrollo económico y social es muy bajo, sin presencia de grandes empresas que sean la columna vertebral del empleo en esta ciudad, por lo tanto las familias empiezan a crear su propio trabajo teniendo en cuenta sus capacidades o destrezas en alguna actividad económica que le represente ingresos para satisfacer sus necesidades. Gran parte de la comunidad que vive en la zona urbana se ha dedicado a diferentes oficios entre los cuales está la fabricación de calzado.

Centrándonos en los microempresarios dedicados a la fabricación de calzado, se puede iniciar mencionando que el oficio que desempeñan en la actualidad lo aprendieron con la experiencia, como oficiales de otro taller o en alguna pequeña industria que existía en el municipio hace mucho tiempo y hoy desaparecidas. Por esta razón el tratamiento dado a la microempresa es empírico, de aquí se desprenden un sin número de problemas a nivel productivo, administrativo, comercial entre otros que los trataremos más afondo en los siguientes capítulos.

La necesidad de apoyo económico, crediticio, de asesoramiento, por parte del Estado es fundamental para que este sector tan proliferado se estabilice y pueda lograr un nivel más competitivo en el mercado. Un papel importante en este ámbito económico puede realizar la Universidad de Nariño, incorporando planes de estudio e investigación interactiva entre la sociedad y estudiantes, donde se pueda analizar minuciosamente las necesidades de este sector de la economía Ipialeña y plantear soluciones.

El individualismo es generalizado en la mentalidad del microempresario del calzado, no miran que la unión o asociación sea positiva para su crecimiento y expansión de sus productos; al contrario se tiene la concepción de que trabajar en asociación no es bueno y no sirve para nada afirmando que la gran mayoría sino todas las ideas de trabajar en sociedad han fracasado por el egoísmo y la envidia que se maneja en el medio. El pensamiento del microempresario dedicado a la fabricación del calzado es que si se asocian con otras personas de la misma actividad ellos perderían autoridad e independencia y su mercado "fijo" sería usurpado, y el beneficio solo sería para unos pocos anteponiendo la desconfianza mutua que existe en este subsector microempresarial. Este pensamiento se va en oposición de las nuevas tendencias de mercado en donde muchas veces la unión ha representado la salvación de empresas, y se desvirtúa totalmente las ventajas comerciales y económicas que puede acarrear la unión.

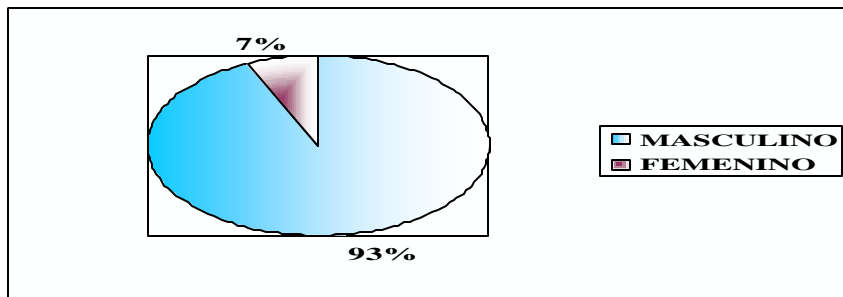
Para identificar de una forma más completa y analítica al microempresario dedicado a la fabricación de calzado se debe tener en cuenta algunos aspectos socioeconómicos que son importantes, estos nos van a posibilitar realizar un buen análisis en torno a sus cualidades y sus debilidades.

7.1.1 Genero del propietario dedicado a la fabricación de calzado. Según las herramientas de investigación utilizadas, en este caso particular las encuestas, se confirmó que el género más representativo es el masculino. En la mayoría de microempresas dedicadas a la fabricación de calzado predomina el hombre ya que el trabajo a desarrollar es brusco, y más pesado aún utilizando herramientas manuales o artesanales que son las que tienen los propietarios de estas unidades

económicas productivas. El hombre representa el 93.3% del total, mientras que la mujer tan solo un 6.7%. Este porcentaje tan reducido del género femenino se lo atribuye a las esposas de los dueños de la microempresa que además de realizar los oficios domésticos también forman parte del trabajo productivo en sus tiempos libres.

Una parte de los hombres dedicados a este oficio aprendieron esta actividad en pequeñas industrias antes existentes en la ciudad de Ipiales, o otra parte de siendo oficiales de pequeños talleres.

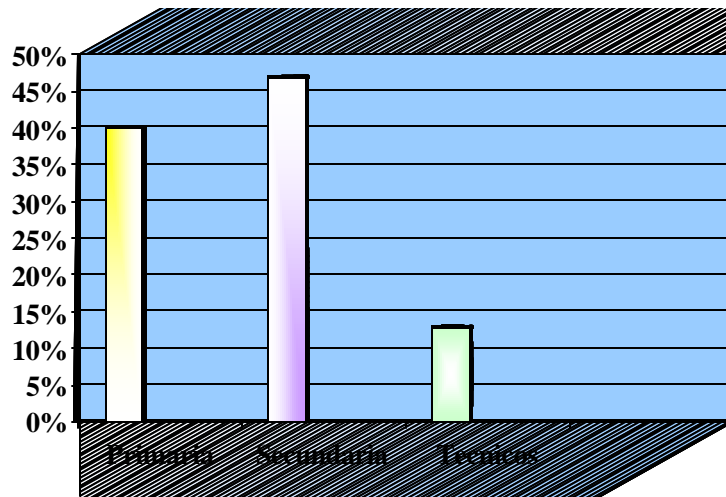
Figura 1. Género del Propietario en la Microempresa



7.1.2 Nivel educativo. El nivel educativo es el pilar fundamental de una región, pues de ahí se deriva el desarrollo socioeconómico y el bienestar general. La educación y el ingreso están directamente relacionados es decir un mejor nivel educativo lleva a un aumento del nivel de ingreso.

Los microempresarios dedicados a la fabricación de calzado en Ipiales, según los resultados de la investigación nos presenta el siguiente panorama: el 40% de ellos tienen cursado estudios de primaria, un 46% el nivel secundario o bachillerato y solamente un 13% de los microempresarios tienen realizados estudios técnicos.

Figura 2. Nivel Educativo del Microempresario

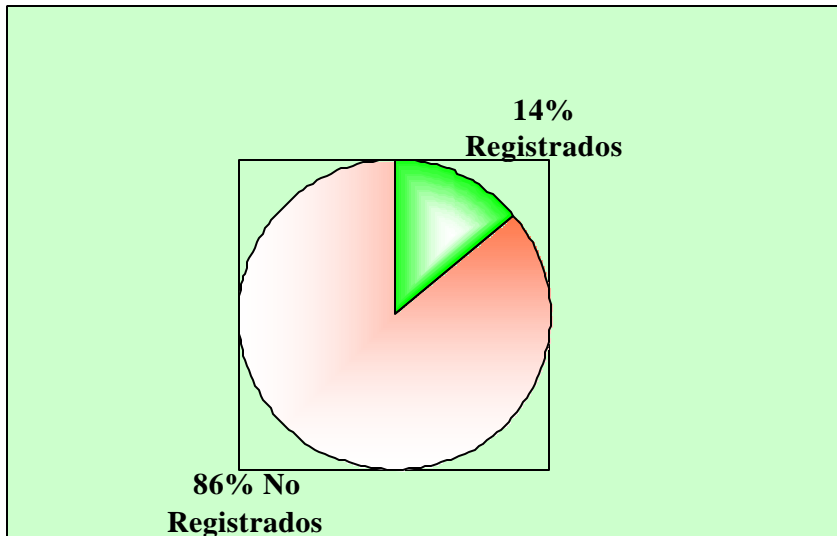


Teniendo en cuenta estos porcentajes podemos mencionar a groso modo que el manejo del pequeño taller o microempresa del calzado es maniobrado empíricamente, teniendo como base fundamental su experiencia, pero a la vez con escasos conocimientos administrativos y comerciales que son una traba para competir en el mercado.

Esta carencia de conocimientos puede ser uno de los motivos por los cuales los microempresarios del calzado no quieren asociarse ni prepararse para el futuro, simplemente se conforman con lo poco que tienen para vivir.

7.1.3 Microempresas del calzado Registradas en Cámara de Comercio. La falta de cultura empresarial es uno de los principales motivos que impiden que las personas propietarias de un pequeño negocio como el de la fabricación de calzado eviten por todos los medios tener contacto con esta entidad estatal, pues la visión que se tiene de la Cámara de Comercio de Ipiales, es que oprime al microempresario reduciendo considerablemente su ingreso destinado para las necesidades básicas de su familia.

Figura 3. Microempresas Registradas en Cámara de Comercio



El 86% de los microempresarios se encuentran en la informalidad, es decir no se encuentran registrados en la Cámara de Comercio de la ciudad de Ipiales; la razón de no inscribirse a esta entidad es que sus ingresos no son suficientemente amplios como para destinar una parte de estos al pago de impuestos, además el microempresario no tiene claridad sobre los beneficios de registrar su negocio y desconoce los tramites legales a seguir.

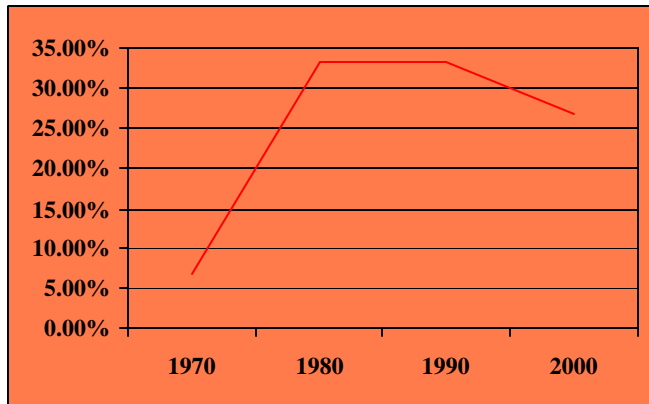
Tan solo un 14% de los microempresarios se encuentran registrados. Estas personas tienen una visión diferente de su negocio, procuran estar al día con todo lo que pasa en el país y de esta forma aprovechar oportunidades económicas, políticas, crediticias, capacitaciones, asesorías entre otros factores que puede impulsar su unidad productiva hacia el desarrollo.

7.1.4 Año de iniciación de operaciones de microempresas de calzado. La crisis económica de un país como en el caso de Colombia, obliga al ser humano a buscar alternativas de obtener ingresos por otras fuentes distintas a un empleo público o privado, y la opción de trabajo fue crear su propia microempresa.

Los años donde más se iniciaron operaciones fueron en 1980 con el 33.3% y en el año de 1990 con un porcentaje igual, estas fechas coinciden con algunos sucesos económicos y políticos como la crisis de los 80`s y la apertura económica de los 90`s con el presidente Cesar Gaviria. De esta manera la microempresa se

volvió un colchón de amortiguamiento para las personas que no encontraron empleo.

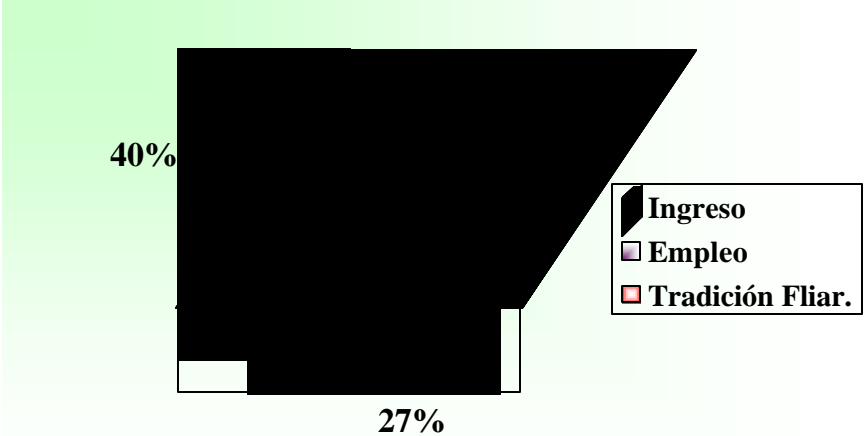
Figura 4. Inicio de Actividades Microempresariales



La figura 4 nos ilustra la tendencia de crecimiento e iniciación de operaciones en los diferentes años, de ahí se deduce que a partir de los años 70`S la microempresa del calzado en Ipiales, empieza a surgir y se expande, en los 80`S tiene una mayor presencia de establecimientos dedicados a la fabricación de calzado y a partir de los 90`s la aparición de microempresas relacionadas a esta actividad es muy baja, principalmente por la competencia globalizada en los mercados.

7.1.5 Motivo por el cual el microempresario inicia la actividad económica de la fabricación de calzado. Tanto el hombre como la mujer busca sobrevivir en un mundo tan desigual como el nuestro, lleno de injusticias y desdenes, hay muchos factores que las personas tienen para arriesgarse y trabajar en un oficio o profesión. En nuestro caso particular, las personas dedicadas a la fabricación de calzado inician esta actividad en un 40%, por tradición familiar, es decir que su padre o familiares se desempeñaban en este mismo oficio y ellos también lo aprendieron desde muy jóvenes. La aspiración para vivir dignamente con su familia fue otro motivo principal, pues el 33.3% de los microempresarios Ipialeses miraron esta actividad como una oportunidad de obtener ingresos. Esta razón se encuentra estrechamente relacionada con la falta de empleo que brinde buenas garantías para sobrevivir, por lo tanto se decidieron a montar un pequeño taller como es el de la fabricación de calzado.

Figura 5. Motivo Principal Para Iniciar la Actividad de la Fabricación de Calzado



Se alcanza a observar de acuerdo con la figura 5, que la mayoría de los microempresarios realizan esta actividad económica porque les gusta este oficio de fabricar calzado y su expectativa es brindar al público un producto de calidad, durable y acorde a las tendencias de la moda.

8. ANALISIS DE LA VARIABLES PRODUCCION, INGRESO Y EMPLEO

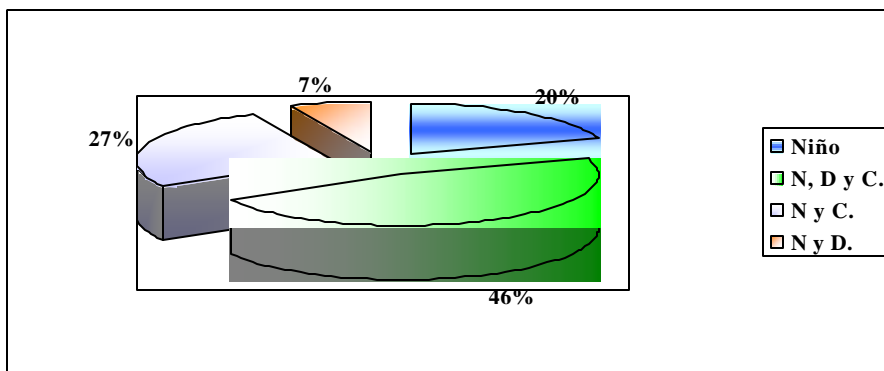
8.1 PRODUCCIÓN DE LA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACION DE CALZADO

La microempresa es considerada como un colchón de absorción de empleo que la empresa privada y pública no puede satisfacer; aunque estas unidades productivas se han aumentado y expandido a través del tiempo su participación en el PIB nacional no es tan representativo, ya que solo alcanza a representar aproximadamente un 30% de la producción nacional según el DANE en el año 2002; en cambio las pocas empresas privadas del país tienen una gran participación en toda la producción y por lo tanto mayores beneficios económicos.

La actividad económica de la fabricación de calzado en Ipiales, se caracteriza por tener una producción en pequeña escala, ya que cuenta con escasos recursos económicos y financieros, además su tecnología no se puede comparar a la utilizada por las pequeñas industrias del país, donde su producción es mucho mas amplia, no como la que manejan los pequeños talleres de la región que en su gran mayoría se orienta de acuerdo a pedido.

Para realizar el análisis de la producción de las microempresas dedicadas a la fabricación de calzado es importante mencionar que se tuvo en cuenta las tres clases de calzado en cuero (niño, dama y caballero).

Figura 6. Clase de Calzado Fabricado por el Microempresario



Las microempresas se desempeñan en la elaboración de calzado para niño, dama y caballero. De estas tres clases o categorías la que presenta una mayor producción y posee un mercado mas estable es el calzado de niño, como no lo presenta el grafico 6 un 20% de las microempresas solo se especializan en fabricar calzado para niño, un 46% de estos talleres se dedican a producir calzado

de niño, dama y caballero, es decir casi la mitad de las microempresas manejan las tres clases del producto teniendo en cuenta el género y la edad. Un 27% se dedica a fabricar calzado para niño y caballero y un porcentaje menor 7% se dedica a fabricar calzado de niño y dama.

Se puede deducir que los microempresarios Ipialesños del calzado han encontrado una mejor comercialización del producto de niño y de caballero. Manifiestan que la razón es que están siempre actualizados con los diseños, manejan buena calidad de los materiales y son mucho más cómodos para trabajarlos, a diferencia del calzado de dama, que al parecer, son mucho más complicados y su mercado es muy reducido para estas microempresas.

8.1.1 Producción mensual de las microempresas. Dedicadas a la fabricación de calzado en cuero. En el cuadro 2, se puede observar un listado de producción mensual.

Cuadro 2. Producción Mensual de las Microempresas*

NOMBRE DE LA MICROEMPRESA	CANTIDAD			TOTAL
	NIÑO	DAMA	CABALLERO	
CALZADO JORGE		150	180	330
CALZADO STEVENS	120			120
CALZADO J & M	220		150	370
CALZADO PALERMO	80	60	200	340
CALZADO VENUS	150	30	80	260
MAYOLY	50		130	180
JUNIOR	115		85	200
STREET	60		180	240
CALZADO MT	36	24	20	80
CALZADO JUNIOR	400			400
DACOTA Y CO	96	48	48	192
ESTILOS YENY	400	40	40	480
CALZADO PABON'S	10	10	15	35
ROSTER	100	800		900
GOGGIN	200			200
TOTAL	2037	1162	1128	4327

*Producción mensual de calzado en cuero para el año 2006, unidad de medida par de zapatos.

En este mismo cuadro se presenta detalladamente las 15 microempresas involucradas en la producción de calzado en la ciudad de Ipiales, la cantidad mensual de producción de calzado para las tres categorías niño, dama y caballero en pares respectivamente, y un total de la producción por cada establecimiento. De esto se deduce que las 15 microempresas alcanzan a producir 2037 pares de

zapatos de niños, 1162 pares de calzado para dama y 1128 pares de zapatos de caballero para un total de 4.327 pares de zapatos mensuales. Al año representaría una producción de 51.924 unidades.

8.1.2 Costo de fabricación de calzado. De acuerdo con el cuadro 3, el costo promedio para la fabricación del calzado para niño es de \$13.357 pesos teniendo en cuenta las microempresas que fabrican esta clase de producto, de la misma forma las unidades económicas que fabrican calzado para dama tienen un costo promedio de \$19.571 pesos y el calzado para caballero tiene un costo promedio de \$26.900 pesos.

Cuadro 3. Costo de fabricación unidad de calzado*

NOMBRE DE LA MICROEMPRESA	COSTO PROMEDIO DE FABRICACION UND DE CALZADO		
	NIÑO	DAMA	CABALLERO
CALZADO JORGE		19000	28000
CALZADO STEVENS	14000		
CALZADO J & M	17000		25000
CALZADO PALERMO	15000	18000	26000
CALZADO VENUS	12000	18000	22000
MAYOLY	15000		23000
CALZADO ACOSTA	15000		25000
STREET	13000		25000
CALZADO MT	6000	16000	25000
CALZADO JUNIOR	9000		
DACOTA Y CO	16000	22000	28000
ESTILOS YENY	8000	18000	25000
CALZADO PABON'S	25000	30000	45000
ROSTER	14000	15000	
GOGGIN	8000		
COSTO PROMEDIO	13.357	19.571	26.900

*Costo mensual de calzado para niño, dama y caballero para el año 2006, unidad de medida par de zapatos.

Cuadro 4. Costo total mensual de las microempresas*

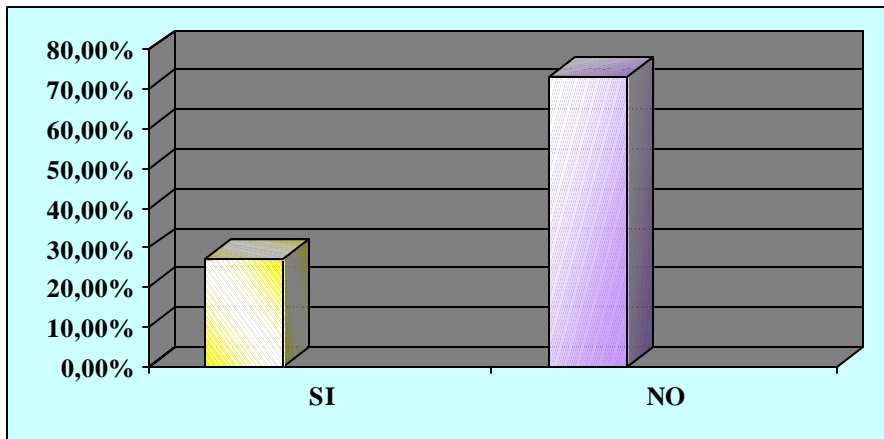
NOMBRE DE LA MICROEMPRESA	COSTO TOTAL MENSUAL DE LA FABRICACION DE CALZADO			
	NIÑO	DAMA	CABALLERO	TOTAL
CALZADO JORGE		2850000	5040000	7890000
CALZADO STEVENS	1680000	0	0	1680000
CALZADO J & M	3740000	0	3750000	7490000
CALZADO PALERMO	1200000	1080000	5200000	7480000
CALZADO VENUS	1800000	540000	1760000	4100000
MAYOLY	750000	0	2990000	3740000
CALADO ACOSTA	1725000	0	2125000	3850000
STREET	780000	0	4500000	5280000
CALZADO MT	216000	384000	500000	1100000
CALZADO JUNIOR	3600000	0	0	3600000
DACOTA Y CO	1536000	1056000	1344000	3936000
ESTILOS YENY	3200000	720000	1000000	4920000
CALZADO PABON'S	250000	300000	675000	1225000
ROSTER	1400000	1200000	0	13400000
GOGGIN	1600000	0	0	1600000
TOTAL COSTOS	23.477.000	18.930.000	28.884.000	71.291.000

*Costo total mensual de calzado para niño, dama y caballero para el año 2006, unidad de medida par de zapatos.

Los costos mensuales de las 15 microempresas suman una cifra de \$ 71.291.000 pesos. El costo para fabricar calzado para niño es de \$23.477.000 de pesos, de igual manera para la fabricación de calzado para dama se invierte un monto de \$18.930.000 pesos y para la fabricación de calzado de caballero se tiene un costo total de \$28.884.000 de pesos. Estas cifras corresponden al total de las 15 microempresas, sin embargo en el cuadro 4, se detalla el costo de fabricación correspondiente para cada una de las microempresas y el costo para cada una de las líneas de calzado que produce.

8.1.3 Incremento de la producción. Los microempresarios en un 73.3% manifiestan que no incremento su producción atribuyendo esto a la alta competencia existente en el mercado con precios mas competitivos y de mas alta calidad del que ellos fabrican, los encuestados distinguieron como sus principales competidores a los fabricantes extranjeros y entre ellos están el calzado proveniente de países como la China, Chile, Brasil entre otros; y solo un 26.7% percibieron un incremento en su producción que se pudo dar gracias a la penetración de nuevos mercados e innovación en sus procesos productivos. Ver Figura 7.

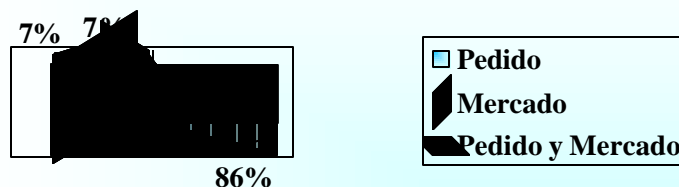
Figura 7. Incremento de la producción



8.1.4 Orientación de la producción del microempresario. La producción de los microempresarios dedicados a la fabricación de calzado en cuero en la ciudad de Ipiales, en un 86.7%, se orienta de acuerdo a pedido, es decir la producción esta sujeta al requerimiento de sus principales clientes que son quienes le indican cuanto producir y especifican que clase de calzado, modelo, tallas, etc fabricar. Además por su limitada inversión, el pedido es un modelo aceptable para estas microempresas, modelo que no da la posibilidad de stocks en bodega que involucraría costos altos de manejo y de capital inmovilizado.

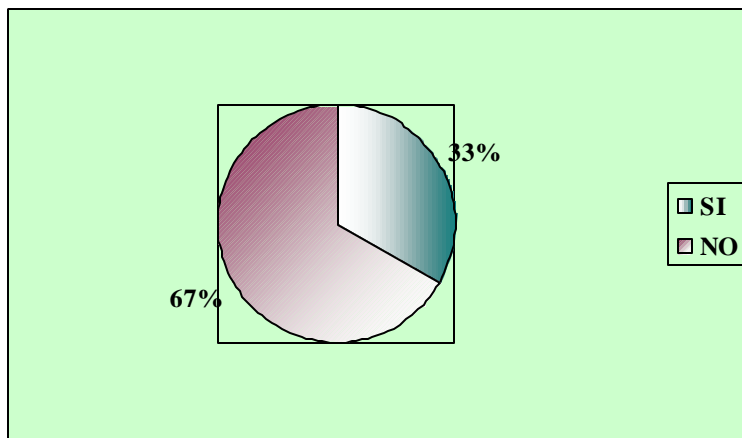
En cambio un 6.7%, de los microempresarios orientan su producción según la condiciones del mercado y esto se debe a que estas microempresas poseen sus locales comerciales propios ubicados en la zona céntrica de la ciudad, es decir no poseen intermediarios, son proveedores directos de calzado al consumidor final.

Figura 8. Orientación de la Producción



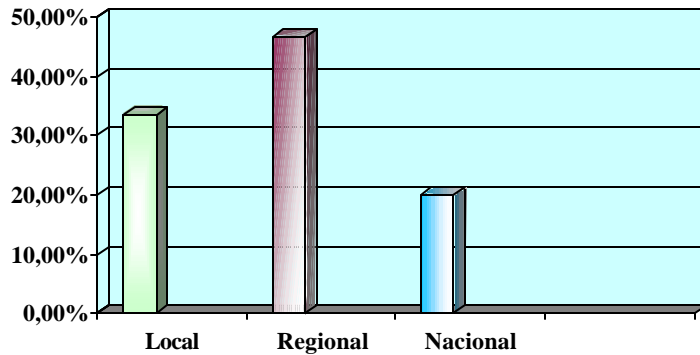
8.1.5 Existencia de tiempos de producción. En la figura 9, se observa que el 66.7% de los microempresarios no manejan tiempos de producción, es decir no consideran prioritario calcular el tiempo que lleva elaborar el calzado esto debido a que su producción se orienta de acuerdo a un pedido existiendo tiempos nulos de producción. Solo un 33.3% de las microempresas consideran importante tener en cuenta el tiempo que lleva elaborar el calzado, consideran que si se tiene en cuenta estos tiempos su microempresa podría alcanzar un mejor nivel productivo con la existencia de conceptos de eficacia y eficiencia que en un futuro podría ser un elemento clave en sus aspiraciones de ser mas competitivos y adelantarse a las nuevas tendencias o políticas de apertura que se avecinan.

Figura 9. Tiempos de Producción



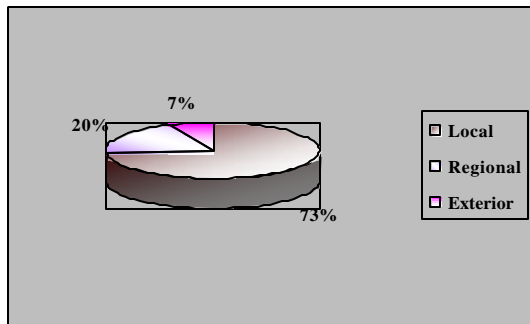
8.1.6 Abastecimiento de materias primas e insumos. El propietario de la microempresa se abastece en un 33.3% de materias primas e insumos localmente, puesto que les resulta mucho mas cómodo acudir a los proveedores mas cercanos, debido a que las compras se realizan en pequeñas cantidades y su inversión es baja. El 46.7% de los microempresarios compran la materia prima a nivel regional especialmente de la ciudad de Pasto donde existen curtimbres de mejor calidad y proveedores de insumos que además de poseer variedad en sus materiales otorgan facilidad de compra a los microempresarios. Solo un 20% compra materias primas e insumos a nivel nacional y son aquellos que pretenden dar una mejor calidad a su producción. Ver figura 10.

Figura 10. Abastecimiento de Materias Primas e Insumos



8.1.7 Destino de la producción. En la Figura 11, puede observarse que el microempresario destina su producción en un 73.3% a nivel local, es decir su producción de calzado la comercializa en la ciudad de Ipias. El 20% de los microempresarios dirigen su producción al mercado regional, ellos mencionan que han logrado una acojinada importante de sus productos en los municipios vecinos y por lo tanto no deben descuidar ese segmento de mercado alcanzado. Son pocos los microempresarios que han alcanzado exteriorizar su producción solo un 7% dirige su producto al mercado ecuatoriano como a ciudades de Quito y Tulcán.

Figura 11. Destino de la Producción



8.2 INGRESO DE LA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACION DE CALZADO

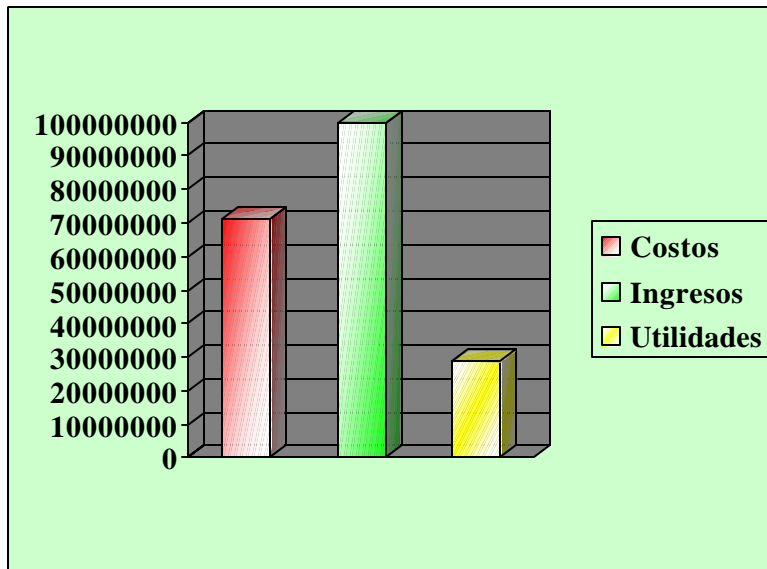
Cuadro 5. Ingresos totales de las microempresas

INGRESO TOTAL MENSUAL DE LA FABRICACION DE CALZADO				
NOMBRE DE LA MICROEMPRESA	COSTO TOTAL	MARGEN DE UTILIDAD	UTILIDAD	TOTAL INGRESOS
CALZADO JORGE	7890000	50%	3945000	11835000
CALZADO STEVENS	1680000	50%	840000	2520000
CALZADO J & M	7490000	40%	2996000	10486000
CALZADO PALERMO	7480000	50%	3740000	11220000
CALZADO VENUS	4100000	40%	1640000	5740000
MAYOLY	3740000	50%	1870000	5610000
CALADO ACOSTA	3850000	40%	1540000	5390000
STREET	5280000	40%	2112000	7392000
CALZADO MT	1100000	50%	550000	1650000
CALZADO JUNIOR	3600000	40%	1440000	5040000
DACOTA Y CO	3936000	30%	1180800	5116800
ESTILOS YENY	4920000	30%	1476000	6396000
CALZADO PABON'S	1225000	50%	612500	1837500
ROSTER	13400000	30%	4020000	17420000
GOGGIN	1600000	40%	640000	2240000
TOTAL	71.291.000		28.602.300	99.893.300

Ingreso total mensual de las microempresas dedicadas a la fabricación de calzado, unidad de medida par de zapatos.

El total de las microempresas dedicadas a la elaboración de calzado en la ciudad de Ipiales perciben unos ingresos totales mensuales de \$99.893.300 pesos que restado el costo total mensual de fabricación correspondiente a \$71.291.000, nos otorga una utilidad de \$28.602.300, utilidad que corresponde al total de microempresas y que esta dada por la ganancia de cada una de estas unidades productivas. Se detalla claramente en el cuadro 5, el porcentaje de ganancia que cada una de las unidades productivas obtiene en la venta de su producción, información obtenida mediante la aplicación de encuesta directa a los productores. Para mejor explicación se presenta el Figura 12.

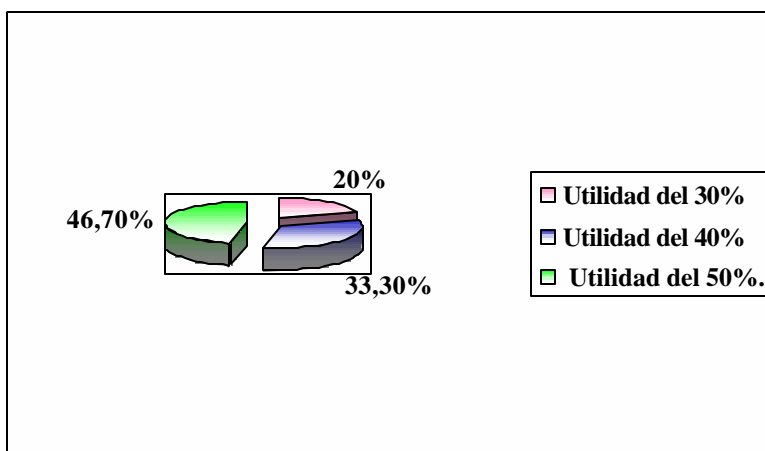
Figura 12. Costos ingresos y utilidades



La Figura 12, muestra claramente como los ingresos totales mensuales superan a los costos totales mensuales, existiendo una utilidad para las 15 microempresas de \$28.602.300, es decir un margen de utilidad promedio del 40%.

Así mismo para motivos de mejor comprensión se muestra en la gráfica 13, como un 47% del total de las microempresas fijan su margen de utilidad en un 50%, el 33% las 15 microempresas fijan su margen de utilidad en el 40%, y un 20% del total de microempresas fijan su margen de utilidad en un 30%.

Figura 13. Porcentaje de utilidad



En este punto se debe hacer un alto puesto que la información es suministrada durante la encuesta y el propietario puede brindar una información aproximada al valor real.

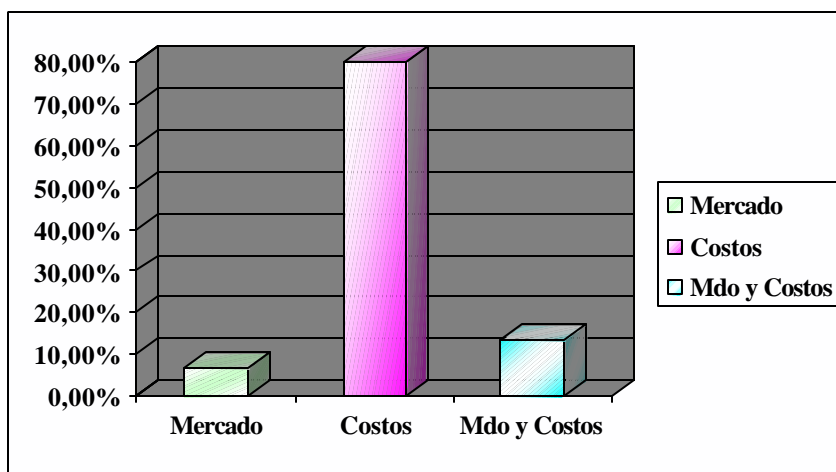
8.2.1 Precios de los productos fabricados por el microempresario. Para establecer los precios de los productos que fabrican los microempresarios debemos de ante mano recordar que el 40% de ellos poseen estudios primarios, por lo tanto le es complicado establecer un precio real ya que sus costos excluyen algunos factores como la mano de obra prestada por el dueño del taller, y la ayuda que le presta la esposa en sus tiempos libres.

En la figura 14 puede observarse que el 80% de los microempresarios manifiestan que el precio fijado a su producto lo efectúan por medio de sus costos más un margen de ganancia, considerando que la venta de sus productos es destinada a un solo cliente o almacén.

El 6.7% de los microempresarios tienen como referencia clave el mercado para fijar los precios de sus productos,

El 13.3% de los microempresarios se basan tanto en el mercado y costos para establecer el precio de su producto fabricado

Figura 14. Fijación de Precios



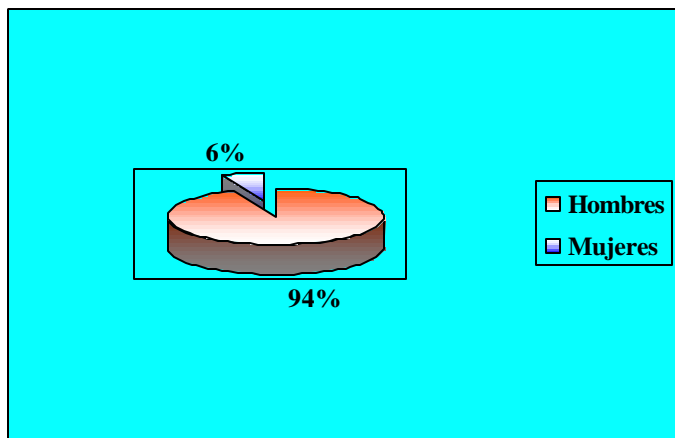
8.3 EMPLEO EN LA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN DE CALZADO

El microempresario dedicado a la fabricación de calzado en cuero mantiene con el empleado un contacto directo, su relación es buena en el sentido de que comparten ideas a nivel laboral. Los empleados están consientes de la condiciones de trabajo que les ofrece, no hay garantía de permanencia y tampoco tienen beneficios de seguridad social es decir su contratación es de manera informal.

Las microempresas dedicadas a la fabricación de calzado en cuero, ocupan un total de 62 personas que han aprendido este oficio a través de la experiencia en esta actividad económica. De este modo podemos manifestar que cada microempresa ocupa en promedio 4 personas, un número muy bajo si se considera que la población laboralmente activa de Ipiales, oscila aproximadamente en 50.000 personas según el PBOT (Plan Básico de Ordenamiento Territorial) es decir la microempresa de calzado en Ipiales da empleo aproximadamente a un 0.12% de la población, porcentaje que se considera no representativo dentro de la economía local, pero si de importancia dentro de las aspiraciones de conocimiento e investigación local.

En el Figura 15, se observa como la actividad de fabricación de calzado esta ocupada en su mayoría por hombres con el 94% con respecto a la mujer que participa en un bajo número con el 6%.

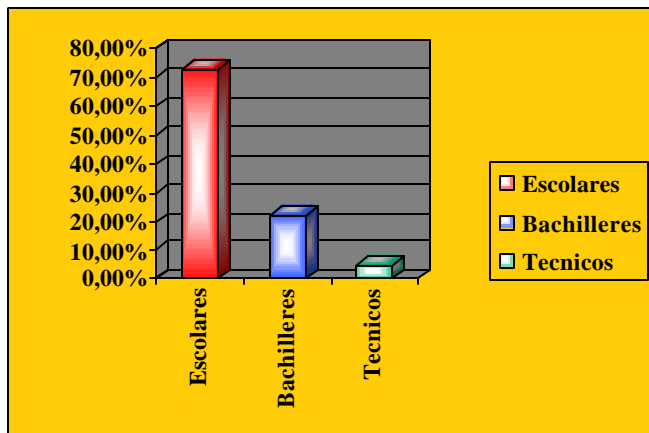
Figura 15. Empleo de la Microempresa Según Género



Estos indicadores pueden estar dados porque la actividad de fabricación de calzado en Ipiales no cuenta con tecnología adecuada o apropiada, que hagan mas fácil los procesos de producción, necesitando de un grado de fuerza mayor, fuerza que pueda estar facilitada por el género masculino.

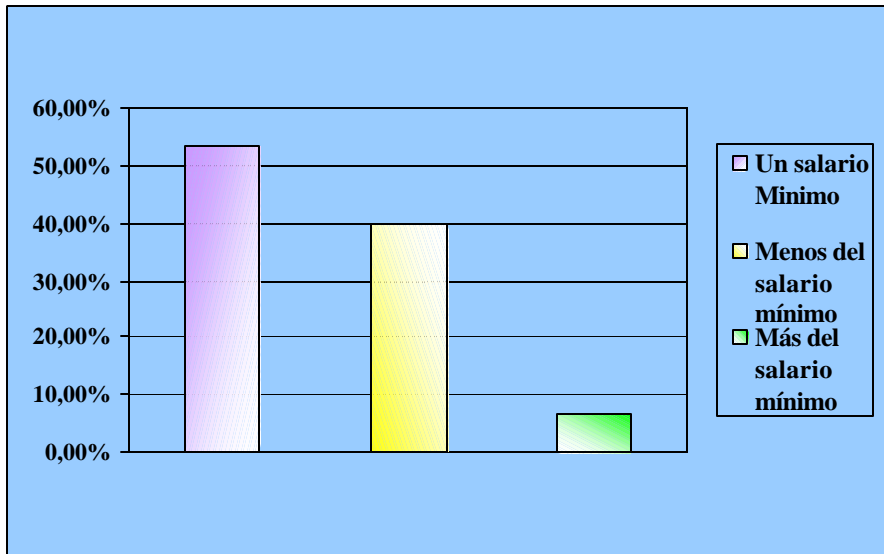
8.3.1 Nivel educativo de los empleados de la microempresa. La microempresa se caracteriza por utilizar mano de obra no calificada como lo demuestra la Figura 16, donde el 72.5% cuentan con una educación primaria. El 22.5% de los empleados han culminado su bachillerato y tan solo el 4.8% tienen estudios técnicos, estos lógicamente tienen mayor dominio y conocimiento de la actividad productiva y por lo tanto son las personas que están mejor calificadas para colaborar eficazmente en el progreso de microempresa.

Figura 16. Nivel educativo de los empleados



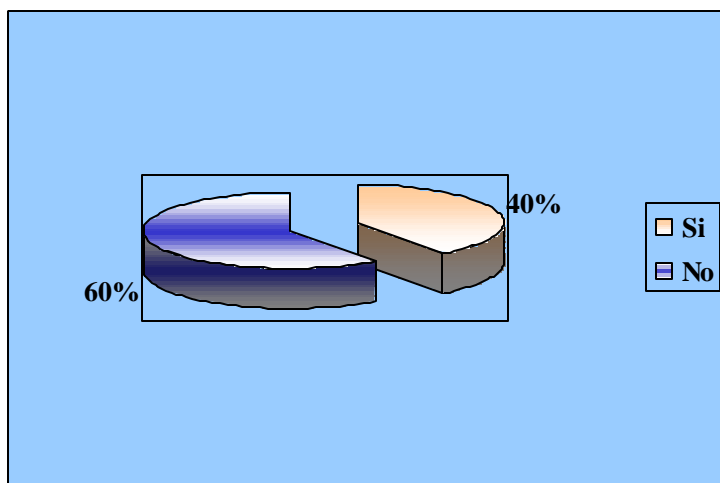
8.3.2 Salario del empleado. Se ha mencionado que el empleado de la microempresa dedicado a la fabricación de calzado se ha vinculado a este oficio con algunas limitantes es decir por un lado el personal no cuenta con los servicios de seguridad social y el salario que gana esta limitado a la capacidad de producción del individuo. El 53.3% de los obreros en la microempresa gana un salario mínimo, el 40% de los trabajadores perciben menos del salario mínimo y tan solo el 6.7% tienen un ingreso superior al salario mínimo como lo demuestra la Figura 17.

Figura 17. Salario del empleado



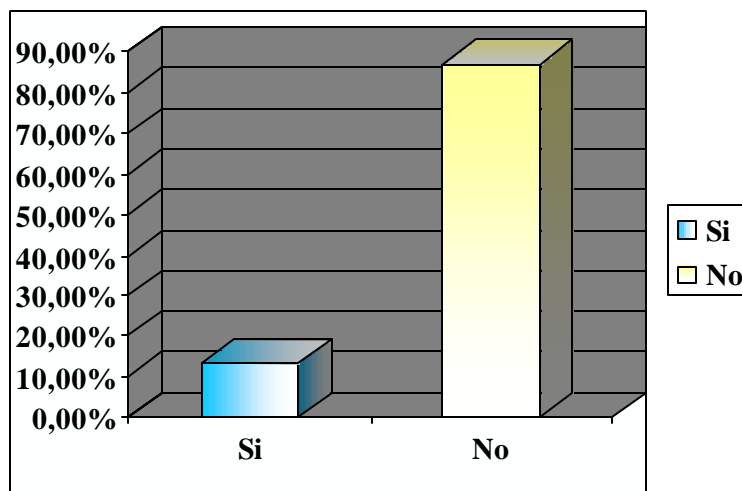
8.3.3 Capacitación de los empleados de la microempresa. El 40% de los empleados de las microempresas dedicadas a la fabricación de calzado, han recibido por lo menos alguna vez capacitación en materia de producción y diseño, que han estado a cargo de entidades que promueven el desarrollo de la microempresa como Contactor, Fundación social entre otras, el propietario no ha realizado ninguna gestión en materia de capacitación a los empleados, esto dado en algunos casos por la arrogancia de algunos de ellos que no permiten nuevos conocimientos en los procesos de producción es así como el 60% de los empleados o trabajadores no han recibido ninguna clase de capacitación. A continuación se muestra esta situación en el Figura 18.

Figura 18. Capacitación de los empleados



8.3.4 Contratación de personal. El microempresario asumen algunos criterios para la contratación de los trabajadores: la prioridad es que la persona este capacitada en el oficio de la producción de calzado también la contratación se realiza por recomendación. En este punto es de importancia dar a conocer que la mano de obra para este oficio es escasa o así lo manifiestan los propietarios de las microempresas, la razón puede ser que a los individuos no les interesa aprender esta actividad productiva debido a la poca organización y confrontación que existe entre los microempresarios.

Figura 19. Contratación de personal



Como se puede mirar en el Figura 19, el 86.7% de los microempresarios no han contratado personal en este año debido principalmente a la escasez de mano de obra y en otros casos porque con los operarios que trabajan les es suficiente para satisfacer la demanda que poseen. El 13.3% de los propietarios afirmaron haber contratado personal en lo corrido de este año con la expectativa de fortalecer su producción y cubrir la creciente demanda que poseen algunas microempresas.

En lo que se refiere a despido de personal los propietarios de las quince microempresas testificaron no haber prescindido de ningún obrero en el año 2006, pues la ola de compradores ha permitido mantener la misma nomina.

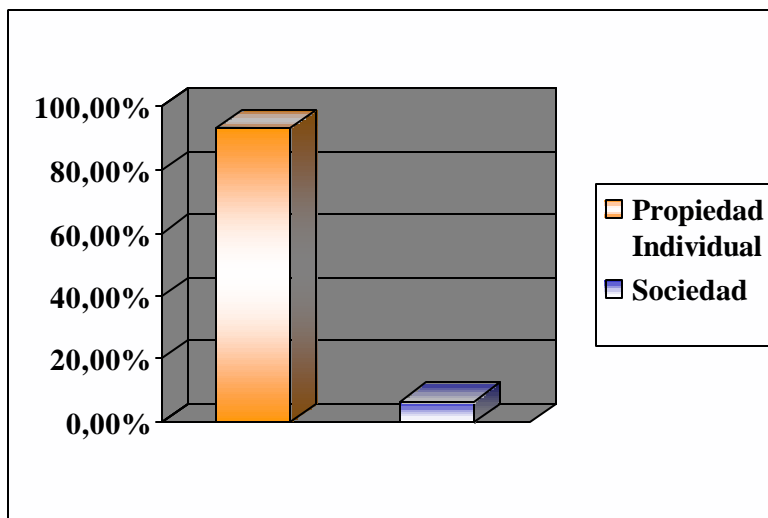
9. CARACTERISTICAS ORGANIZATIVAS Y COMPETITIVAS DE LA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACION DE CALZADO

Tanto la organización como el nivel de competitividad son fundamentales en las aspiraciones de fortalecimiento y crecimiento de una empresa, la organización se refiere a todas aquellas cualidades de dirección y control que posee la microempresa y la competitividad se refiere al nivel de capacidad que posee para hacer frente a otras organizaciones que están en el mismo entorno productivo.

Al entrar a analizar el aspecto organizativo, administrativo y financiero se podrá identificar la estructura económica que manejan los microempresarios y medir el nivel de competencia en el mercado. Por otra parte también se logrará averiguar si los microempresarios dedicados a la fabricación de calzado tienen conocimientos técnicos o su microempresa es dirigida empíricamente, como afirman los estudiosos de las ciencias administrativas, la mayoría de unidades productivas no dominan la parte gerencial, de mercadeo, la contabilidad entre otras herramientas que son indispensables para el progreso de las microempresas. De esta manera analizaremos si estos establecimientos productivos están preparados para competir en un mercado globalizado.

Se ha identificado que el 93.3% del total de las microempresas están constituidas como propiedad individual y tan solo un 6.6% están conformadas en sociedad, esto refleja el poco interés de los propietarios para trabajar en forma conjunta con otras unidades que tienen el mismo objeto productivo. Este análisis se muestra en la Figura 20.

Figura 20. Tipo de microempresa



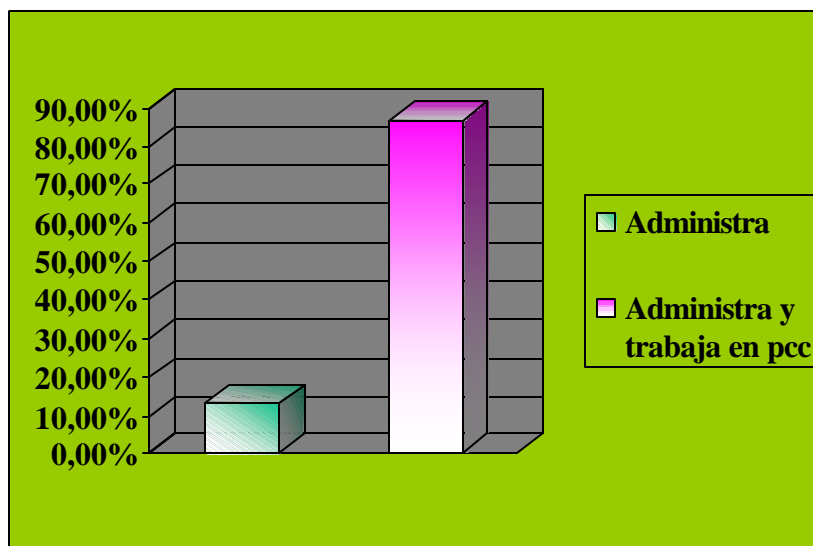
9.1 CARACTERISTICAS ORGANIZATIVAS DE LA MICROEMPRESA

9.1.1 Actividad del propietario en la microempresa. Un gran número de microempresarios no son ilustrados ya que solo cuentan con estudios primarios, es por eso que tienen carencias en conocimientos administrativos, por lo tanto el control y la dirección de su microempresa la realizan de manera rústica e improvisada sin planeación. Por eso se encuentra que el 86.7% de los propietarios participan en la producción como un empleado mas. Ver Figura 21.

De esta manera deducimos que la microempresa no ha logrado un desarrollo significativo, más bien se ha manejado como un taller con muchas dificultades. Buena parte de los propietarios no poseen los conocimientos adecuados para direccional su microempresa hacia el éxito.

La multifuncionalidad del propietario hace que cada tarea realizada se haga a medias, creando un conjunto de fisuras que pueden traer problemas a nivel organizacional.

Figura 21. Actividad desempeñada por el propietario

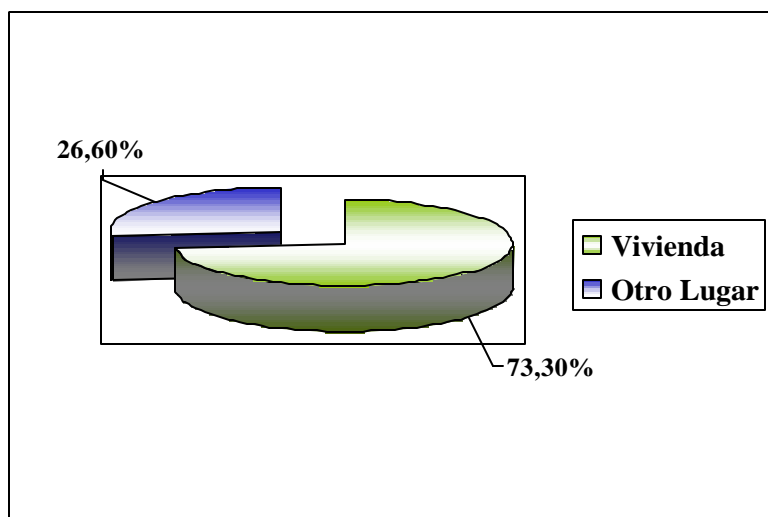


9.1.2 Localización de la microempresa. Según la figura 22, el 73.3% de las microempresas funcionan en el sitio de vivienda, esto refleja la baja evolución económica y organizativa de los microempresarios, manifestándose en la disminución de la producción y comercialización. Estos establecimientos se caracterizan por encontrarse alejados de la zona comercial de la ciudad de Ipiales. Se presenta una comunión entre la actividad productiva y la familiar el hogar es el

centro de concentración de las decisiones a tomar sobre el rumbo de la microempresa.

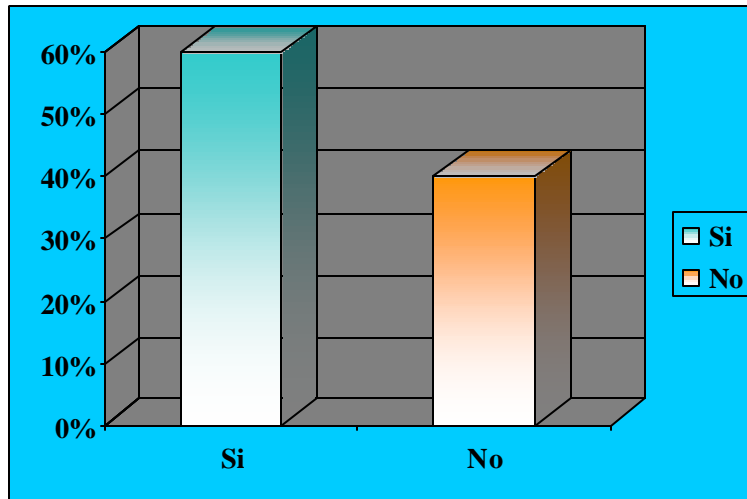
El 26.6% poseen su microempresa en otro sitio diferente al de la vivienda por lo general ubicados en el centro de la ciudad estos talleres presentan un mejor desempeño administrativo y tienen la oportunidad de exhibir sus productos al público con mucha mayor facilidad y de esta manera tener la posibilidad de incrementar sus ventas.

Figura 22. Lugar donde funciona la microempresa



9.1.3 Aplicabilidad de la división de trabajo. La producción de los microempresarios dedicados a la fabricación de calzado en Ipiales no es a gran escala por tanto sus métodos no son muy modernos, mas bien se caracterizan por ser tradicionales es decir que un empleado realiza la mayoría de las actividades hasta llegar a obtener el producto final, aunque esta tendencia se observa en la mayoría de estas unidades productivas, el 60% declara aplicar la división de trabajo en sus procesos productivos y por el contrario, el 40% de las microempresas no aplican la división del trabajo, como se dijo anteriormente un operario realiza todo el proceso de fabricación hasta el producto final.

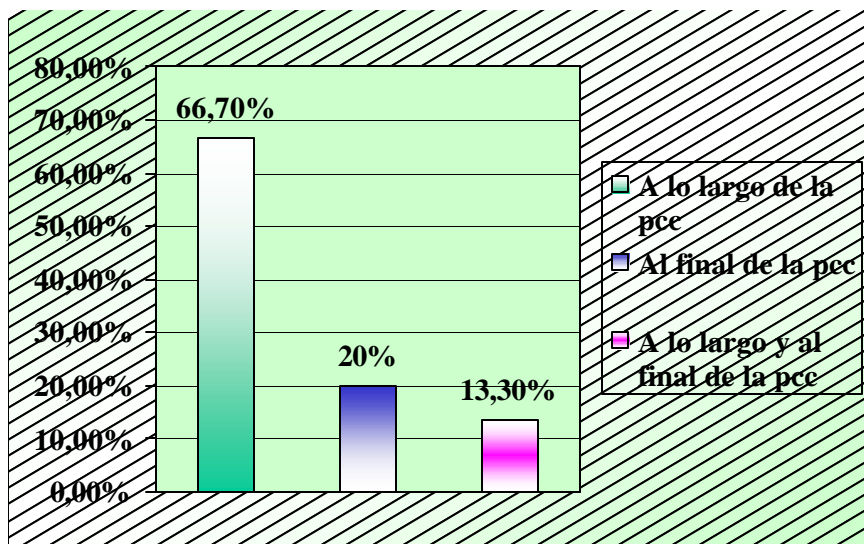
Figura 23. División del trabajo



9.2 CARACTERISTICAS COMPETITIVAS DE LA MICROEMPRESA

9.2.1 Control de calidad. Todos los microempresarios realizan control de calidad a los productos fabricados con el fin de evitar imperfecciones y entregar al consumidor o intermediarios una mercancía en excelentes condiciones, esa es una de las formas que tienen las personas dedicadas a la elaboración de calzado. En el gráfico 24 se puede ver que el 66.7% de los microempresarios hacen control de calidad a lo largo de la producción con el fin de realizar correcciones en medida como se van aplicando los procesos, un 20% realizan el control al final de la producción aseguran que confían en su mano de obra y que esta medida evita interrupciones en la producción, y el 13.3% realiza el control tanto a lo largo de la producción y al final de la producción con el fin de que su microempresa obtenga un valor mas alto y ser reconocida como unidad productiva que entrega un producto de mas alta calidad al cliente .

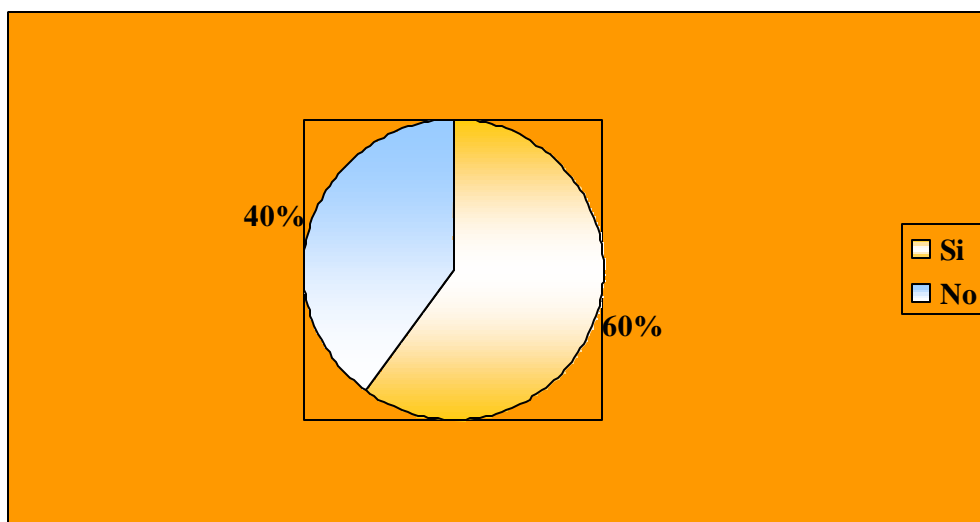
Figura 24. Control de calidad



9.2.2 Presencia de crédito y destinación. Un 60% del total de microempresas que operan en la ciudad de Ipiales fabricando calzado, han solicitado al menos alguna vez un mecanismo de crédito. Un 40% de las microempresas no lo han solicitado, algunos lo han intentado muchas veces, más sin embargo por los requisitos exigidos y la tramitología los limita, dentro de estos están los estados financieros que exigen los bancos, algunas veces es requisito estar legalizado, tener respaldo de un bien raíz o codeudores. Ver Figura 25.

Todas estas exigencias hacen complicado que un microempresario con bajos ingresos pueda tener oportunidad de salir favorecido.

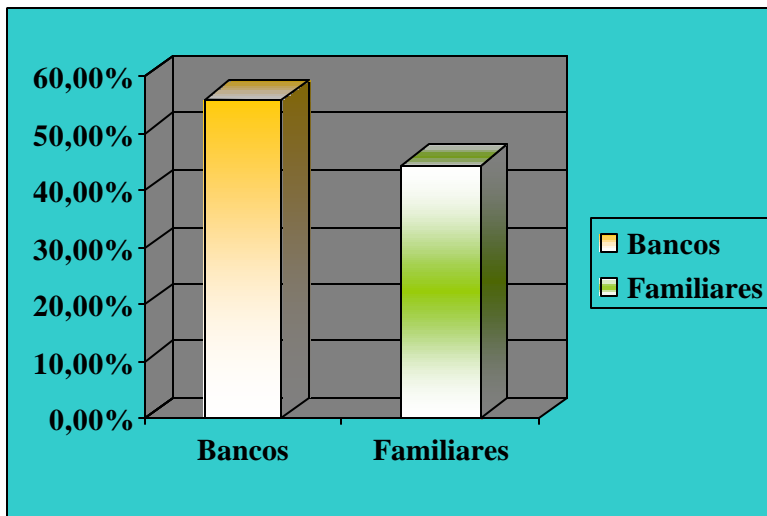
Figura 25. Solicitud de crédito



Del 60% de las microempresas que si han solicitado un mecanismo de crédito, el 55.6% lo han solicitado con bancos porque su microempresa cumple con los requisitos exigidos por estas entidades, además que sus propietarios tienen conocimiento sobre el manejo de créditos. Un 44.4% de las microempresas han solicitado sus créditos con familiares, aseguran que ellos les prestan en mejores términos además que su monto de endeudamiento no es muy amplio. Ver figura 26.

Los créditos han sido destinados para modernizar la producción, adquisición de materia prima y compra de maquinaria.

Figura 26. Procedencia de los créditos

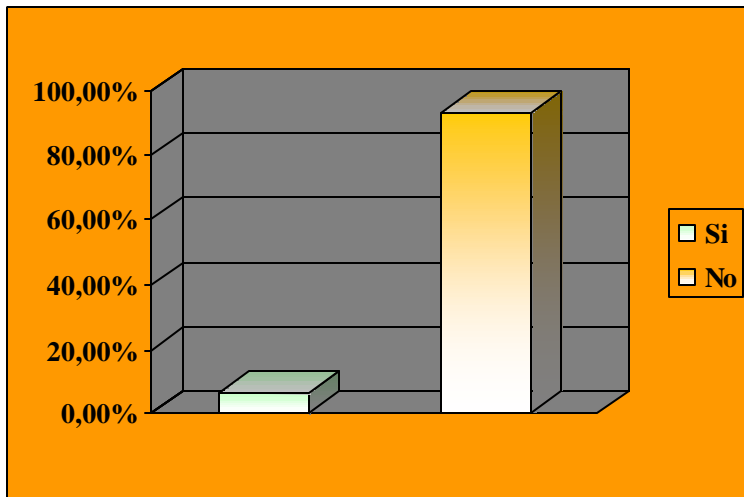


9.2.3 Manejo de informes contables. Este es un tema desalentador dentro de la organización, al tener en cuenta que el 93.3% de los microempresarios no llevan informes contables porque desconocen la manera de hacerlo, por tanto no saben como se encuentra la microempresa financieramente, un problema latente para el microempresario que en muchas ocasiones no sabe realmente si su negocio es rentable o por el contrario se esta estancando. Ver Figura 27.

La mayoría de los propietarios realizan cálculos sencillos que les muestran cuanto dinero gastan en materia prima, en mano de obra y cuanto les queda en utilidades.

Son pocos los que manejan esta herramienta 6.6%, y por tanto tienen una mejor organización dentro del aspecto financiero.

Figura27. Informes contables

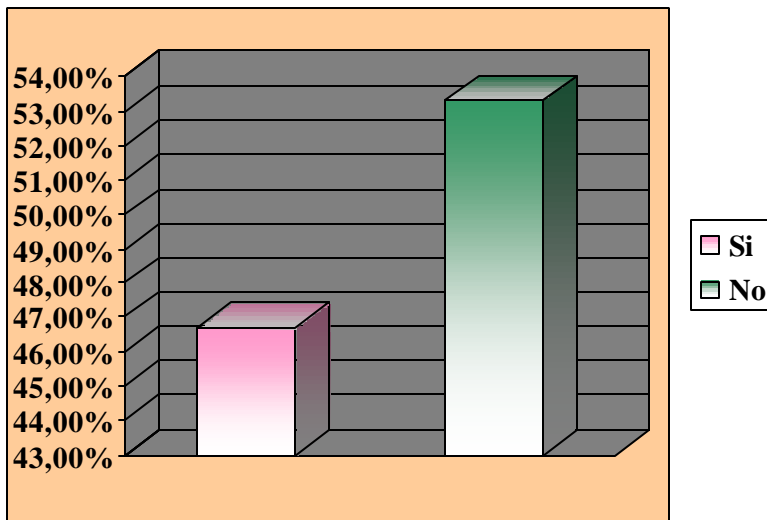


Aspectos como estos explican la poca visión del microempresario, puesto que no tienen una radiografía de su microempresa que muestre sus capacidades reales de crecimiento y financiamiento.

9.2.4 Expectativas de incursionar en nuevos mercados. El 46.7% plantea que esta dispuesto a introducirse a nuevos mercados con el objetivo de incrementar sus ventas y participar en nuevos segmentos de mercado de esta forma poder obtener una mejor posibilidad de incremento en las ventas de este sector. Las expectativas de incursionar en nuevos mercados en un 57% están dirigidas hacia el mercado ecuatoriano y un 42.8% se dirige hacia nuevos segmentos del mercado local.

Un 53.3% de los microempresarios no están interesados en incursionar en nuevos mercados, esto se debe a que su capacidad de producción es limitada y su objetivo es fortalecerse en primer lugar dentro del mercado en el que opera. Ver Figura 28.

Figura 28. Expectativas de incursionar en nuevos mercados

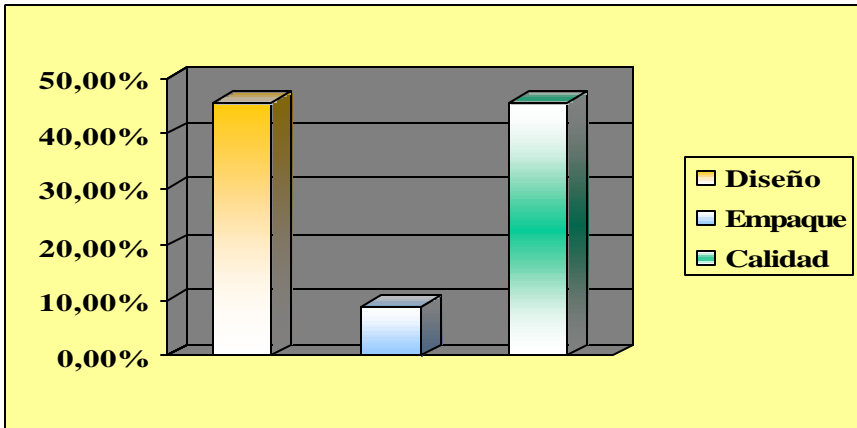


Esto nos indica el bajo nivel cultural de emprendimiento que tienen los microempresarios dedicados a la fabricación del calzado, pues no se arriesgan a buscar nuevos mercados para su producto por temor a fracasar e incurrir en pérdidas.

9.2.5 Innovación en la producción de calzado. Es imprescindible que el microempresario del calzado esté en continuo cambio a nivel productivo, innovando constantemente para poder comercializar de una mejor manera su producto es decir estar a la vanguardia de las tendencias de la moda en el mercado garantiza aceptación por parte del consumidor. El 45.6%, de los microempresarios están en continuo cambio en sus diseños y nuevas líneas de productos, ya que el consumidor exige que el producto sea moderno. El 45.6%, de los propietarios de estas unidades económicas se han preocupado por ofrecer al público cada vez calzado de mejor calidad manifestando que esa es la estrategia principal para que su producto tenga reconocimiento y sea aceptado en el mercado.

El 8.9%, se ha preocupado por estar constantemente cambiando el empaque de sus productos con el objetivo de que su calzado poco a poco vaya teniendo más reconocimiento en la localidad. Ver figura siguiente.

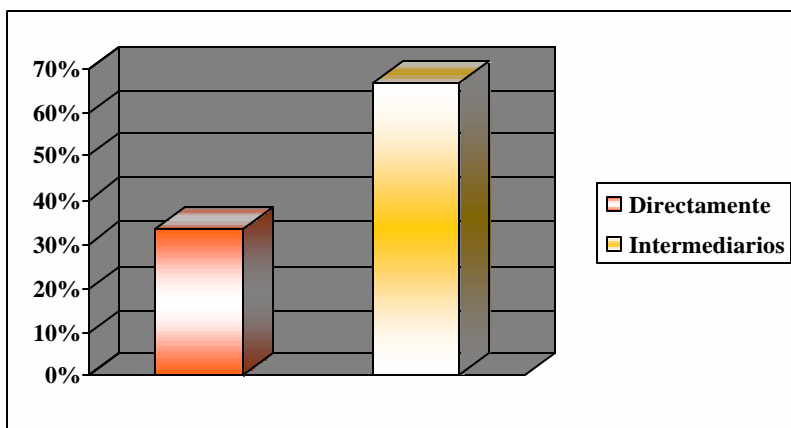
Figura 29. Innovación de la producción



9.2.6 Venta del producto del microempresario. El 33.3%, de los microempresarios dirigen su producción de calzado al consumidor final es decir comercializan directamente con la comunidad, en la mayoría de casos por pedido, fabricando el producto teniendo en cuenta el gusto del demandante. Estas microempresas tienen la característica de estar ubicadas en la zona comercial de la ciudad.

El 66.7%, canalizan su producción a intermediarios que tienen sus almacenes en la zona central de la ciudad, teniendo en cuenta las temporadas donde el producto es más comercializado. Una de esas épocas es el período escolar donde la demanda alcanza su mayor rango en ventas. Estos porcentajes nos revelan que la mayoría de los microempresarios prefieren entregar su producción a intermediarios por lo general a un solo cliente que es el que compra toda la producción, antes que vender su producto al público. Ver Figura 30.

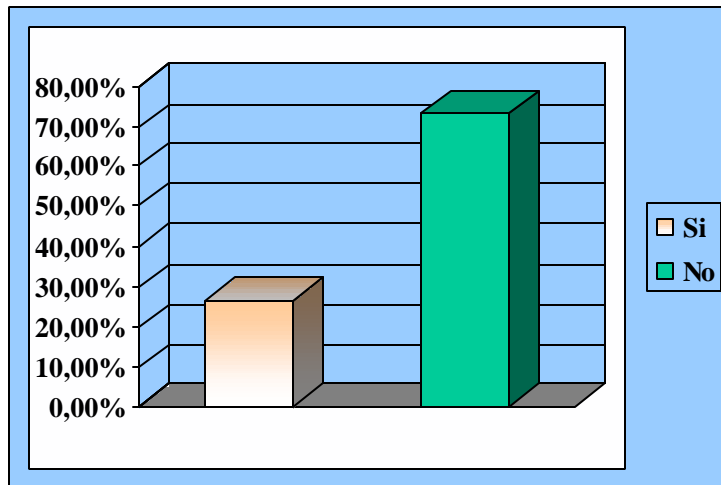
Figura 30. Venta de productos fabricados



9.2.7 Mercadeo. El 26.7% de los propietarios de la microempresa ha realizado mercadeo, o por lo menos alguna vez han realizado publicidad, para lograr un incremento en las venta y dar a conocer al publico los productos que fabrica. Se ha aplicado publicidad con el fin de no caer en el anonimato y por el contrario lograr que su producto sea reconocido dentro del mercado en el cual participa, factor determinante dentro de la competitividad.

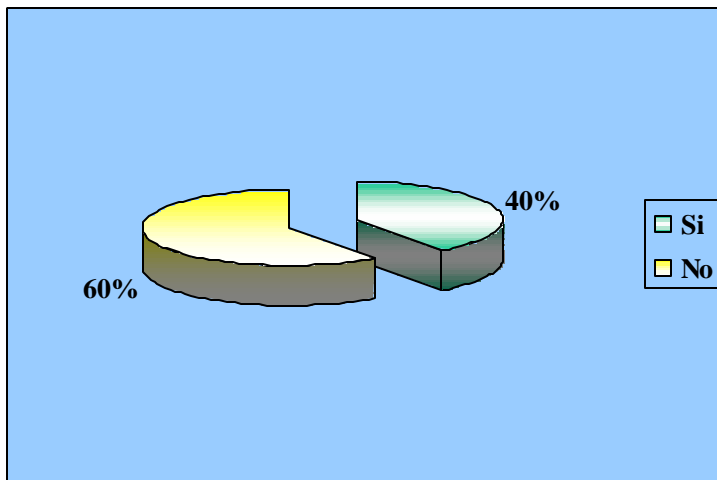
El 73.3% de los microempresarios no han realizado ninguna tipo de estrategias de mercadeo, es mas desconocen los beneficios que le puede traer en términos de competitividad, algunos otros se excusan en la falta de recursos económicos y otros afirman que introducir el mercadeo dentro de su microempresa es infructuoso y solamente representa gastos adicionales. Ver Figura siguiente.

Figura 31. Mercadeo



9.2.8 Adquisición de maquinaria. El avance tecnológico que pueden lograr las pequeñas unidades productivas será de mucha utilidad para mejorar el nivel de su producción. La microempresa del calzado se caracteriza por trabar con maquinaria tradicional en el sentido de que son muy pocos los que se han modernizado a sabiendas de que esto le traerá dificultades a nivel competitivo. El 40% de los microempresarios dedicados a la fabricación de calzado han adquirido nuevas maquinarias que les faciliten y agilicen el proceso productivo entre las cuales podemos mencionar, selladora, pegadora de suela, devastadora de pieles entre otras. El 60% no se han interesado en la modernización de su microempresa, siguen utilizando la misma maquinaria tradicional que no genera el rendimiento adecuado para lograr un nivel competitivo dentro del mercado. Ver Figura 32.

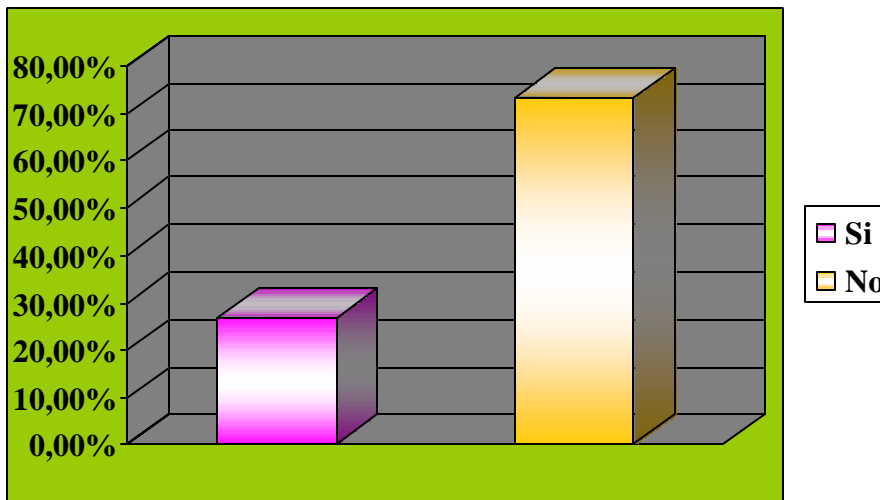
Figura 32. Adquisición de maquinaria



9.2.9 Disposición para asociarse. La asociatividad es un tema fundamental dentro de las aspiraciones de fortalecimiento de la microempresa, tema de mucha discusión por parte de los propietarios, difícil de llevarse a cabo por contraposición de ideas y nula cultura empresarial. Es por esto que se ha notado un desinterés muy grande por asociarse, el motivo principal es la desconfianza y el egoísmo que existe dentro de los microempresarios dedicados a la fabricación de calzado, argumentando que en tiempos pasados se trato de conformar asociaciones pero que al corto tiempo fracasaron eso se debió principalmente a que la personas no adquieren un compromiso serio y buscan sacar provecho individual por encima del desarrollo social. Es por esta razón que el 73.3% de los microempresarios respondieron que no están interesados en asociarse con otras personas dedicadas a esta misma actividad. Por otra parte afirman que le gusta trabajar independientemente ya que al asociarse pierden este privilegio.

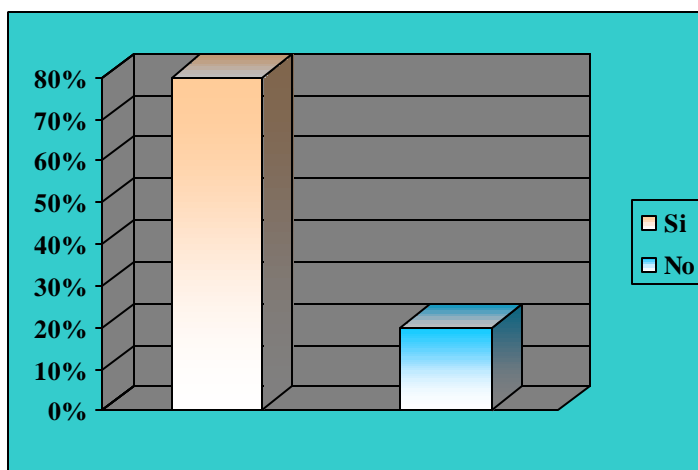
El 26.7% de los microempresarios manifiestan que si están interesados en asociarse con otras personas que se dediquen al mismo oficio, pues ven en esta estrategia una posibilidad de progreso y desarrollo además, piensan que podrían obtener beneficios económicos y políticos que les ayude a mejorar considerablemente. Ver Figura 33.

Figura 33. Interés por asociarse



9.2.10 Competencia. La llegada de productos extranjeros, procedentes principalmente de la China, Chile, Brasil y la alta competitividad de productos del interior del país, ha sido un factor determinante en las bajas ventas de las microempresas de la ciudad de Ipiales. La competencia ha logrado posicionarse dentro del mercado con productos de más alta calidad y a más bajos precios, de aquí que los distribuidores comerciales prefieran este calzado que otorga una mayor rentabilidad para ellos, provocando un desplazamiento de los fabricantes locales.

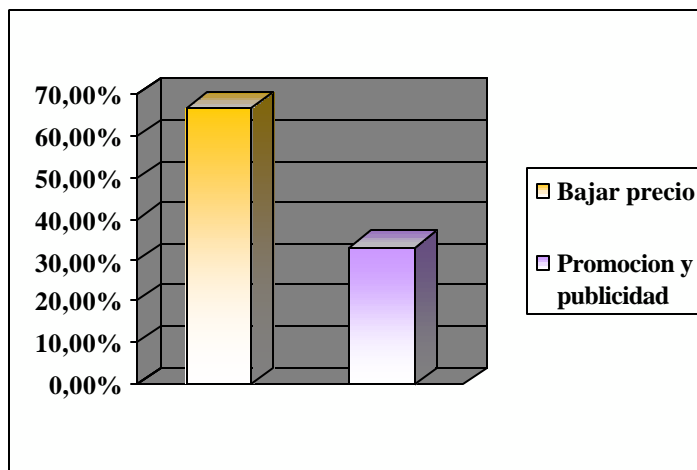
Figura 34. Dificultades competitivas



De acuerdo con la figura 34, el 80% de los microempresarios, se han visto afectados en alguna manera por la llegada de nuevos competidores. El 20% de los microempresarios no han experimentado grandes cambios a nivel productivo y comercial, esto puede deberse a que estas microempresas poseen un cliente fijo o un pedido fijo de mercancías.

9.2.11 Medidas que ha tomado el microempresario para competir en el mercado. En la Figura 35 puede apreciarse que el 66.6% de los microempresarios que se han visto afectados por la competencia han tomado la decisión de hacer frente a este suceso bajando los precios de sus productos, aunque esto lleve a la reducción exagerada de sus ingresos. Por tanto existe el temor de que si la competencia sigue rigurosa, la posibilidad de que desaparezcan algunas microempresas es latente.

Figura 35. Medidas comerciales para competir en el mercado



El 33.4%, de las microempresas han resuelto hacer frente a esta competencia mediante la utilización de herramientas como la publicidad y la promoción, con el objetivo de que se mantengan sus ventas y los ingresos alcancen para mantenerse dentro del mercado del calzado .

10. ALTERNATIVAS DE SOLUCION A LOS PROBLEMAS COMPETITIVOS DE LA MICROEMPRESA

El microempresario dedicado a la fabricación de calzado hoy más que nunca necesita la presencia de aquellas instituciones estatales y privadas que le puedan brindar los conocimientos necesarios en todos los ámbitos donde se desenvuelve estas unidades económicas. Preocupación de todos debe ser el fortalecimiento de este núcleo de la economía Ipialeña, que cada vez se hace más representativo. Entidades como cámara de comercio, secretaría de industria y comercio, SENA, ACOPI, MIPYME, Universidad de Nariño e investigadores, deben estar prestos a fortalecer la estructura no solo económica sino también social del microempresario. El asesoramiento en cuanto a las tendencias aperturistas debe estar enfocado al aprovechamiento de las posibilidades de colocar el producto regional en vitrinas de todo el mundo partiendo del mejoramiento de los procesos productivos, calidad, innovación y precio.

La ayuda mutua llevara al fortalecimiento de este sub-sector de la industria, con mejores ingresos, contratación de nuevo personal inversión, aporte al situado fiscal que se convertirá en reinversión social creando una situación de desarrollo y bienestar.

10.1 ESTRATEGIAS ECONOMICAS

10.1.1 Producción. En este caso nos referimos principalmente al diseño del proceso productivo que permite organizar y distribuir de manera eficiente las actividades productivas de la microempresa de esta forma optimizar los tiempos y flujos de materiales, equipos y herramientas. Por otra parte se recomienda que el microempresario maneje stock de mercancías y que su producción no se base únicamente por pedido. Se debe mantener un mostrario lo suficientemente amplio que respalde las posibles nuevas demandas.

10.1.2 Tecnificación. Seria de gran ayuda que el gobierno fuera el intermediario para que estas unidades productivas consiguieran “modernizarse”, guardando siempre la coordinación con los niveles productivos manejados. Pues se ha observado que el microempresario realiza gran parte de su producción manualmente sin tener los rendimientos necesarios para competir eficientemente en el mercado. Otro factor importante de resaltar es que el microempresario no posee el capital necesario para adoptar métodos innovadores que agilicen su producción.

10.1.3 Finanzas. El microempresario tiene escasez de recurso financiero disponible para la inversión, lo que muestra la importancia del crédito como salvavidas en las coyunturas económicas críticas, o como también en las

expectativas de mejoramiento en procura de ampliación de mercado. Es importante dar a conocer entidades como COOEMPRESER, FINDETER, FOGAFIN, entre otras, y que requisitos exigen para el otorgamiento de créditos de inversión a los microempresarios.

10.1.4 Mercadeo. La aplicación de ideas mínimas de mercadeo pueden incrementar considerablemente las unidades demandadas. Muchas de la microempresas dedicadas al la fabricación de calzado se limitan a manejar la clientela del sector local inclusive del barrio, considerándolos como clientes fijos con temor a perderlos. Por lo tanto es urgente adoptar por parte del propietario de la microempresa estrategias de promoción y publicidad que den a conocer los productos fabricados a los clientes potenciales. Se trata de buscar al cliente y cautivarlo con un producto de alta calidad y a un precio justo.

10.2 ESTRATEGIAS ORGANIZATIVAS

10.2.1 Asociación. “La unión hace la fuerza” esta frase tan conocida parece ser uno de los caminos viables para fortalecer a los microempresarios dedicados a la fabricación de calzado. Esta alternativa permitiría aminorar o reducir los costos de producción y manejar créditos, al contratar un solo proveedor mayorista de los insumos principales para la producción. Así mismo la asociación permite la credibilidad a escala local y nacional, para la ejecución de posibles proyectos de inversión de beneficio general.

Un proyecto ambicioso que seria de gran utilidad no solo para los microempresarios del calzado sino que también para muchos propietarios de estas unidades económicas que deseen mostrar sus productos, es la creación de un centro de exposición en un lugar céntrico de la ciudad de Ipiales. Esta idea ya ha sido planteada anteriormente por un estudio socioeconómico de la microempresa realizado por CORPONARIÑO como también por el señor Pablo Trejo.

Actualmente existe en la ciudad de Ipiales un proyecto casi hecho realidad para el fortalecimiento de la microempresa del calzado. En las instalaciones del centro de estudios superiores de Ipiales, donde actualmente funciona la Universidad de Nariño, se encuentra ubicado lo que hoy se conoce como Cooperativa Industrial del Calzado “COOINCAL”, proyecto que con ayuda de entidades como la PEPSE, SENA, alcaldía municipal de Ipiales, entre otras, se consiguió la adecuación de una planta con tecnología apropiada para el mejoramiento del proceso productivo.

Este proyecto pretendía la asociatividad de todas las microempresas fabricantes de calzado con la visión de pasar a conformar una pequeña empresa, la cual genere mayor nivel de producción de más alta calidad y competitividad tanto en el mercado local, regional, nacional y por que no en mercados extranjeros. Mas sin

embargo la falta de organización, confrontación de ideas y egoísmo, falta de preparación y cultura empresarial por parte de los asociados, hizo que el propósito empresarial de unificación de fuerzas poco a poco se disperse, encontrando hoy unas instalaciones aprovechadas por unos pocos que buscan los intereses particulares, donde la capacidad de la maquinaria no llega ni siquiera a su más bajo nivel productivo. Por otra parte los dirigentes políticos, es más ni la agremiación de zapateros, han gestionado un plan estratégico que otorgue la posibilidad de recuperar la idea que se tenía en un principio de trabajar en forma conjunta por el bienestar general y el desarrollo de la región.

Como alternativas de solución que se plantea en el presente trabajo de investigación, sería el asesoramiento de las universidades que actúan en la localidad, especialmente la Universidad de Nariño, en los procesos de planeación, organización, ejecución y control, y en las áreas de administración, producción, comercialización, que fortalezcan la estructura empresarial e impulsen nuevas ideas de desarrollo integral que garanticen mejores niveles de vida para los socios y a nivel general para la comunidad.

Así mismo es de vital importancia la intervención de los dirigentes políticos, con programas de capacitación empresarial, que se reactive y se organice mejor los programas brindados por cámara de comercio, el SENA, para que las capacitaciones sean ofrecidas por personas competitivas y de alto conocimiento.

10.2.2 Legalización. Los microempresarios dedicados a la fabricación del calzado en su gran mayoría no están registrados en la cámara de comercio y en la oficina de industria y comercio de Ipiales el motivo principal es el miedo al cobro de impuestos, como también el desconocimiento de los trámites necesarios para la legalización exonerándolos de los beneficios de créditos, contrataciones y mayor confianza con proveedores y capacitaciones que brinda la legalización. La creación de conciencia de este factor depende mucho de la promoción que se haga por parte de las entidades públicas encargadas, mostrando las ventajas de estar legalizado y mejor aun haciéndolas realidad. La legalización es darle identidad y reconocimiento al microempresario quien puede ser participe de las decisiones que se toman a nivel local con respecto a medidas que les compete, no sería un observador más de pensamientos ajenos sino que se convierte en una célula activa del desarrollo.

10.2.3 Capacitación. Como se ha mencionado a lo largo de la investigación, el microempresario sufre de muchas falencias en los campos de administración, producción, y distribución de su mercancía. Es por ello que se hace urgente desarrollar un mecanismo de capacitación colectiva e individual que llene éstos vacíos. Vemos la importancia de enseñarle al microempresario a medir costos de producción, para que se observe la verdadera utilidad obtenida.

Crear la cultura de manejo de los libros contables, que revelen los movimientos principales de la microempresa. En la mayoría de los encuestados se dejó ver el inconformismo de las capacitaciones ofrecidas por instituciones como el SENA y la Cámara de Comercio de Ipiales, por quedarse estancadas en simples conferencias y no en la enseñanza de mejoramiento de procesos productivos y de comercialización.

CONCLUSIONES

La situación socioeconómica en la que encuentran hoy los microempresarios dedicados a la fabricación de calzado en cuero no es muy alentadora, ya que estas unidades productivas se caracterizan por tener una estructura organizativa deficiente que obstaculiza su expansión y desarrollo en el mercado local y regional. De esta manera podemos mencionar que la microempresa del calzado se ve envuelta en un ambiente de retroceso productivo y comercial, afirmación que se comprueba teniendo en cuenta el desempeño económico regular que posee este subsector de la economía; es decir lamentablemente no podemos decir que sea un sector económico que jalone el desarrollo del municipio de Ipiales, y mucho menos de la región.

Por otro lado, la microempresa dedicada a la fabricación de calzado se ha visto envuelta en una situación de dura competitividad comercial, la política de libre mercado ha hecho que estas pequeñas unidades productivas tengan desequilibrios económicos, es decir sus ingresos generados no son lo suficientemente buenos para lograr un despegue o crecimiento productivo, es por eso que las microempresas que se dedican a esta actividad económica no generen un gran número de empleos, de esta forma tampoco podemos afirmar que este sector sea la célula que vaya a jalonar un desarrollo económico y social.

Estas unidades económicas no se ubican en la actualidad como un sector pujante y desarrollado pero si contribuyen a que las familias que se dedican a esta actividad de la fabricación de calzado en cuero tengan ingresos que les permitan medianamente satisfacer sus necesidades básicas lo cual es de gran importancia para que un segmento pequeño de la población de la ciudad de Ipiales, tenga un trabajo estable y no este engrandeciendo las filas del desempleo en nuestro país.

El perfil educativo bajo del microempresario, lo ubica a la deriva de la improvisación y del arraigamiento de pensamientos tradicionales tanto de producción como de administración y distribución, logrando con ello el rezago y estancamiento ante un mercado fluctuante. Es evidente durante la investigación la escasa presencia de informes contables que les permita conocer a fondo el panorama de su situación.

El crédito es restringido, no muchas veces por las ofertas que hace el gobierno, sino por la ilegalidad de la mayoría de los microempresarios que no les permite cumplir con los requisitos exigidos por parte de las entidades financieras.

De esta forma acceder a un crédito se ha vuelto un imposible para los dueños de estas unidades productivas, trayendo inevitablemente con esto, que las

microempresas sigan funcionando con escaso capital y con una tecnología en su mayoría obsoleta que afecta directamente en la productividad y el desarrollo de su microempresa.

La asociatividad no es de mucho agrado por parte de los microempresarios dedicados a la fabricación de calzado, existe la mentalidad de que el trabajo en conjunto afectará su independencia y autonomía en las decisiones frente al mercado y su producción. La desconfianza es el común denominador que no permite la relación o el trabajo en grupo pues las experiencias que la mayoría tienen de trabajo asociado son negativas y no ha dado buenos resultado debido a que el compromiso colectivo se desvanece en los intereses individuales.

Las expectativas del microempresario son el incremento de ventas mediante la introducción a nuevos mercados y la innovación del producto. Su lucha es el crecimiento económico, lucha que en muchas ocasiones no da los resultados esperados por su desorganización. Por tanto los esfuerzos se ciernen en fugas del aprovechamiento máximo de los recursos disponibles.

La competitividad no es una de las principales características del microempresario Ipialeño dedicado a la fabricación de calzado, las herramientas detectadas se encuentran en los marcos de la artesanía existiendo mucha dependencia de la eficiencia de la mano de obra, esto conlleva a tener un rendimiento lento de la producción que no podría satisfacer la demanda que exigen los tratados comerciales internacionales.

La dinámica microempresarial en la ciudad de Ipiales, se desenvuelve con una desequilibrada estructura económica, pero que a pesar de esto se mantiene, por lo tanto es de vital importancia fomentar su desarrollo y promover estrategias económicas que impulsen al mejoramiento de estas unidades productivas y se involucren en las nuevas tendencias comerciales que exigen mayor estabilidad y buena competitividad.

El grado educativo predominante en la microempresa dedicada a la fabricación de calzado es de un nivel primario con un 45%, esto refleja el porque las personas que manejan la microempresas se caracterizan por tener una estructura organizativa y administrativamente débil que afecta el buen funcionamiento de esta unidad productiva, además se trabaja sin planeación solo se rige por los pedidos de los clientes.

Todos estos aspectos hacen que la permanencia de estas unidades económicas sea cada vez más vulnerable y de ahí la importancia de implantar o impulsar nuevas políticas económicas y de desarrollo por parte del Estado, que solucionen los problemas encontrados en la microempresa dedicada a la fabricación de calzado en cuero en la ciudad de Ipiales.

RECOMENDACIONES

Sería importante para el desarrollo microempresarial y de gran conveniencia que los propietarios de estas pequeñas unidades productivas tomen en cuenta la legalización de su establecimiento y se desarrolle la cultura empresarial, de esta manera trabajar formalmente es decir bajo las normas legales que establece el Estado Colombiano; y pensar que la legalización de su microempresa no es un gasto sino más bien una inversión que hacen para aprovechar los beneficios que esto otorga, entre los cuales podemos mencionar, una mayor facilidad para acceder a los créditos ante las entidades financieras, realizar contratos con empresas dedicadas a esta misma actividad económica o entidades públicas, tener una mayor credibilidad en el mercado, su establecimiento sea de mayor conocimiento público, aprovechar las capacitaciones y asesorías que ofrecen los funcionarios del gobierno nacional, entre otros beneficios que seguramente ayudarán a que su microempresa del calzado logre una mejor estabilidad económica.

Adoptar mecanismos mínimos de administración, donde se muestre una estructura organizativa de la microempresa, el organigrama se presenta como una herramienta importante de división de tareas y áreas involucradas en el funcionamiento de la unidad productiva, así mismo creemos en la importancia de implementar aspectos de la planeación estratégica o elementos corporativos como visión, misión, principios y objetivos corporativos que recuerden a diario el direccionamiento que tiene la microempresa.

Crear un grupo de profesionales, estudiantes y microempresarios a cargo de la Universidad de Nariño que estudie a fondo los fenómenos globales y específicos y de soluciones a los problemas de la esfera productiva de la microempresa.

Importante es la información y por ello recomendamos la utilización de las herramientas que ofrece hoy la tecnología en las comunicaciones. El internet debe ser una fuente de aprendizaje de los cambios socioeconómicos en el mundo que pueden presentar oportunidades o amenazas para el mercado local.

El microempresario dedicado a la fabricación de calzado fracasa muchas veces por la ausencia de un estudio de mercado adecuado que refleje la inversión inicial, personal mínimo requerido para la producción, localización estratégica de mercados, rendimiento del capital, futuras demandas, entre otras por eso se recomienda el asesoramiento de una persona capacitada en esta área que tenga los conocimientos necesarios para lograr un mejor direccionamiento y de esta forma consiga establecer a estas unidades económicas en el mercado como células de desarrollo.

Sería importante que el microempresario tenga la iniciativa de convocar a los colegas para realizar eventos de publicidad y promoción donde se muestre sus productos, y de esta manera tengan una mayor acogida en el mercado.

Distribuir los productos de los microempresarios en los almacenes importantes y reconocidos no sólo de la ciudad, bajo la forma de consignación dando a conocer un producto de buena calidad y buen diseño.

Sería de mucha ayuda para la expansión de mercado la creación de un catalogo general donde se muestre la variedad y diseños y en general todos aquellos aspectos o atributos que orienten a potenciales clientes a la compra de su producto.

BIBLIOGRAFIA

ANZOLA, Sérvulo. Administración de pequeñas empresas. México : McGraw- Hill, 2001.

CASTAÑO, Hugo; LOPEZ, y PARRA, Ernesto. La calidad del empleo y la microempresa urbana en Colombia. Bogotá : s.n., 1990.

CENTRO DE INOVACION Y SERVICIOS PARA LA INDUSTRIA DEL CALZADO. CEINNOVA. Microempresa y Competitividad Cuero. Bogotá : Impresión Panamericana formas e impresos, 1998. 188 p.

CONCEJO DE NORMALIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE COMPETENCIA LABORAL. CONOCER. Análisis sectorial de las industrias de cuero y calzado. México : Limusa, 2000. 77 p.

CORPORACIÓN AUTÓNOMA PARA EL DESARROLLO DE NARIÑO. CORPONARIÑO. Diagnostico técnico económico y social de la microempresa en las ciudades de Pasto, Ipiales y Tumaco. Pasto : CORPONARIÑO, 1984.

GOMEZ, Hernando; TARAZONA, Lucia y LONDOÑO, Juan. La microempresa urbana, perspectivas, promoción, y políticas. Bogotá : LITOSOCIAL, 1984.

COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO. Ley Mipyme. Ley No 590-10 de julio de 2000 de Colombia, artículo 1, artículo 2. Bogotá : Temis, 2000

OSER, Jacob y BLANCHIFIELD, William. Historia del pensamiento económico. Madrid : Española, 1980.

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SOCIO-ECONÓMICAS Y TECNOLÓGICAS. Programa de micro y pequeña empresa en el Ecuador. Quito : s.n., 1989. 79 p.

ZERDA, Álvaro. Cuadernos de economía número 25 pequeña y mediana industria. Bogotá : Universidad Nacional, 1996. 105 p.

ANEXOS

Anexo A. Planilla de censo

PLANTILLA DE CENSO (JULIO DE 2006)
UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROYECTO DE GRADO:

“ESTUDIO SOCIOECONOMICO DE LA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN DE CALZADO EN LA ZONA URBANA DE LA CIUDAD DE IPIALES PARA EL AÑO 2006”

No	DIRECC	BARRIO	NOMBRE PROPIETARIO	NOBRE MICRO/	TEL	CLASIFICACION	
						ECO. POPU.	MICRO.
1	MZ 5 CASA 15	LA FLORESTA	JORGE H. R.	JORGE	7737520		X
2	KRA 6 No 0-401	AV. LAS LAJAS	ARMANDO PINCHAO	STEVENS	7253707		X
3	KRA 3 No 2-22	AV. LAS LAJAS	JORGE MONTENEGRO	CALZADO J & M	7251052		X
4	CALLE 8 No 8-35	ALFONSO LOPEZ	ERIBERTO TOBAR	CALZADO PALERMO	7250231		X
5	KRA 10 No 11-90	JOSE A. GALAN	SOCRATES VALLEJO	CALZADO VENUS	7736575		X
6	KRA 9 No12-24	JOSE A. GALAN	ORLANDO BASTIDAS	MAYOLY	7734978		X
7	KRA 10 No 11-64	JOSE A. GALAN	JULIO CABRERA	JUNIOR	7730947		X
8	KRA 9 No 9-48	PALERMO	ESMUNDO VALLEJO	STREET	7250725		X
9	CRA 9 No 3-25	ALFONSO LOPEZ	LUIS ROSERO P.	CALZADO MT	7736225		X
10	MZ 2 CASA 6	PINARES	BAYARDO CISNEROS	CALZADO JUNIOR	7730963		X
11	KRA 2 No 13.21	VELLAVISTA	GERMAN TOBAR	DACOTA Y CO	7733633		X
12	CALLE 18 No 1-38	OBRERO	JAIME REINA	ESTILOS YENY	7253990		X
13	KRA 7 No 28-65	PUNES	JOSE ACOSTA	CALZADO PABON'S	3154323370		X
14	KRA 3 No 7-55	LA LAGUNA	JORGE NARVAEZ	ROSTER	7256598		X
15	MZ 4 CASA 6	LA FRONTERA	ARTURO ESPINOSA	GOGGIN	7251119		X

Anexo B. Figura de censo

CENSO DE LA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACION DE CALZADO EN CUERO EN LA ZONA URBANA DE LA CIUDAD DE IPIALES PARA EL AÑO 2006.



Anexo C. Encuesta

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ENCUESTA A LA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN DE
CALZADO EN CUERO EN LA ZONA URBANA DE LA CIUDAD DE IPIALES

CONFIDENCIAL: Los datos que se solicita en este formulario son estrictamente confidenciales y en ningún caso tienen fines fiscales ni pueden utilizarse como prueba judicial.

FINALIDAD: Realizar un estudio socioeconómico de la microempresa dedicada a la fabricación de calzado en cuero en la ciudad de Ipiales para el año 2006.

CAPITULO I

PERFIL DEL MICROEMPRESARIO

1.1 Nombre del establecimiento _____ Teléfono _____

Dirección _____

1.2 Sexo del propietario: F _____ M _____ Edad ____ Años

1.3 Estudios realizados: Primaria ____ Secundaria _____ Técnico _____

Profesional _____

1.4 Su microempresa esta registrada ante la Cámara de Comercio: Si ____

N No ____ Indique el motivo _____

1.5 Año en que inicio operaciones: _____

1.6 Que le motivo a iniciar esta actividad: Oportunidad de Ingresos ____

Falta de empleo _____ Tradición familiar _____

CAPITULO II

PRODUCCIÓN, INGRESO Y EMPLEO

2.1 Que clase de calzado fabrica

Niño ____ Formal ____ Informal ____ Deportivo _____

Dama ____ Formal ____ Informal ____ Deportivo _____

Caballero ____ Formal ____ Informal ____ Deportivo _____

2.2 Que cantidad mensual de calzado se fabrica:

Niño unds _____ Dama unds _____ Caballero unds _____

2.3 Cual es el costo promedio en la fabricación de calzado para:

Niño \$ _____ Dama \$ _____ Caballero \$ _____

2.4 Como se fijan los precios del producto fabricado:

Mercado _____ Costos _____

2.5 Si su respuesta es por costos, que porcentaje de utilidad maneja:

5% _____ 10% _____ Más del 15% _____

2.6 Durante los últimos tres años su producción a aumentado: Si ___ No ___

2.7 La producción se orienta de acuerdo a: Pedido _____ O por orientación del mercado _____

2.8 En la elaboración del producto se maneja tiempos de producción: Si ___ No ___

2.9 El abastecimiento de materias primas e insumos es:

Local _____ Regional _____ nacional _____ Exterior _____

2.10 El destino de la producción es: Local _____ Regional _____ Exterior _____

2.11 Número de empleados en la microempresa:

Hombres ___ Mujeres ___

2.12 De los anteriores cuantos son: Profesionales _____ Técnicos _____

B Bachilleres _____ Escolares _____ Ninguno _____

2.13 El salario pagado a los empleados es: Un salario mínimo _____ Menos del salario mínimo _____ Más del salario mínimo _____

2.14 Han recibido alguna capacitación los empleados por parte de la microempresa: Si ___ No

2.15 Ha contratado empleados en este año: Si _____ No _____

2.16 Ha despedido personal en los últimos seis meses: Si ___ No ___

CAPITULO III

CARACTERISTICAS ORGANIZATIVAS Y COMPETITIVAS

- 3.1 Su microempresa esta constituida como: Propiedad individual _____
Sociedad colectiva _____ Sociedad anónima _____
Sociedad limitada ____ Economía solidaria _____
- 3.2 El propietario: Administra __ o, administra y trabaja en producción __
- 3.3 Las instalaciones están en el sitio de vivienda __ o, en otro lugar __
- 3.4 Se aplica la división de trabajo en la producción: Si __ No __
- 3.5 Se hace control de calidad del producto: Si __ No __ si la respuesta es si, donde: A lo largo de la producción __ Al final __
- 3.6 Ha solicitado crédito: Si __ No __ con quien: a) Familiares __
b) prestamistas __ c) bancos __ d) proveedores __
- 3.7 lleva informes contables: Si __ No __
- 3.8 Para iniciar su microempresa realizó un estudio de factibilidad: Si __
No __
- 3.9 Incursionará en nuevos mercados: Si __ No __ Hacia donde _____
Hacia quienes _____
- 3.10 Desde que inicio hasta hoy su producto ha cambiado en: Diseño __
Empaque __ Calidad __
- 3.11 Sus productos llegan al consumidor final: Directamente __ Por
Intermediarios __
- 3.12 Ha hecho alguna vez mercadeo: Si __ No __
- 3.13 Actualmente ha adquirido maquinaria para hacer mas competitivo su
producto: Si __ No __
- 3.14 Actualmente ha pensado en la posibilidad de asociarse con otras
personas dedicadas a la misma actividad: Si __ No __
- 3.15 la llegada de nuevos vendedores del interior del país y extranjeros han
afectado sus ventas: Si __ No __ en que medida: Mucho __ Poco __
Nada __

3.16 Si se ha visto afectado por la competencia que medidas ha tomado para contrarrestar este suceso: Bajar los precios de las mercancías ___ Promociones ___ Publicidad ___ Otros ___

Anexo D. Entrevista

MODELO DE ENTREVISTA PARA EL PROPIETARIO DE LA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN DE CALZADO EN CUERO EN LA ZONA URBANA DE IPIALES, AÑO 2006.

FINALIDAD: Realizar un estudio socioeconómico de la microempresa dedicada a la fabricación de calzado en cuero.

1. Nombre _____
2. Que tiempo lleva en esta actividad _____
3. Que le motivo ha aprender este tipo de oficio _____

4. Como aprendió el oficio _____
5. Le gusta esta actividad o ha pensado en cambiarse a otra _____

6. Cree usted que la actividad de fabricación de calzado en la actualidad es buen negocio _____
7. Que impacto económico le ha traído la dolarización a su microempresa

8. Quienes son sus principales clientes _____
9. De donde provienen _____
10. Que sabe usted de asociaciones de personas dedicadas a la fabricación de calzado en Ipiales, y que opina de esta iniciativa _____

11. Existen diferentes entidades gubernamentales y no gubernamentales dedicadas al fortalecimiento de la microempresa como la PYME, ACOPI, MIPIME entre otras, que criterio tiene de esto _____

12. Ha tenido beneficios del estado _____
13. Sus ingresos son suficientes para satisfacer sus necesidades _____

14. Se ha visto desplazado por los comerciantes de calzado del interior del país y el exterior _____
15. Su microempresa esta en la capacidad de soportar esta competencia ____

16. Que medidas tomaría para hacer frente al mercado competitivo _____
