

**INFORME FINAL DE PASANTÍA DESARROLLADA EN LA CÁMARA DE
COMERCIO DE PASTO COMO ASISTENTE EN EL DEPARTAMENTO DE
PLANEACIÓN Y ESTUDIOS ECONÓMICOS**

CLAUDIA JACKELINE BARRERA CASTRO

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA
SAN JUAN DE PASTO**

2003

**INFORME FINAL DE PASANTÍA DESARROLLADA EN LA CÁMARA DE
COMERCIO DE PASTO COMO ASISTENTE EN EL DEPARTAMENTO DE
PLANEACIÓN Y ESTUDIOS ECONÓMICOS**

CLAUDIA JACKELINE BARRERA CASTRO

**Trabajo de Grado para Optar el Título de
Economista**

ASESOR UNIVERSIDAD: Ec. ESPERANZA AGREDA
ASESOR INSTITUCIÓN: Ec. DUMER DELGADO

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA
SAN JUAN DE PASTO

2003

CONTENIDO

	pág.
GLOSARIO	
RESUMEN	
ABSTRACT	
INTRODUCCIÓN	16
1. REFERENTE INSTITUCIONAL	21
2. OBJETIVOS	22
3. INFORME DE ACTIVIDADES.	23
3.1. INFORME DE COYUNTURA DEL EMPLEO EN LA CIUDAD DE PASTO DURANTE EL 2001	23
3.1.1. Actividades	23
3.1.2. Impacto	26
3.2. DIAGNÓSTICO DE COMPETITIVIDAD Y PLAN DE ACCIÓN DEL SECTOR CÁRNICO DE LA CIUDAD DE PASTO	28
3.2.1. Actividades	28
3.2.2. Impacto	40
3.3. MONOGRAFÍA DE LA CIUDAD DE PASTO	43
3.3.1. Actividades	43

3.3.2. Impacto	48
3.4. OTRAS ACTIVIDADES	49
3.4.1. Encuesta de Comportamiento Económico y de Opinión Comercial	49
3.4.1.1.Objetivo	49
3.4.1.2.Actividades	49
3.4.1.3.Impacto	50
3.4.2. Elaboración Anteproyecto “Caracterización del Microempresario Nariñense”	51
3.4.2.1.Actividades	52
3.4.2.2.Impacto	55
3.4.3. Proyecto de Financiación “Incremento de la Productividad y Competitividad del Sector Metalmecánico de Pasto”	55
3.4.3.1.Actividades	55
3.4.3.2.Impacto	57
3.4.4. Realización Propuesta para implementar el Banco de Programas y Proyectos de la Cámara de Comercio de Pasto	58
3.4.4.1.Objetivo	58
3.4.4.2.Actividades	59
3.4.4.3.Impacto	64
3.4.5. Preparación “Capacitación Ideas Empresariales”	64
3.4.5.1.Objetivo	65

3.4.5.2.Actividades	65
3.4.5.3.Impacto	65
4. RESULTADOS DE LAS ACTIVIDADES	66
4.1. INFORME DE COYUNTURA DEL EMPLEO EN LA CIUDAD DE PASTO DURANTE EL 2001.	66
4.2. PROPUESTA ANTEPROYECTO DIAGNÓSTICO SECTOR CÁRNICO DE LA CIUDAD DE PASTO	115
4.3. DIAGNÓSTICO SECTOR CÁRNICO DE LA CIUDAD DE PASTO	121
4.4. ANTEPROYECTO MONOGRAFÍA DE LA CIUDAD DE PASTO	187
4.5. MONOGRAFÍA DE LA CIUDAD DE PASTO (INFORMACIÓN APROXIMADA DEL CONTENIDO)	196
4.6. CONFERENCIA IDEAS EMPRESARIALES	200
5. CONCLUSIONES	213
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

LISTA DE ANEXOS

	pág
Anexo A. Encuesta de Opinión Laboral 2002.	217
Anexo B. Encuesta para Empresarios del Sector Cárnico Dirigido a Expendios.	221
Anexo C. Encuesta para Empresarios del Sector Cárnico Dirigido a Empresarios.	226
Anexo D. Encuesta de Comportamiento Económico y Opinión Comercial.	232

GLOSARIO

ANIMALES DE ABASTO: reses de las especies bovina (incluido cebú y sus cruces), ovina, porcina, Caprina, equina y otras especies que pueden autorizarse.

CANAL: cuerpo de los animales de abasto después de ser sacrificados y sangrados, desprovistos de vísceras torácicas y abdominales, con o sin riñones, piel, patas y cabeza.

CARNE: parte muscular comestible de los animales de abasto, sacrificados y faenados en condiciones higiénicas. Se incluyen en este concepto las porciones de grasas, hueso, cartílago, piel, tendones, aponeurosis, nervios y vasos linfáticos y sanguíneos que normalmente acompañan al tejido muscular y que no se separan de éste en los procesos de manipulación, preparación y transformación de la carne.

DEMOGRAFÍA: es un estudio estadístico de la población humana que cambia gracias a diferentes factores tales como: Migración, Mortalidad, Natalidad, Violencia, en fin determina la cantidad de personas que sobreviven en un espacio determinado y por ende importante, puede presentarse su información según edad, sexo, entre otros.

DESPIECE: es la acción de separar determinadas partes anatómicas de la canal, en base a divisiones establecidas por intereses comerciales.

DESPOJO: son aquellas partes comestibles que se obtienen de los animales de abasto y que no están comprendidas en el término canal.

EDUCACIÓN: es el grado que una persona puede adquirir a través de instituciones y desarrollando sus facultades intelectuales y morales. Este puede tener diferentes niveles: primaria, bachillerato, técnico, tecnológico o bien profesional (universidad).

FAENADO: conjunto de operaciones a que se someten los animales de abasto después del sacrificio para la formación de la canal.

FILETEADO: se entiende por filetear la operación que consiste en fraccionar una pieza o trozo de carne en fragmentos de mayor longitud y anchura que espesor.

INDUSTRIA, COMERCIO Y SERVICIOS: la industria se refiere al conjunto de empresas que producen un bien homogéneo o idéntico, que a su vez utilizan procesos productivos para generar un bien es decir utilizan un conjunto de operaciones para la obtención y transformación de productos. El comercio es el lugar donde se hacen intercambios de productos, bienes o servicios. Y los servicios son los de carácter intangible que contribuyen al bienestar de las personas.

MATADEROS: establecimientos industriales destinados a la carnización regulada de una o varias especies de animales de abasto.

MONEDA Y FINANZAS: se encarga de la obtención y determinación de los flujos de fondos que requiere la empresa, además de distribuir y administrar esos fondos entre los diversos activos, plazos y fuentes de financiamiento con el objeto de maximizar el valor económico de la empresa.

MONOGRAFÍA: para empezar esta conceptualización partamos de el tema a desarrollar, Monografía; la cual representa un estudio particular sobre un tema determinado, para nuestro caso hacer una descripción detallada de los aspectos socioeconómicos del Municipio de Pasto.

PICADO: operación consistente en fraccionar la carne en pedazos muy pequeños. Por formar parte de u proceso industrial, dicha operación podrá realizarse en instalaciones independientes, anejas a las salas de despiece, de acuerdo con las normas técnico-sanitarias que se dicten en cada caso.

PRECIOS: destacando el Indicie de Precios al Consumidor, el cual es el número que resume las variaciones de los precios de la canasta de bienes, la cual se supone que es representativa del consumo de una familia promedio, permite cuantificar la inflación, y así medir el costo de vida familiar.

RESEÑA HISTÓRICA: es un relato o narración sucinta del origen, evolución y estado de un determinado tema.

SALARIOS Y FUERZA DE TRABAJO: es la remuneración por un trabajo realizado, que gana la fuerza de trabajo: la cual a su vez es aquella parte de la población total de la región potencialmente apta para participar en el proceso productivo.

SECTOR PÚBLICO: es el conjunto de actividades económicas de una nación que de manera directa o indirecta están bajo la esfera de la acción gubernamental, estrictamente incluye todas las empresas y servicios estatales y gubernamentales, a todo nivel.

TERRITORIO Y CLIMA: representa la variada conformación geológica, topográfica y climática, presenta a su vez una estrecha relación con los suelos, la vegetación y el clima; el cual es ese conjunto de fenómenos meteorológicos que caracterizan el estudio atmosférico y que se generan en un lugar determinado. Este grupo conlleva todos los temas de orografía, biología, de hidrografía, de la tierra, en fin reúne muchos factores que prevalecen en la predestinación patriótica, y además también involucra cultura y costumbres que identifican al pueblo pastuso.

TROCEADO: aunque en determinadas ocasiones el término troceado se emplea como sinónimo de <despiece>>, su significado es más genérico y se debe aplicar a la acción de separar y obtener piezas o trozos de tamaño más reducido de los obtenidos por la acción de despiezar.

RESUMEN

El presente trabajo contempla el trabajo de pasantía adelantado en el Departamento de Planeación de la Cámara de Comercio de Pasto. El cual se estructura en cinco partes, la primera detalla la parte general como referente institucional, objetivos y presentación, la segunda contempla el informe de actividades que se realizaron para lograr los objetivos propuestos describiéndose las actividades de cada uno e impacto. Tercero se incluye un resumen de los resultados logrados como es: Informe de Coyuntura del Empleo de la Ciudad de Pasto durante el año 2001 siendo un compendio actual sobre las tendencias, cifras y gráficas sobre la realidad del tema, contemplando la situación actual de investigadores locales y mundiales, presentando un documento que evidencian y confirman la cotidianidad.

Además el Diagnóstico de Competitividad del Sector Cárnico de la Ciudad, que buscó caracterizar al sector, comprendiendo la contextualización mundial, nacional y regional del sector, seguido de una investigación de las características del mismo en la ciudad de Pasto analizando aspectos, detectando fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que dirigieron su desarrollo, estableciéndose una Plan de Acción.

Y el Trabajo de Actualización “Monografía de la Ciudad de Pasto” hasta el año 2002, que buscó dar a conocer a la comunidad de Pasto, la situación actual y cambios que ha sufrido con el pasar de los años en diferentes sectores socio – económicos.

Finalmente se exponen las conclusiones a las que se llegaron con el trabajo de pasantía adelantado en esta Institución, midiendo no solo el grado de desarrollo profesional sino personal.

ABSTRACT

The present work contemplates the early internship work in the Department of Planeation of the Chamber of Commerce of Grass. Which is structured in five parts, the first one details the general part as relating institutional, objectives and presentation, the second contemplate the report of activities that you/they were carried out to achieve the proposed objectives being described the activities of each one and I impact. Third are included a summary of the results achieved as it is: Inform of Joint of the Employment of the City of Grass during the year 2001 being a current summary on the tendencies, figures and graphs about the reality of the topic, contemplating the current situation of local and world investigators, presenting a document that you/they evidence and they confirm the cotidianity.

Also the Diagnosis of Competitiveness of the Meat Sector of the City that looked for to characterize to the sector, understanding the world, national and regional contextualization of the sector, followed by an investigation of the characteristics of the same one in the city of Grass analyzing aspects, detecting strengths, weaknesses, threats and opportunities that directed their development, settling down a Plan of Action.

And the Work of Monografy Actualization of the City of Grass until the year 2002 that looked for to give to know to the community of Grass, the current situation and changes that it has suffered with spending of the years in different sectors partner - economic.

Finally the conclusions are exposed those that were arrived with the early internship work in this Institution, not measuring alone development professional's degree but personal.

INTRODUCCIÓN

Una vez culminado de manera satisfactoria el trabajo de pasantía y con el deseo de ejercer la profesión comprometida a trabajar por las necesidades cambiantes de la región, pongo a consideración el Informe Final de Pasantía como modalidad y requisito para obtener el título de profesional de Economista de la Universidad de Nariño.

El presente trabajo contempla el trabajo de pasantía adelantado en el Departamento de Planeación y Estudios Económicos de la Cámara de Comercio de Pasto, en el semestre de Julio – Diciembre de 2002, el cual se fundamentó en el desarrollo de los objetivos planteados, los cuales integraban: 1. Realizar el Informe de Coyuntura del Empleo de la Ciudad de Pasto durante el año 2001, 2. Realizar el Diagnóstico de Competitividad y Plan de Acción del Sector Cárnico de la Ciudad de Pasto y 3. Realizar el Trabajo de Actualización “Monografía de la Ciudad de Pasto” hasta el año 2002. Entre otras actividades que se realizaron que de manera ayudaron en la formación profesional y personal.

Dentro de los cuales, *el primer objetivo* es un compendio actual sobre las tendencias, cifras y gráficas sobre la realidad del tema, interinstitucionalmente compiladas y seleccionadas por la Cámara de Comercio de Pasto con sus registros que le competen, con la colaboración del internet, el Sena, Dane, el Observatorio para el Empleo y la Universidad de Nariño.

Entendiendo que la tecnología como evidente fenómeno científico aplicado al mundo cultural y laboral, modifica constantemente las oportunidades de empleo y progreso, distanciando enormemente a veces los resultados económicos del bienestar social entre los poseedores de la productiva tecnología y los carentes de ella. Pero en otras fases de la vida cultural y laboral, la tecnología productiva es democrática, popular y accesible a todos. Ahí es donde la competitividad tiene gran significado de progreso equitativo, la creatividad tiene acción inmediata y la economía produce entonces resultados sociales de bienestar armónico.

Surge así la permanente posibilidad de invertir en capacitación, en educación con calidad para aprovechar la tecnología productiva entre otras virtudes. Este es un reto inaplazable en el cual la Cámara de Comercio de Pasto ha colocado con su versátil programación de eventos capacitacionales empresariales y culturales las simientes de la futura y próxima universidad internacional empresarial. El reto es inmenso y estimulante si se piensa en lo inaplazable de mejorar las condiciones laborales, culturales y empresariales de nuestra realidad. Es serio el proceso de globalización; pero también es seria la secuela de resultados injustamente desiguales que produce la competencia económica desigual globalizada.

Las estadísticas y gráficos de investigadores locales y mundiales no se deja esperar. Las cifras que se buscaba presentar con ese documento fueron seriamente procesadas, las cuales evidenciaron y confirmaron la realidad cotidiana de nuestro mundo en desarrollo.

En este sentido, *el segundo objetivo* buscó caracterizar al sector cárnico, porque su eficacia en el proceso y utilización de subproductos, el ingenio de los productores y vendedores para rodear nuevos productos y descubrir usos nuevos, le ha dado lugar a su posicionamiento en el mercado, aunque el valor de los subproductos supone solo una pequeña fracción del precio corriente de los animales vivos, tiene importancia económica considerable si se tiene en cuenta la totalidad de la industria animal y cárnica.

Por ello la Cámara de Comercio de Pasto, con el apoyo del Frigorífico Jongovito y los Sindicatos de Comerciantes de Ganado Mayor y Menor, asumió la responsabilidad de realizar un diagnóstico de este sector para describir el estado, los factores que le dieron ese explosivo crecimiento y las necesidades del mismo, con el fin de brindar a la comunidad con una herramienta que le permita estructurar un Plan de Acción encaminado al mejoramiento del sector dentro de la región, el cual se estructuró y presentó.

La investigación comprendió la contextualización mundial, nacional y regional del sector cárnico, seguido de una investigación de las características del mismo en la ciudad de Pasto analizando diferentes aspectos, y detectando fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que dirigieron su desarrollo, estableciéndose las ventajas que le permitieron un mejor posicionamiento en el mercado. Llevándonos a la elaboración de una Plan de Acción para que el sector.

Por su parte *el tercer objetivo* buscó dar a conocer a la comunidad de Pasto, la situación actual, los cambios que ha sufrido con el pasar de los años, y frente a ese gran cúmulo de

necesidades que tiene el municipio, responder de forma concreta y positiva con políticas que permitan el desarrollo económico y social de la ciudad.

Sin embargo es evidente que en el Municipio existen debilidades en su estructura productiva por aspectos como la ausencia de políticas estables y de largo plazo y además por la falta de visión de futuro de los diferentes agentes económicos instalados en el Municipio, a lo anterior se le agrega la falta de integración de la economía departamental con la nacional, lo que se constituye en un obstáculo para el desarrollo económico del departamento, atribuido tal vez al desconocimiento de lo que realmente existe, o desconocimiento de diferentes investigaciones.

Frente a todo lo anterior la Cámara de Comercio buscó en asocio con la Alcaldía del Municipio de Pasto y el DANE compilar y divulgar la información socioeconómica y física de la ciudad de Pasto mediante una Monografía del Municipio de Pasto, seguros que será un instrumento importante, puesto que es necesario como insumo estadístico para la elaboración de planes y programas de desarrollo a nivel local, o bien planificación regional, dirigida especialmente al sector urbano, recolectándose información de los entes institucionales que manejan dicha información.

Además poner a consideración otras actividades como la Encuesta de Comportamiento Económico Comercial elaborado y coordinado como elemento importante para conocer la opinión de los empresarios de la ciudad, y ante todo conocer las perspectivas para lo que

resta del año, el Anteproyecto para la Caracterización del Microempresario Nariñense, dentro del cual se formó parte de la mesa de trabajo.

Como también el Plegable Comportamiento Económico de Pasto, el cual como información estadística y práctica permite la toma de decisiones. Un Proyecto de financiación para el “Incremento de la Productividad y Competitividad del Sector Metalmecánico de Pasto”, presentado a Fomipyme; el cual aprobó y se espera su consecución en el año 2003, así mismo la Propuesta para la Implementación del Banco de Programas y Proyectos de la Cámara de Comercio de Pasto y finalmente la preparación de una Capacitación de Ideas Empresariales, dirigida a estudiantes y empresarios. Actividades complementarias que ayudaron al desarrollo personal como profesional, las cuales se describen y desarrollan.

1. REFERENTE INSTITUCIONAL

La Cámara de Comercio de Pasto es una organización privada sin ánimo de lucro que genera esfuerzos a la promoción y desarrollo empresarial de nuestra región; su misión es comprometerse con el desarrollo integral de los comerciantes, empresarios y la comunidad Nariñense en general, convirtiéndose en una de las entidades más sobresalientes en el desarrollo de pasantías y prácticas académicas, mediante la ejecución de convenios suscritos con la Universidad de Nariño y otras instituciones académicas. Contando con modernos y eficientes servicios para los empresarios, destinados a promover sus actividades mercantiles, de igual manera propiciar el desarrollo de un mayor nivel de competitividad.

Para el éxito en la prestación de los servicios ofrecidos, existen diferentes áreas encargadas de cumplir con cada una de sus funciones para en conjunto trabajar por el fortalecimiento y consolidación de una clase empresarial más sólida y moderna. Es así como el Departamento de Planeación y Estudios Económicos es el encargado de planificar el desarrollo de la entidad proyectando su acción en beneficio de la comunidad y la región, tiene bajo su responsabilidad la elaboración de planes, programas y proyectos; la realización de estudios de carácter empresarial y económico; investigaciones económicas y empresariales; y la presentación de estadísticas permanentemente actualizadas como un aporte de la situación socioeconómica del Departamento de Nariño.

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar actividades específicas contenidas en el Plan de Acción presentado por el Departamento de Planeación y Estudios Económicos de la Cámara de Comercio de Pasto, que implica investigación, análisis, elaboración de diagnósticos y planes de acción sectoriales.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Realizar el Informe de Coyuntura del Empleo de la Ciudad de Pasto durante el año 2001.
2. Elaborar el Diagnóstico de Competitividad y Plan de Acción del Sector Cárnico de la Ciudad de Pasto.
3. Realizar el trabajo de actualización “Monografía de la Ciudad de Pasto” hasta el año 2002.

3. INFORME DE ACTIVIDADES

Durante este semestre (Julio - Diciembre de 2002) se laboró en el Departamento de Plantación y Estudios Económicos de la Cámara de Comercio de Pasto, dentro del cual se empezaron a ejecutar los objetivos propuestos, es así como se desarrolló el tema, con sus actividades y resultados de la siguiente manera:

3.1. INFORME DE COYUNTURA DEL EMPLEO DE LA CIUDAD DE PASTO DURANTE EL AÑO 2001.

3.1.1. Actividades. Para desarrollar este documento se presentó la estructura del Contenido del Informe Final, actividad que se hace año tras año y por ende se conforma la mesa de trabajo y el contenido del mismo, así se planteó una estructura teniendo en cuenta informes anteriores, trabajos relacionados al tema y los conocimientos universitarios, de esta manera el contenido se dividió en:

1. Tendencias Mundiales del Empleo
2. La Universidad y el Empleo
3. Estadísticas
- 3.1.El Sena y su Oportunidad: Ya!
- 3.2.Estadísticas DANE

3.3. Estadísticas Cámara de Comercio

4. Resultados Encuesta Opinión Laboral en la ciudad de Pasto del año 2001

5. Conclusiones.

Contenido que se puso a consideración del asesor institucional, que corrigió y aprobó, luego se socializó a la mesa de trabajo, que esta conformada por personas de instituciones como la Universidad de Nariño, Universidad Cooperativa de Colombia, Cesmag, Ministerio de Trabajo, DANE y el Sena. Los cuales aprobaron la estructura, y una vez hecho esto, se prosigue a delegar funciones, donde se participa en la realización de funciones específicas de la Cámara de Comercio, es decir elaborando los puntos 1, 3.2, 3.3, 4 y 5.

Para desarrollar el punto 1: “*Tendencias Mundiales del Empleo*”; se buscó información de internet, libros, trabajos de la universidad, y ante todo temas relacionados, que se resumieron y analizaron, el cual se presenta a la institución que corrigió y aprobó. Punto que se integró por los siguientes temas: las Tendencias del Empleo en los años 70’, 80’ 90’ y la del Nuevo Siglo, la Importancia de la Educación Empresarial, el Empleo desde la Perspectiva de Género, el Empleo Infantil, el Empleo y los Países, Experiencias Exitosas en Generación de Empleo, el Contexto Regional Latinoamericano.

Cada tema que integra este punto fue debidamente seleccionado, analizado, para extraer lo más importante y ante todo anotar puntos reales al respecto. Con ello se buscaba dar un contexto a las tendencias respecto a diferente bases, al mismo tiempo abordar relaciones e

impacto del mismo en la sociedad. Esto permitió verificar los conocimientos aprendidos en la carrera y ante todo generar nuevas propuestas.

Para desarrollar el punto 3.2 y 3.3: “*Estadísticas DANE y Estadísticas Cámara de Comercio*”; los cuales son puntos de recopilación estadística, las entidades, en este caso la Cámara de Comercio y el DANE facilitaron información estadística que se analizó y se explicó de manera sintáctica. Información que se expresó en cuadros y / o gráficos, cada una con su análisis, lo que fue corregido y aprobado.

Para desarrollar el punto 4: “*Resultados Encuesta Opinión Laboral en la ciudad de Pasto del año 2001*”. se diseñó un modelo de encuesta (Anexo A) que se aplicó a informantes clave de la ciudad, la cual se puso a consideración de la mesa de trabajo que corrigió y aprobó. Se aplicaron, y después de ello se tabularon las encuestas y se elaboraron los cuadros y gráficos respectivos, con estos cuadros y gráficos se elaboró el informe, realizándose un análisis de los cuadros y gráficos.

De esta manera se establecieron doce (12) capítulos dentro de este punto, los cuales se nombran así:

1. Situación Económica
2. Medidas tomadas frente al Manejo de Personal
3. Principales Problemas para la Contratación de Personal
4. Profesiones que tiene mayor dificultad para conseguir trabajo y causas

5. Principales Canales de Búsqueda de Empleados por parte de los Empresarios
6. Micro y Pequeña Empresa
7. Situación Laboral
8. Nivel Salarial
9. Fuerza de Trabajo Pastuso (Fortalezas y Debilidades)
10. Cursos de Formación
11. Expectativas
12. Estrategias para la Generación de Empleo en la Ciudad.

Para desarrollar el punto 5: “*Conclusiones*”; se tomó en cuenta todo el trabajo realizado, no solo por la Cámara de Comercio sino por las demás instituciones integrantes de la mesa de trabajo. Ello permitió percibir la situación del empleo, no solo mundial, sino local, entender la importancia de conjugar conocimientos y la integración de personas conocedoras del tema.

Finalmente se estructuro todo el trabajo, digitándose, dándole forma para así socializarse a la mesa de trabajo, para toma de futuras decisiones.

3.1.2. Impacto. El trabajo es importante porque permitió ver que los índices de desempleo presentados en los últimos años refleja el poco dinamismo de la economía regional, así como la escasez de unas políticas de empleo tanto a nivel nacional como municipal, mirándose latente el seguimiento y control eficaz del mismo, incluso la noción de empleo en el mundo ha cambiado, el trabajo efectivo, liberal, innovador, especializado y generador

de capital han tomado las riendas actuales, obligando a la capacitación continua y estricta, con mayores exigencias laborales y saberes culturales. Así mismo, las remuneraciones son cada vez más bajas.

Igualmente el salario según género siguió siendo diferenciado, las mujeres siguen ganando en promedio menor de lo que ganan los hombres, esto se explicó porque las mujeres se dedican a actividades tales como: ventas, servicio doméstico, enseñanza, agricultura de subsistencia y los hombres por su parte trabajan en industrias, transporte, actividades de gestión y toma de decisiones.

El empleo infantil siguió aumentando, la situación económica existente ha obligado a buscar trabajo desde tempranas edades, se puede incluso hablar de este tipo de empleo en países industrializados como de economías en transición. Algo positivo que valió la pena resaltar fueron las experiencias exitosas en términos de desarrollo regional y generación de empleo alrededor del mundo, existen empresas pequeñas como también algunas de tamaño mediano que han logrado superar la crisis pese a la situación económica por la cual atraviesan.

América Latina por su parte ha seguido los mismos lineamientos mundiales. La Universidad y la empresa son dos partes que deben unirse, ya que la eficiente capacitación que se pueda suministrar al recurso humano según las necesidades del sector productivo mejorará los futuros procesos que determinen el desarrollo económico y social de la región.

El principal problema para contratar personal dentro de las empresas fue la escasez de la mano de obra calificada adecuada para desempeñar un cargo específico. El principal problema afrontado por las empresas y que sigue marcando sus continuos proceso es la incertidumbre.

Como una solución ante las tasas de desempleo y la crisis económica generada, se planteó la táctica de formar alianzas estratégicas, para continuar en el mercado y secundar en el desarrollo actividad.

3.2. DIAGNÓSTICO DE COMPETITIVIDAD Y PLAN DE ACCIÓN DEL SECTOR CÁRNICO DE LA CIUDAD DE PASTO DURANTE EL 2001.

3.2.1. Actividades. ► Para desarrollar este documento fue necesario elaborar el anteproyecto, el cual involucró el proceso mediante el cual se desarrollará la investigación, de esta manera se elaboró y se presentó al asesor, el cual corrigió y aprobó. A grandes rasgos cada punto del anteproyecto contenía información que se desarrollo así:

Introducción: detallando a nivel general lo que se buscó hacer, los resultados esperados, el impacto del mismo, el trabajo interinstitucional que se debía emprender, la importancia del sector dentro de la economía regional y en especial municipal.

Marco de Referencia: en el cual se planteó la base teórica del documento, para ello se buscó integrar una marco de referencia que integró la situación de la industria cárnica a

nivel mundial y la industria a nivel de Colombia. Esta parte se la estructuró, para desarrollarla cuando se ejecute el proyecto, las cuales se realizarón con un análisis de información secundaria como el internet, libros, documentos, revistas cárnicas, registros, etc.

Tema de Investigación: la Situación actual del Sector Cárnico de la Ciudad de Pasto

Formulación del Problema: se lo formula así: El sector cárnico posee determinadas fortalezas y debilidades que limitan y expanden su desarrollo.

Antecedentes: no se puede hablar de investigaciones realizadas que abarquen todo el sector cárnico debido a la variedad de componentes que lo integran, aunque existen instituciones que se han preocupado por el desarrollo del mismo, así se puede mencionar:

La Universidad de Nariño ha emprendido estudios específicos dentro de sus facultades, se han tratado incluso muchos de estos temas como trabajos de grado donde los estudiantes investigan temas concretos, por ejemplo: impacto del medio en el ganado vacuno, desarrollo de especies avícolas, efectos de diferentes alimentos en cerdos, entre otros semejantes sin llegar a integrar todo el sector.

Existen otras instituciones a nivel departamental y nacional que han desarrollado investigaciones similares dirigidas a resolver problemas de coyuntura como el Instituto

Colombiano Agropecuario (ICA), el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), Ministerio de Agricultura entre otras.

De esta manera la investigación debía llevarse a cabo porque no existen antecedentes suficientes que brinden información del tema respectivo.

Marco Conceptual: como es una herramienta práctica fue importante hacer una descripción detallada de cada uno de los elementos que serían directamente utilizados en el desarrollo de la investigación, ante todo de algunos términos que emplearon con mayor frecuencia y sobre los cuales convergieron las fases de la investigación, de esta manera homogeneizar más el lenguaje técnico empleado y unificar los criterios y conceptos básicos de quienes utilizarán esta información. Para lograrla se basó en fuentes secundarias como diccionarios, libros, revistas, etc.

Justificación: la Cámara de Comercio de Pasto pretendió con la realización de esta investigación se ofrezca al empresario información actualizada sobre el desempeño del sector cárnico detectando fortalezas y debilidades y con base en esta información los empresarios, gremios y entes gubernamentales de la ciudad puedan preparar estrategias dirigidas ha lograr que sus empresas participen en mayor proporción en el mercado local, regional y nacional.

Por otra parte su importancia radicó en que la información existente es parcial, por lo que no se conoce como se encuentra en realidad el sector en general, además sirvió para

implementar un plan de desarrollo sectorial encaminado a adelantar acciones concretas de capacitación y asesoría y gestionar asistencia técnica por parte de las instituciones encargadas de realizarla.

Objetivo General: de Determinar la problemática existente en el sector cárnico de la ciudad de Pasto que permita generar un plan de acción.

Objetivos Específicos: se plantearon los objetivos que se busca alcanzar con el diagnóstico del sector cárnico, así:

1. Identificar la estructura organizacional que poseen las empresas cárnicas de la ciudad de Pasto.
2. Determinar la capacidad productiva de las empresas que conforman el sector cárnico de la ciudad de Pasto.
3. Identificar las estrategias de comercialización y mercadeo más utilizadas por el sector cárnico de la ciudad de Pasto.

Cobertura: se detalló a nivel espacial lo que se cubrirá, es decir la investigación se desarrolló en las empresas del sector cárnico establecidas en la ciudad de Pasto (no solamente registradas, sino existentes, seleccionándose una muestra de aplicación).

Procedimiento Metodológico: para alcanzar los objetivos propuestos y como herramienta para corroborarlos el trabajo se llevó a cabo con un grupo representativo de empresarios del

sector cárnico de la ciudad de Pasto, a los cuales se les aplicó una encuesta previamente diseñada la cual permitía detectar la problemática del sector.

Información que se procesó llevándose a cabo el uso de procedimientos como la clasificación y ordenamiento de la información secundaria, tabulándose la información, realizándose los cuadros y gráficos pertinentes que permitieron expresar de una manera clara la información obtenida. Con ello integrarse el informe final que se socializó después de terminarse, corregirse y aprobarse.

Contenido Aproximado del Informe Final: se presentó una aproximación de la variedad de capítulos que integrarían el Informe Final, el cual se basó en otros diagnósticos, así no sean de este sector, pero diagnósticos generales que presentan una estructura lógica que debe integrar un diagnóstico. El cual estaba sujeto de cambios, es decir flexible de acuerdo a la información recolectada.

Cronograma de Actividades: se estableció un tiempo prudente dentro del cual se ejecutaría el proyecto o bien se desarrollaría la investigación.

► Se prosiguió diseñando el modelo de encuesta que se aplicó a los empresarios del sector, para lo cual se definió que era necesario establecer dos modelos de encuesta una dirigida a Expendios y otra a Empresas Generadoras de Productos Cárnicos, ello porque dentro del sector se denotaron claramente los dos, siendo diferentes en varios aspectos, por ello se estructuraron dos, partiendo de los conceptos:

Expendios: son aquellos que tenían características específicas, que los definían y diferenciaban de las empresas productoras cárnicas. Considerándose como lugares pequeños, que disponen de un cuarto donde se encuentran todas las áreas como ventas, empaque, mostrador, etc., en general solo expenden carnes, en su mayoría de res y cerdo, son atendidos por tres hasta cuatro personas máximo, se ubican principalmente en zonas residenciales, por ley utilizan una bandera roja como una representación de venta de carnes (cuando esta es carne roja).

Empresas Productoras de Carnes (E.P.C.): estas por su parte tenían otras características, que las definían y diferenciaban de los expendios, ya que son medianas, es decir cuentan con diferentes áreas para ventas, empaque, recepción, etc., producen y expenden carnes rojas o blancas, son atendidas por tres o cuatro personas mínimo, se ubican principalmente en el área central, utilizan una tecnología más avanzada y manejan condiciones mínimas de salubridad.

Según lo anterior se busco información en libros, documentos, entre otros, así se plantearon las preguntas según áreas como la empresarial, organizacional o administrativa, la planta física, la materia prima, los aspectos tecnológicos, la producción, la comercialización y mercadeo, rentabilidad y las diferentes fuentes de financiamiento. (Anexos B y C).

► Para la aplicación de la encuesta fue importante definir la muestra a la cual se aplicaría, para ello se sustrajo la base de datos manejada por la Cámara de Comercio de Pasto y del Frigorífico Jongovito, de los cuales se estableció la población general y de ahí se aplico la

fórmula de muestreo aleatorio, la cual condujo a aplicar un total de 126 encuestas, divididas en 120 para expendios, y 6 para empresas productoras de carnes.

Ello porque dentro de la ciudad existía una mayoría de expendios que empresas productoras, ello se aduce por el bajo desarrollo industrial que posee no sólo la región sino el País en general y lamentablemente la región nariñense no ha sobresalido nacionalmente por el desarrollo del sector industrial, ello porque es una región netamente agrícola, es decir productora de bienes primarios.

Encuestas que se aplicaron utilizando recurso humano de la Cámara de Comercio. Las cuales se recolectaron y organizaron.

► Con las encuestas organizadas se tabularon y elaboraron los cuadros y gráficos respectivos, es decir por expendios y empresas productoras de carnes, los cuales se corroboraron con lo real y se corrigieron y aprobaron por el Frigorífico Jongovito, y permitieron seleccionar aquellos que se incluirían en el diagnóstico, y cuáles solamente servirían como información base de análisis, es decir cuáles fueron fundamentales para corroborar análisis y sustentar la información que se presentó en el diagnóstico y cuáles debían solamente con palabras explicarse.

► Con ello se paso a elaborar el Informe Final el cual se estructuro en los siguientes capítulos, cada uno con sus respectivos análisis:

Introducción. Se le dio al trabajo una apertura, con la importancia del sector, la importancia de la investigación, y lo que representaba en sí todo el diagnóstico.

Marco Conceptual. Se establecieron conceptos que permitían manejar estándares dentro de la investigación, el cual se estructuró obteniéndose un contenido así: se definió en primera instancia cadena cárnica, la calidad como herramienta de competitividad, la clasificación de los mataderos a nivel general. El cual se abordó buscando información secundaria, de libros, documentos y textos relacionados con el tema, los cuales permitieron delimitar lo más importante, anotándose que el trabajo contiene un glosario, por ello algunos otros términos se manejaron dentro de este último y no se incluyó durante el análisis.

La Industria Cárnica a Nivel Mundial. Igual que el anterior punto se estructuró en ocho capítulos según la información secundaria recopilada, la cual se analizó y se llegó a una estructura así:

1. Producción Mundial de la Carne
2. Exportaciones e Importaciones
3. El caso de Argentina
4. El caso de Brasil
5. El caso de la Unión Europea
6. El caso de Uruguay
7. Las Tendencias Tecnológicas Mundiales

8. La Futura Demanda de las Carnes en el Mundo.

La Industria Cárnica en Colombia. Igualmente se recopiló información secundaria que se resumió y analizo, estructurándose en doce capítulos así:

1. La Internacionalización
2. Gremios
3. Regiones Ganaderas
4. Maquinaria
5. Mercado
6. Evolución de la Población y el Consumo
7. Exportaciones e Importaciones
8. Sustitutos de la Carne de Res
9. Evolución del Sacrificio de Ganado Bovino
10. Empleo
11. Plantas de Sacrificio, Localización, Capacidad y Servicios
12. Comercialización.

La Industria Cárnica de la Ciudad de Pasto. Con los resultados de las encuestas aplicadas, es decir los cuadros y gráficos obtenidos se prosiguió a redactar el informe el cual se estructuro en los siguientes capítulos: 1. Una descripción detallada de las funciones que realiza el Frigorífico Jongovito S.A. y 2. Se presentan los Resultados de la Aplicación

de la Encuesta del Sector Cárnico de la Ciudad de Pasto; el cual se divide en dos, uno para expendios y otro para empresas productoras, y cada uno analizando información como:

1. Información Básica: La cual incluyó el tiempo de funcionamiento, tipo de negocio e instalaciones.
2. Área Empresarial: Incluyó el desarrollo administrativo según cuestionario.
4. Estructura Organizacional y Administrativa: Incluyó información del Personal (tipo de contratos, y forma de pago), Capacitación.
5. Adecuación del Local: Incluyó la zona de almacenamiento o bodega, el sistema de refrigeración, los productos que se almacenan, la iluminación y áreas que disponen en las microempresas.
6. Materia Prima: Incluyó información como la materia prima consumida, la procedencia (origen y medio de transporte en el cual llega la materia prima), proveedores y el sistema de pago de la materia prima.
7. Aspectos Tecnológicos: Incluyó los equipos y maquinaria utilizada en los expendios y empresas, herramientas que se manejan.
8. Producción y / o Comercialización: Incluyó los productos, desarrollo de nuevos productos, fortalezas y debilidades del proceso productivo o comercialización, .
9. Comercialización y Mercadeo: Incluyó temas como el mercado del producto, las estrategias de mercadeo, y la calificación de los productos.
10. Rentabilidad Bruta
11. Fuentes de Financiamiento.
12. Impacto Ambiental.

Análisis DOFA. Después de conocer la situación del sector y sus características más sobresalientes, se realizó el análisis DOFA el cual es utilizado por la planeación estratégica y que se considera de ayuda para el cumplimiento de objetivos. DOFA significa entrar a determinar las debilidades, fortalezas, oportunidades así como las amenazas que tienen o a las cuales se enfrentan a nivel general y en este caso el sector cárnico tanto para expendios como para empresas productoras de carnes.

Se especificaron las principales debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas dentro del informe teniendo como base el trabajo anterior.

Partiendo de los conceptos como: **Debilidad.** Las limitaciones, carencias o defectos que obstaculizan el logro de los objetivos, hecho de existencia actual y de transcurso histórico. **Fortalezas.** Son recursos o capacidades que las microempresas pueden usar efectivamente para alcanzar los objetivos. **Amenazas.** Aquellas situaciones desfavorables que presenta el medio externo y **Oportunidades.** Cualquier situación favorable que presenta el medio externo.

Plan de Acción. Este fue uno de los más importantes puntos dentro del informe final, porque fue la conclusión y el hecho para enfrentar las debilidades y fortalecer el sector, de esta manera el análisis DOFA permitió cumplir con otro de los objetivos del presente estudio o investigación el cual era formular un Plan de Acción tendiente a mejorar en general las debilidades del sector, el cual se resume así: se define el problema existente, la

alternativa para solucionarlo, el objetivo a alcanzar, el responsable en su ejecución, los recursos necesarios, el tiempo y la evaluación y seguimiento a tal.

Conclusiones. Se elaboraron teniendo en cuenta todo el trabajo realizado, las reuniones con personas del Frigorífico Jongovito, y en fin los conocimientos aprendidos.

Recomendaciones. El trabajo permitió considerar recomendaciones, las cuales se expresaron de la siguiente manera:

Era necesario buscar educar y persuadir a los expendedores y productores de carnes, antes de llegar a reprimirlos e imponerles normas que no acatarán, demostrando que es un proceso educativo a largo plazo.

La capacitación y asesoría son las herramientas básicas para el fortalecimiento del talento humano porque es este es el motor central que le permite a la empresa y al sector en general alcanzar niveles de mejoramiento en productividad. Estas deben dirigirse a los expendios y a las empresas productoras involucrando los diferentes aspectos tanto administrativos, productivos y comerciales.

Se debe hacer énfasis en la asesoría y formulación de proyectos integrales que se presenten a entidades institucionales del gobierno que a través de sus programas brindan apoyo a la pequeña y mediana empresa.

Un factor determinante que posibilitará el desarrollo del sector en la ciudad es llevar a cabo la implementación de un Sistema de Clasificación de Animales Vivos de acuerdo al tipo de ganado en la Región, generando una cultura sobre el manejo y utilización del ganado para consumo. Dentro del cual se especifique la diferenciación de precios de acuerdo al valor agregado, que ellos tengan en cuenta el costos de la mano de obra y costos de producción y / o comercialización.

Además de aplicarse el Plan de Acción propuesto el cual es susceptible cambios según las necesidades de los mismos microempresarios, presentando una continua capacitación y asesoría al sector. Y el manejo de la informalidad, la cual no sólo afecta al empresario sino a la comunidad, la existencia de mataderos clandestinos pone en tela de juicio la buena salud y los principios.

Glosario. Se definieron términos que se utilizaron durante la investigación, los cuales se describieron a grandes rasgos y que dieran claridad a la diferente terminología utilizada durante el desarrollo del diagnóstico.

Socialización. El diagnóstico elaborado se socializó a la comunidad en general y a los empresarios del sector cárnico, en una programación especial que incluyó la socialización del diagnóstico más capacitaciones específicas.

3.2.2. Impacto. El trabajo fue importante porque permitió medir el impacto del sector dentro de la comunidad, y ante todo definir características de dicho sector. Además se pudo

apreciar que el sector cárnico comparado con otros sectores de la economía alimentaria, ocupa el primero o segundo lugar en términos de consumo, lo anterior por el grado de apreciación que tiene dentro de la canasta familiar.

Existe un equilibrio en producción entre los países de América del Norte (Estados Unidos y Canadá) con el resto de los 42 países del continente en los cuales se destaca Brasil, Argentina, México, Colombia y Uruguay. Colombia aportó a esta producción mundial 754.000 toneladas con una participación del 5.5% de la región sur, 2.7 del continente y 1.3 de la producción mundial.

Por su parte existen organizaciones de intereses que han definido en Colombia la estructura de asociación gremial consolidando institucionalmente FEDEGAN (Federación Nacional de Ganaderos) quien tiene la vocería nacional de todos los ganaderos productores de carne del País. Y otra instituciones como ASOCARNICAS, UNAGA (Asociación Nacional de Ganaderos de Raza), ASOCEBU, ACINCA (Asociación Colombiana de la Industria de la Carne), ANDI (Cámara de la Industria de Alimentos), la Federación Nacional de Avicultores que agrupa, ASOHUEVO, PROLLO, INCUBAR y la Asociación Nacional de Porcicultores ASOPORCICOLA.

Existen dos tipos de canales de comercialización de la carne en las ciudades: el tradicional del que hacen parte el comisionista, el colocador y su red o clientela de expendedores detallistas y el empresarial, conformado por las famas especializadas, almacenes de cadena y la industria.

Dentro de la ciudad de Pasto era importante resaltar el papel que juega el Frigorífico Jongovito, como el único frigorífico autorizado para distribuir materia prima es decir de carnes de res, cerdo, vísceras a las famas, expendios y empresas de la ciudad, el cual ofrece servicios a la comunidad como corrales y básculas, sacrificio de bovinos y porcinos.

Los expendios de la ciudad no presentan un tiempo de funcionamiento muy amplio, ya que son tipo persona natural, manejando tres tipos de personal (administrador, vendedor y ayudante u operario), disponiendo de un solo espacio dividido por ellos mismos en áreas que se encuentran al alcance y facilidad de uso, demostrando la limitada infraestructura manejada por estos.

La materia prima necesaria para la realización tanto del proceso de producción como de comercialización es la carne en canal, la cual despostan en cantidades apreciables de vender, anotándose que dicho proceso incurre en un rendimiento de peso vivo a canal del 52% y de canal a carnes del 75% (esto para las carnes rojas). El consumo de los productos cárnicos ha variado, esto según temporadas, situación económica, desempleo, la falta de personal capacitado, la violencia, la posición periférica de la región, entre otros.

Las máquinas o equipos más utilizadas por este sector son: molino, cortadora, pesas, selladora, refrigerador o congelador, sierra sin fin y la balanza electrónica. Y las herramientas más utilizadas por los expendios y empresas productoras se encuentran la mesa de despiece y procesamiento, cuchillo cortador, cuchillo pelador, hacha, barra de

acero (llamada también lima o chaira), cuchillo para carnicero, roedor de huesos, moldes y cuchillo picador, aunque el aprovisionamiento de estas es muy limitada.

Las principales fortalezas son la calidad de los productos que venden, la atención a los clientes, el servicio, los precios, la higiene y sus principales debilidades son la competencia desleal, la falta de maquinaria para realizar cortes precisos, la falta de conocimientos tanto productivos como operativos, la inseguridad y la mala ubicación.

El mercado del producto era en su mayoría local y la rentabilidad bruta de los productos en general no supera el 50%, para todo tipo de carnes (blancas y rojas), por su parte las fuentes de financiamiento en su mayoría eran propias, y finalmente se generan residuos cuyo destino es la basura, a personas necesitadas, se venden a un menor precio o bien se entrega a recicladores, llevando a que se controle al máximo la generación de los mismos.

3.3. MONOGRAFÍA DE LA CIUDAD DE PASTO

3.3.1. Actividades. ► Para su efecto era necesario plantear alianzas y la estructura de lo que se quiere alcanzar, por ello se plantea el Anteproyecto que se puso en consideración de una Mesa de Trabajo, la cual apoya en el desarrollo del mismo, integrándose una alianza entre la Cámara de Comercio y el Departamento Nacional de Estadística (DANE), ante todo porque el trabajo era relativamente nuevo y hace más de trece años que no se realiza una monografía de la ciudad, será una gran apoyo estadístico, cultural, de investigación y conocimiento.

En este sentido se plantearon dos cosas, primero el anteproyecto el cual se basaba en la siguiente estructura:

Introducción: detallándose a nivel general lo que se buscaba hacer y los resultados esperados.

Tema de Investigación: Monografía del Municipio de Pasto

Formulación del Problema: no existe información actualizada de los diferentes aspectos socioeconómicos del Municipio de Pasto.

Antecedentes: no se puede negar que diferentes autores han querido rescatar el acontecer del Municipio, lamentablemente han tocado temas parciales o de determinados sectores de ese gran conglomerado socio-económico, sin embargo Monografías del Municipio son pocas y desactualizadas, en este sentido se podrá afirmar que dentro de los análisis del departamento de Nariño, se ha tocado el Municipio de Pasto. Por ello hablar de estudios realizados sería compilar todos los libros, folletos, revistas y demás publicaciones referente a Pasto, de esta manera en orden cronológico son contados los estudios y de antaño. Los cuales se analizaron, detallaron y sustrajeron como fuentes secundarias, es decir libros, textos, folletos, y demás medios donde se encontró información al respecto.

Marco Conceptual: como era una herramienta práctica era importante hacer una descripción detallada de cada uno de los elementos que serían directamente utilizados en el

desarrollo de la investigación, ante todo de algunos términos que se emplearían con mayor frecuencia y sobre los cuales convergían las fases de la investigación, de esta manera homogeneizar más el lenguaje técnico empleado y unificar los criterios y conceptos básicos de quienes utilizaran esta información. Para lograrla se basó en fuentes secundarias como diccionarios, libros, revistas, etc.

Justificación: se definió la actualidad e importancia del tema, permitiendo determinarse cambios a través del tiempo, la necesidad de la investigación, porque no era un tema nuevo, pero sin embargo existen pocos estudios y estadísticas dispersas y desactualizadas, que se hace necesario compilar investigación. Y la utilidad del proyecto que se buscaba emprender (dar a conocer diferentes aspectos de importancia para el Municipio de Pasto, que sirviera de punto de partida o de referencia para futuras investigaciones, sirviera como un instrumento de consulta, como punto de partida para la toma de decisiones de la política social y económica especialmente o bien como un instrumento que oriente la toma de decisiones para el desarrollo, teniendo en cuenta los diferentes sectores).

Objetivo General: era el de Recopilar y actualizar la información estadística general existente del Municipio de Pasto.

Objetivos Específicos: se plantearon los objetivos que se buscaba alcanzar con la Monografía o informe final.

- Determinar los cambios climáticos durante el periodo de estudio. (10 años)

- Establecer el incremento porcentual de la población pastusa.
- Establecer la cobertura del sistema de salud en el Municipio.
- Determinar cuál es el grado de escolaridad de la Población del Municipio de Pasto.
- Establecer la evolución del número de Empresas en el Municipio.
- Determinar el estado actual de la construcción dentro de la economía regional.
- Establecer la situación actual de la fuerza de trabajo y estabilidad laboral.
- Identificar cuáles son los ingresos y gastos del Municipio.
- Establecer la cobertura de los servicios de Energía, Agua, y demás servicios.
- Identificar los diferentes centros que promueven el desarrollo cultural.

Cobertura: se detalló la cobertura nivel espacial y temporal. La cual cubrió el Municipio de Pasto.

Procedimiento Metodológico: para alcanzar los objetivos propuestos y como herramienta para corroborarlos se pensó en las posibilidades de mayor número de información, y por ello se realizó una investigación de tipo documental, que permitió profundizar en el contenido y llegar a la esencia del objeto de estudio y se obtuvo una serie de criterios que permitían a futuros planificadores tomar decisiones, de manera que el estudio sería de tipo Exploratorio: por cuanto nos permitió formular el problema de investigación, y aclarar ciertos conceptos que se manejarían durante el periodo de estudio, sabiendo de la existencia de conocimientos previos como lo es una Monografía del Municipio de Pasto, e investigaciones de entes regionales, especialmente lo que se buscaba era una recopilación

de información que muestre la situación general y actual de Pasto. De esta manera para cada tema se planteó la fuente que puede suministrar la información, la cual en primera instancia delimita posibles informantes y establece parámetros de investigación.

Para hacer el procesamiento de la información se llevaría a cabo el uso de procedimientos como la clasificación y ordenamiento de la información según diseño planeado, presentando la información en forma escrita, tabulando, graficando, en fin utilizando diferentes formas de expresar de una manera clara la información obtenida.

Contenido Aproximado del Informe Final: se presentó una aproximación de la variedad de capítulos que integrarían la Monografía o trabajo final, la cual se basó en otros estudios e investigaciones relacionadas, como otros anuarios o monografías de municipios o bien departamentos.

Segundo se decidió solicitar la información a las entidades por medio de cartas, a las cuales se le anexo un contenido aproximado de lo que se esperaba recibir, además se inició una investigación en diferentes fuentes, como libros, textos históricos, periódicos, etc. En fin la información que se solicitaría era de tipo primaria (cartas) y secundaria (libros, etc.).

Como la información que se esperaba recibir durante los meses siguientes debía al menos integrar varios años, (de lo posible diez años atrás, o de lo existente), entendíamos que tomaba tiempo y trabajo, y se la solicitó desde meses atrás para estructurarla e intentar una publicación escrita y en CD Rom.

► Posteriormente se recolectó la información y se procedió a clasificarla, de acuerdo al tema, composición, seleccionándola para integrarla al documento final que se esperaba alcanzar. La información seleccionada se analiza y se estructura en cuadros resumen de la misma, de tal manera que se elabora el primer borrador, definiendo un diseño, que era supervisado por los entes integrantes, es decir el Dane conecedor del tema por las múltiples publicaciones y manejo estadístico, como informativos a nivel regional y nacional, igualmente Planeación Municipal y la Cámara de Comercio, delimitándose el diseño, temas a incluirse, temas faltantes, de tal manera que se estructuró el informe o documento final.

► Una vez analizada toda la información se prosiguió a estructurarla, dándole forma con ello se elaboró el documento final, el cual se integra de veintiún capítulos, que corregidos se aprueban.

► Con el documento se paso al diseño, el cual requería la contratación de un ingeniero de sistemas el cual presentó el CD Rum que integraba el trabajo, videos, sonido y demás información necesaria para la publicación en este medio, además se hicieron los diferentes estudios para su publicación impresa. Igualmente se planeó a futuro su lanzamiento por medio de un Evento, que incluya personas del rango nacional..

3.3.2. Impacto. El trabajo aportó en diferentes aspectos, ello porque ante todo es un documento que recopila información nueva, información no trabaja de esta manera, sino de manera global, es decir era presentada ante el Departamento para datos de Nariño, pero no

trabajada individualmente, incluso no tan amplia como se presento, de tal manera que era nueva y su impacto sería notorio.

Otro factor importante era que la Monografía presentaba datos estadísticos de hace una década, es decir recopilaba datos que muchas instituciones ya han olvidado, datos que permitieron realizar comparativos y retomar decisiones que no se han implementado o bien adoptar nuevas.

Convirtiéndose en un medio accesible para la comunidad como documento impreso o presentado en medio magnético, y no solo para la región sino a nivel nacional para mostrar un poco más de nuestra ciudad, identidad, situación y realizar proyecciones que permitan tomar decisiones.

3.4. OTRAS ACTIVIDADES.

3.4.1. Encuesta de Comportamiento Económico y Opinión Comercial

3.4.1.1. Objetivo. Conocer la opinión respecto al comportamiento económico de la ciudad en el primer semestre del año 2002 y las perspectivas para lo que resta del año.

3.4.1.2. Actividades. Para el desarrollo de este trabajo se partió de que no es un trabajo nuevo, sino que se viene realizando semestre tras semestre, muchas veces incluso es realizado trimestralmente. Partiéndose del diseño de un modelo de encuesta a aplicar

tomando como referencia modelos anteriores, complementándose y analizándose hasta simplificar preguntas y detallando un cuestionario lógico que permitió obtener una respuesta a tales. De esta manera se diseñó un modelo de encuesta (Anexo D), que corregida y aprobada se aplicó.

Antes de la aplicación se extrajo una muestra representativa de la población comercial según categorías como ferreteros, droguistas, etc. trabajo que se supervisó y coordinó. Porque para tal se contrató gente que aplicó las 270 encuestas que se esperaba alcanzar, encuestas que se lograron y se supervisó todo el trabajo de análisis, que una vez entregado fue corregido y aprobado.

Así el trabajo antes mencionado fue ante todo de coordinación y manejo de herramientas suficientes para supervisar y delegar funciones, ya que el objetivo a alcanzar lo debe tener claro la Entidad, como las personas asistentes en la ejecución. De esta manera se logró lo esperado.

3.4.1.3. Impacto. El trabajo como tal, realizado en un semestre (6 meses), permitió tomar decisiones en el semestre contiguo, importante no sólo por la información que se obtuvo sino por los resultados, es decir permitió conocer:

Que los comerciantes a nivel nacional manifestaron optimismo frente a los lineamientos del nuevo gobierno, las expectativas de mejoría para el segundo semestre del año son altas,

considerándose también, la llegada de la temporada decembrina, en donde se mejoraran los niveles de ventas de las empresas.

Los registros de disminución de ventas más relevantes a nivel nacional se presentaron en los sectores de confecciones y calzado, los incrementos más destacados se dieron en el sector automotor en el primer semestre del año.

El sector comercial en la ciudad de Pasto, está atravesando una difícil situación, generada fundamentalmente por la falta de ingresos de los consumidores, quienes han cambiado sus hábitos de consumo, prefiriendo los productos que tengan precios cómodos, por encima de la calidad.

Algunos empresarios son conscientes de la difícil situación, esto los ha llevado a preocuparse por implementar estrategias de mercadeo y ventas, como la promoción y publicidad de sus productos y negocios principalmente. Los comerciantes piden al sector gobierno como principal medida, la disminución de impuestos, sobretodo del I.V.A, ya que, sus ganancias se ven disminuidas por el pago de ésta obligación; además, piden que se genere un control más eficiente al comercio informal, que es uno de los causantes del deterioro del comercio formal.

3.4.2. Elaboración Anteproyecto “Caracterización del Microempresario Nariñense”.

Como respuesta a los fenómenos económicos y sociales actuales, especialmente la recesión del país y el impacto de las diferentes políticas adoptadas por los gobernantes para afrontar los problemas y a su vez el creciente desempleo existente, la creatividad y el ingenio son base indispensable y la persona es la razón principal de todo desarrollo empresarial, resaltando que los procesos de formación de actitudes, valores, comportamientos y conocimientos son necesarios para la acción empresarial, y en nuestra región en especial el microempresario nariñense debe distinguirse y ser capaz de hacer acciones favorables a su beneficio.

Para lo anterior es importante conocer cuál es la personalidad emergente del empresario, según la situación socioeconómica de la región

3.4.2.1 Actividades. Para lo cual se hizo necesario formular el anteproyecto, que se elaboró en base a recopilación de información secundaria, internet, estudios antiguos, libros, en fin fuentes de información que permitieron formular una estructura lógica a seguir y que permitió su ejecución, de esta manera a grandes rasgos se planteó lo siguiente:

Formulación Investigación: no existen investigaciones específicas sobre las características del Microempresario Nariñense.

Marco Teórico: se elaboró tendiendo en cuenta información secundaria, trabajos anteriores, teorías, e investigaciones de otros lugares.

Justificación: se justificó la investigación porque: el tema planteado permite conocer cómo es el microempresario de los nuevos tiempos y cómo debe comportarse para que las decisiones que tome le permita desarrollar su empresa. Además permitirá conocer las características que posee el microempresario de Nariño, servir como punto de partida o de referencia para futuras investigaciones del mismo tema, servir para la toma de decisiones respecto al sector microempresarial, servir para el desarrollo de futuros talleres de desarrollo personal por parte de la institución y servir de insumo para la creación de un Centro de Capacitación para existentes y futuros microempresarios.

Objetivo General. Determinar las características del Microempresario Nariñense de las Empresas más representativas de las ciudad de Pasto, Ipiales, Tumaco, La Unión y Túquerres.

Objetivos Específicos:

- Identificar la ideología que tiene el Microempresario en la Región de Nariño.
- Identificar los Comportamientos y Valores Personales de los Microempresarios; tales como visión de futuro, concepción de la familia y del éxito, solidaridad, etc.
- Identificar las Características Socioeconómicas y Políticas de los Microempresarios.
- Identificar los Niveles de Formación Académica y de Cultura Gerencial de los Microempresarios.
- Identificar las Actitudes que tienen los Microempresarios frente a la Delegación y la forma cómo se lleva a cabo dicho proceso.

- Determinar las Habilidades Gerenciales que poseen los Microempresarios, y determinar cuáles son las que deberían implementar cada uno para enfrentar al mercado.

Cobertura: el tema se desarrollaría en cinco Municipios del Departamento de Nariño.

Procedimiento Metodológico: se escogería un grupo representativo de gerentes y / o microempresarios de las ciudades, que cumplan ciertos requisitos que se impondrán como marco para delimitar la investigación, y los cuales serán representantes de los diferentes sectores económicos, como son: comercio, finanzas, industria, agricultura, transporte, hotelería y restaurantes. Aplicándose una encuesta que se diseñó por psicólogos expertos, la cual se corrigió y aprobó, procesándose, es decir tabulándose y entregándose los cuadros y gráficos pertinentes.

Ejecución: para el desarrollo de este tema o investigación fue necesario un contrato a dos psicólogos expertos los cuales se encargaron de llevar a cabo la investigación, es decir elaborar la encuesta, sustentarla, hacer el análisis psicosocial, por su parte el pasante formó parte de la mesa de trabajo, la cual se reunió periódicamente para verificar avances, opinar, tomar decisiones, y por ende determinando la muestra a aplicar, es decir se suministró a los psicólogos las tabulaciones de las encuestas aplicadas, las cuales dieron un total por municipios así (cada municipio con sus tabulados correspondientes):

TUMACO = 34, UNIÓN = 27, TUQUERRES = 30, IPIALES = 144, PASTO = 244, para un **TOTAL de 479**

Trabajo que arrancó desde el momento en que se aprobó el anteproyecto, pero que se desarrolló en lo que restaba del año, el cual culminó a finales del mes de noviembre, del cual se logró un Plan de Acción que permitió tomar decisiones para el siguiente año, de acuerdo a cada Municipio.

3.4.2. Impacto. El trabajo en general permitió caracterizar al Microempresario de la Región, definir cualidades que le han dado o permitido desarrollo y defectos que han frenado tal, además permitió conocer la cultura nariñense que impregna unos conocimientos y ciertos comportamientos. Y aplicar un Plan de Acción que lleve a la búsqueda de corregir actitudes que limitan su desarrollo y fortalecer el desarrollo de nuevos Microempresarios que entiendan el papel que juegan dentro de su Microempresa y dentro de la sociedad..

3.4.3. Realización Proyecto de Financiación: “Incremento de la Productividad y Competitividad del Sector Metalmecánico de Pasto”.

3.4.3.1. Actividades. Se tenía un precedente que era el diagnóstico del Sector Metalmecánico realizado por la Institución, es decir por la Cámara de Comercio de Pasto, el cual permitía conocer la situación real del sector, sus debilidades y principales necesidades, y conoedores de fuentes de financiación se participó en la convocatoria realizada por el Fondo Colombiano para la Modernización y el Desarrollo Tecnológico de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas –FOMIPYME-, el cual proponía una guía para la presentación de programas, proyectos y actividades de desarrollo tecnológico y de

fomento y promoción de las Mipymes, formatos específicos, los cuales se llenaron y se enviaron.

Del cual se puede resaltar los aspectos más importantes, por el impacto que tiene sobre el sector y la economía regional, así:

Cobertura. San Juan de Pasto. Dirigida a 62 Microempresas del Sector Metalmecánico.

Objetivo General. Incrementar el nivel de competitividad y productividad de la cadena metalmecánica de la ciudad de Pasto, desarrollando un plan de acción integral que involucra las necesidades principales del mismo.

Objetivos Específicos:

1. Desarrollar capacitaciones con los empresarios con el objeto de tratar la problemática que afecta al sector en áreas específicas como la estratégica, la administrativa y la productiva.
2. Realizar asesoría y asistencia técnica permanentes a los empresarios del sector metalmecánico de la ciudad de Pasto.
3. Establecer nuevas formas de financiación relacionando al empresario con el sector bancario.
4. Elevar el grado de competitividad a través de la innovación del producto y generar el desarrollo empresarial.

Principales Resultados. Incremento en stocks de productos, mejoramiento de productividad y calidad administrativa y de producto, establecimiento de alianza estratégicas por medio de la agremiación, mejoramiento del servicio al cliente, abastecimiento de la demanda del mercado, control del manejo ambiental, implementación de planeación estratégica, aprobación de nuevos créditos para refinanciación y financiación, seguridad industrial generalizada, competitividad local y regional del sector metalmeccánico que le permita desarrollo a nivel nacional e internacional, condiciones buenas de trabajo que aseguren el bienestar y productividad de las microempresas, distribución eficiente de productos, generación de nuevos productos.

Eventos de Capacitación y Asesoría. Como análisis DOFA e identificación corporativa, cooperativismo y agremiación, asesoría en mercadeo y ventas, políticas ambientales, salud ocupacional y seguridad industrial, contabilidad de costos y realización de manuales de calidad.

Además se elaboró el proyecto, trabajando con otras instituciones, como los es: Contactar, Universidad Cooperativa, Zutta Hermanos, Acopi y otras que se integraran al proyecto una vez se implemente o se lleve a cabo, durante su año de duración.

3.4.3.2. Impacto. El impacto es a medida que se ejecute el proyecto según los principales resultados antes mencionados, dirigido a los empresarios del sector metalmeccánico de la ciudad, buscando como se dijo unir el sector, capacitarlo, mejorar su parte interna, para

convertirlo en un sector competitivo y de lo posible prepararlo para competir a nivel nacional con otros.

3.4.4. Realización “Propuesta para Implementar el Banco de Programas y Proyectos de la Cámara de Comercio de Pasto”

3.4.4.1. Objetivo. Presentar una propuesta para implementar un Banco de Programas y Proyectos en la Cámara de Comercio de Pasto.

La Cámara de Comercio de Pasto interesada en el desarrollo regional, desea establecer el programa denominado Banco de Proyectos, el cual pretende brindar como una nueva alternativa para el manejo, flujo y uso adecuado de recursos, con el propósito de impulsar un cambio que fortalezca la capacidad competitiva de las empresas locales y regionales a través de una mejor preparación del recurso humano y físico.

El Banco de Proyectos se diseñará y estructurará para el registro, seguimiento y evaluación de los proyectos académicos, empresariales, de cofinanciación, de inversión, entre otros que cumplan los requisitos establecidos por este centro. Ello se realizará con base en los datos reportados periódicamente por las dependencias, los cuales deben responder a características técnicas y funcionales que permitan tomar decisiones relativas a la viabilidad, elegibilidad y priorización de los proyectos y una vez se inicie su ejecución, permitan el monitoreo y evaluación adecuada y permanente de cada uno de ellos. De igual manera la información debe ser compatible con las aplicaciones desarrolladas para el

manejo de la información de los sistemas básicos o transaccionales, algunos de los cuales alimentan total o parcialmente al Banco de Proyectos.

La guía metodológica que se buscó elaborar, sería un instrumento y /o herramienta que define los parámetros y variables mínimas a través de las cuales se formula el proyecto, pero también a través de las cuales se hace posible el monitoreo, seguimiento y evaluación periódica del mismo, en la medida en que son los proyectos los que articulan y direccionan la acción institucional global.

Por lo anterior, si bien el formato para registro precisa las variables sobre las cuales se requiere información, las instrucciones para diligenciamiento del formato puntualizan las características que tales variables deben cumplir, es por ello importante definir claramente tales instrucciones.

3.4.4.2. Actividades. Para desarrollar dicha propuesta se ejecutaron cuatro acciones.

Primero se recibió una capacitación por un experto en Proyectos de la Universidad Nacional, el cual presentó un avance amplio sobre el Banco de Proyectos de la Universidad Nacional, los pasos que se debían tener en cuenta para implementarlo, como las metodologías que debían manejarse, entre otros, el cual fue la base para formular la propuesta.

Segundo con los conocimientos básicos, se buscó información secundaria por medio del Internet, y otros bancos que en el momento se encuentren funcionando a nivel nacional. Los cuales fortalecieron la propuesta.

Con lo anterior se pasó a estructurar la propuesta la cual contiene los siguientes aspectos:

Introducción. Explicándose el propósito que llevó a implementar este proyecto, explicándose su necesidad e importancia.

Marco de Referencia. El cual se estructuró con base en información secundaria, de tal manera que se integró un Marco Teórico; que contenía la base en la cual se estructurará el Banco de Programas y Proyectos. Y un Marco Conceptual; que contenía los principales términos que se manejan dentro de la propuesta y en general que se manejarían en la realización del mismo.

Tema. Creación del Banco de Programas y Proyectos de la Cámara de Comercio de Pasto

Formulación del Problema. No existe un Banco de Proyectos que maneje, coordine, supervise los recursos para la ejecución de posibles proyectos

Antecedentes. Se explicó los bancos que existen, el origen de la propuesta y ante todo las bases en las cuales se estructuraría el actual Banco.

Objetivo General. Diseñar e implementar un sistema que se convirtiera en una instancia administrativa e instrumento para la gestión de proyecto en todas las etapas de su ciclo, siguiendo criterios de organización, planeación, eficiencia y eficacia.

Objetivos Específicos:

- Determinar un flujo sistematizado de gestión de proyectos que cubra la identificación, formulación y evaluación de proyectos de investigación; la programación, presupuestación, ejecución, seguimiento y evaluación de los resultados obtenidos.
- Diseñar un sistema que permita conocer y coordinar el conjunto de inversiones, provenientes de diversas fuentes de financiamiento de investigación.
- Sensibilizar a las distintas instituciones en el manejo y gestión de proyectos de investigación.
- Realizar los diferentes estudios.
- Definir el perfil, la misión, la visión y los aspectos generales del Banco de Programas y Proyectos de la Cámara de Comercio de Pasto.

Justificación. Este es uno de los más importantes, ya que fue la razón por la cual se buscó implementar el Banco de Programas y Proyectos en la ciudad, y específicamente en la Cámara de Comercio de Pasto, del cual se puede rescatar que:

La idea de proyecto es un tema que se maneja en estos tiempos con más intensidad que en otros, la búsqueda para emprender ideas con fundamento la hacen indispensable, por ello es un tema actual, todo se basa en proyectos estructurados, algunos mejor que otros, pero en definitiva proyectos que necesitan recursos, financiación, gestión, etc. El hecho de llevar a cabo este Banco de Programas y Proyectos es precisamente ese, estar a la par con el desarrollo y permitir que la región se desarrolle con tal.

Considerando además que el tema actualmente era manejado, e incluso muchas instituciones habían intentado implementar un Banco de Proyectos pero sin éxito alguno porque no lograron definir la estructura y función del mismo, por ello era importante, ya que el manejo de proyectos y su estructuración es lo que hoy en día se hace necesario, e incluso toda labor dentro de las instituciones ya que la misma situación económica ha llevado a la búsqueda de recursos, de dinero, en fin, de otras partes.

Se veía necesaria la investigación porque debía diseñarse correctamente el manejo, supervisión, y entrega de recursos, gestión para financiación, en fin servir como promotores de un Banco de Proyectos en la ciudad de tal manera que a futuro se logre trabajar interinstitucionalmente con el fin de brindar un centro recopilador y base de desarrollo, que no existe o que no se le ha dado la importancia que debería tener.

Servirá no solo como centro recopilador, sino como gestor, evaluador, supervisor, y ante todo promotor de desarrollo, se buscaran recursos para financiar proyectos, gestión para llevar a cabo alianzas, servir como medio para que un proyecto se ejecute, en fin

proyectos con ideas radicales que conlleven al desarrollo regional y actuar como una entidad no sólo reguladora del medio comercial, sino cumplir la misión institucional, dentro de la cual es aportar al crecimiento y desarrollo, con ello cambiaríamos la imagen impositiva que se tiene de la Cámara de Comercio.

Cobertura. El Banco de Programas y Proyectos de la Cámara de Comercio de Pasto, además de atender a la población de la ciudad, también estaría en la capacidad de atender a todos los municipios del departamento

Procedimiento Metodológico. Se explicó que en la primera etapa del proyecto se requiere hacer uso de fuentes de información secundarias para realizar el análisis y la presentación del entorno, en los estudios siguientes a la información secundaria, esto conllevaría a obtener el diagnóstico de mercado; y luego con la investigación de fuentes secundarias se determinaría el impacto de la normatividad. Por su parte el estudio técnico sería ejecutado por expertos en el área y finalmente el estudio financiero se apoyaría en información secundaria sometida a rigurosos análisis económicos. Igualmente debía seguirse la estructura aproximada del informe final, la cual debía implementarse y estructurarse definiéndose cada componente del Banco de Proyectos, estructurándose a su vez leyes, normas, principios, criterios.

Para lo cual debía tenerse en cuenta estudios anteriores de la región, existencias, estudios nacionales, como lo es el Banco de Proyectos de la Universidad Nacional, debía

coordinarse de acuerdo al tiempo y lograr cada fase de acuerdo a lo planteado en la estructura del informe final.

Contenido Aproximado del Informe Final. Se estructuró el contenido que debía desarrollarse para implementarlo, el cual contenía los estudios, las metodologías, la naturaleza del Banco, la misión, visión, alcance, objetivos, normas, principios, tipos de proyectos que se manejarían, las fases del mismo, la gestión, y la evaluación y seguimiento del mismo.

Finalmente el trabajo se entregó, el cual fue corregido y aprobado, quedando como base para llevarse a cabo en el próximo año, o ejecutarse al menos una primera fase de este Banco de Programas de Proyectos.

3.4.4.3. Impacto. La razón principal por la cual el Banco se hacía indispensable era la no existencia de una Banco como tal en la ciudad, por ello el impacto si se llevaría a cabo sería amplio, así se convierte en un tema nuevo, lo cual permitirá no solo el manejo de recursos, sino la puesta en marcha de proyectos que lleven al desarrollo regional. De esta manera el proyecto requerirá de un trabajo interinstitucional que fortalecerá vínculos y generará nuevos. Con ello la gestión será la principal actividad que debe estructurarse para ejecutarse o llevarse a cabo el Banco.

3.4.5. Preparación “Capacitación Ideas Empresariales”.

3.4.5.1. Objetivo. Desarrollar una capacitación encaminada a la generación de ideas empresariales, dirigida a estudiantes de la ciudad.

3.4.5.2 Actividades. Para desarrollar dicha capacitación se recolecto información secundaria, relacionada con el tema, la cual se analizó y selecciono, de tal manera que permitió estructurarla. Con el texto definido se pasó a la elaboración de las diapositivas, es decir el material necesario para realizar la capacitación, se la prepara de tal manera que fue entendible y coherente.

3.4.5.3. Impacto. El impacto se logró en el nivel educativo, de tal manera que se llegó a estudiantes, porque se les brindo conocimientos que de cierta manera encaminarán sus futuros, y los impulsarán a generar alternativas de desarrollo regional de índole empresarial. En este caso la Cámara de Comercio de Pasto se convirtió en fuente de conocimiento impartíéndolo, y a su vez permitió que nuevas personas, en este caso los jóvenes sean promotores de crecimiento y desarrollo, los cuales tienen en sus manos el futuro de la región con sus nuevas ideas y manera de ver el mundo en el que se encuentran.

4. RESULTADOS DE LAS ACTIVIDADES

4.1. INFORME DE COYUNTURA DEL EMPLEO EN LA CIUDAD DE PASTO DURANTE EL 2001 (Resumen)

A continuación se hace un resumen ejecutivo del contenido del informe, el cual se encuentra completo con sus respectivos gráficos y cuadros en el centro de información y documentación –CIE- de la Cámara de Comercio de Pasto.

4.1.1. Tendencias Mundiales del Empleo

→ **Tendencias del Empleo¹.**

Los Años Setenta. A partir de los 70' las menores tasas de crecimiento económico, la reestructuración de la división internacional del trabajo y el cambio tecnológico incidieron fuertemente en la generación de empleo, porque abrieron nuevas oportunidades para actividades globalmente competitivas, sin embargo otras actividades sufrieron fuertes transformaciones en disminución de mano de obra, debido en parte a las variaciones de la institucionalidad laboral, estas tendencias se expresaron en los diferentes países en un

¹ El siguiente análisis se hace con base en **ZAIAT, Alfredo**. Reportaje a Alfredo Monza. "*El trabajo en el mundo. El fin puede esperar*". Diario Página/12 (Argentina). Consultado enero 26 de 2000. <http://www.sht.com.ar/mundo.htm>.

elevado y persistente desempleo o en generación de empleo de baja calidad, con una ampliación de las brechas salariales y una mayor heterogeneidad de la estructura ocupacional.

Los Años Ochenta. En los años 80' el agotamiento de la modalidad de desarrollo de la posguerra, acelerado por factores externos, desembocó en una profunda crisis económica, la cual redujo la capacidad de los sectores formales de generar empleo productivo, y la mayor parte de los puestos de trabajo que surgieron se concentraron en el sector informal. La agricultura, después de servir transitoriamente como "refugio", siguió reduciendo su participación en el empleo, la expansión del empleo en el sector secundario se frenó. En resumen, durante las últimas décadas se observan transformaciones profundas en los mercados de trabajo de los países industrializados y los efectos de la globalización para el empleo en los países del "Tercer Mundo" y específicamente de América Latina, generan costos y beneficios." Quedando entre dicho muchas de las circunstancias actuales que tienen los Países Desarrollados y los en Vía de Desarrollo.

→ **Tendencias del Empleo como Resultado de las Nuevas Tecnologías.**

Los Años Noventa. La mundialización de la economía conlleva a una mayor exigencia de movilidad geográfica de los trabajadores con cargos ejecutivos y gerenciales, así el inglés seguirá siendo el idioma universal, pero habrá un creciente respeto por las lenguas y las

culturas del país anfitrión, crecerá la conformación de equipos de trabajo sin asentamiento geográfico único, pero con una mayor interrelación internacional.

La creciente regionalización del planeta mediante la consolidación de grupos regionales (Mercado Común Europeo, Mercosur, Nafta, etc.) dará por tierra con las llamadas "economías nacionales" para fines de la presente década, según el pronóstico de muchos especialistas. Incluso se está reconociendo que los viejos indicadores utilizados para medir el crecimiento y la productividad de un país están quedando obsoletos, el dinero empleado por las empresas en adquisición de hardware y software, por caso, deberían dejar de ser contabilizados como "gastos", y ser reconocidos como "inversiones". Del mismo modo, las aplicaciones informáticas de uso comercial deberían ser incorporadas en los cálculos del Producto Interno Bruto de las naciones. Como se ve, los cambios que vienen son tan profundos y de tal magnitud, que se hace necesario que cada trabajador adopte una "visión global" y esté atento a las "señales de los tiempos" a fin de anticiparse a las "vueltas de la vida" que vayan a tener impacto sobre su propio futuro laboral.

El Nuevo Siglo. El mundo del trabajo va evolucionando a un ritmo vertiginoso, las tecnologías modernas mejoran la eficacia del trabajo, la competencia, la liberalización y la brevedad de los ciclos de vida de la tecnología y los productos reestructuran industrias enteras y modifican la forma en que las empresas organizan sus lugares de trabajo, los conocimientos que necesita la fuerza laboral en el ambiente económico actual son completamente distintos desde hace 15 años, y dentro de otros 15 años, o incluso el año próximo, se podrán apreciar nuevos cambios. Debido a esto encontramos que estas nuevas

tecnologías han ocasionado una apreciación algo diferente en cuanto a las especificidades de la mano de obra necesaria para los procesos productivos; tal es el caso que ahora quien no se prepare está condenado a trabajar en menores empleos y obviamente con remuneraciones más bajas, tal es el impacto de la tecnología que han aparecido nuevos tipos de empleos, que van de la mano con tecnologías de información.

La Importancia de la Educación Empresarial. En este sentido en los últimos diez años, el crecimiento del empleo se ha concentrado en sectores tales como servicios financieros, servicios comerciales, y servicios sociales y de salud, que exigen más educación. Los cálculos indican que la remuneración de una persona aumenta de 8% a 10% al año por cada año de educación superior a la enseñanza secundaria, demuestra la existencia de una relación directa entre el nivel de educación y las tasas de nuevo empleo y derecho a la permanencia en el empleo.

La demanda de educación y capacitación es un hecho que ha dado lugar a un mercado real, así nueve de cada 10 compañías prestan asistencia en materia de educación a sus empleados, los patronos buscan los medios de capacitar mejor a sus empleados, de una forma más económica y más rápida, los empleados buscan una capacitación pertinente y adaptada a sus necesidades: pertinente, porque les brinde los conocimientos necesarios para su seguridad económica, y adaptada a sus necesidades, porque tenga en cuenta su horario laboral y emplazamiento. Todo ello indicando el papel que juega la tecnología en el mundo económico.

→ **El Empleo desde la Perspectiva de Género.**²

Las estadísticas sobre el empleo y datos fidedignos con respecto al trabajo efectivo (aunque no registrados) arrojan luz sobre una curiosa paradoja: es innegable que el nivel de remuneración de la mujer no puede compararse con su contribución (retribuida o no retribuida) a la economía. La contribución de la mujer a la economía sigue quedando en la oscuridad porque las estadísticas sobre el empleo y las cuentas nacionales subestiman el papel de la mujer en la población activa y persiste la discriminación por razón del sexo en el lugar de trabajo.

La OIT atribuye esta situación paradójica a factores como: diferencias persistentes entre la remuneración de la mujer y del hombre, acceso desigual a los puestos de trabajo estables, la perpetuación, y la acentuación de la segregación profesional y el crecimiento del "trabajo fantasma" (es decir trabajo invisible, no remunerado pero económicamente necesario, en los sectores doméstico, agropecuario e informal).

En todo el mundo las mujeres reciben menor remuneración que los hombres, y no hay ninguna indicación de que esto cambiará pronto, aunque es innegable que se han hecho progresos en cuanto a la participación de la mujer en la fuerza laboral durante los últimos 40 años, el progreso no ha sido ni universal ni sostenido, la mayoría de las mujeres siguen ganando, en promedio, sólo del 50 al 80% de lo que ganan los hombres, en el Japón y la

² El siguiente análisis se hace con base en **ANKER, Richard**. "*La segregación profesional entre hombres y mujeres*". Repaso de las teorías. OIT. Ginebra. REVISTA INTERNACIONAL DEL TRABAJO Volumen 116. No. 3. 1997. Pág. 8

República de Corea, los salarios de las mujeres ascienden aproximadamente a la mitad de los salarios de los hombres, en los países desarrollados, la disparidad varía entre el 30% a algo menos que el 10%. En general, aquellas profesiones que se consideran "femeninas" no han sido revaloradas y son subpagadas.

Hombre vs Mujeres. Un examen más detenido en la enseñanza, las mujeres predominan en los niveles de enseñanza elemental y primaria, mientras que los hombres predominan en la enseñanza superior. En este sentido teorías y explicaciones de la segregación profesional entre sexos distinguen los factores de ofertas y demanda. Del lado de la oferta quizás las mujeres "prefieran" trabajar con horarios flexibles, así como ocupaciones que les permita interrumpir durante cierto tiempo para tener hijos y criarlos. Del lado de la demanda, los empleadores suelen preferir la contratación de mujeres o de hombres para determinadas ocupaciones y que tengan ocupaciones de ascenso y avance profesional dentro de las empresas. Esperándose más cambios que inhabiliten esas diferencias.

→ **Empleo Infantil.**³

En el plano intergubernamental, el asunto del trabajo infantil ha quedado inmerso dentro de un debate demasiado político acerca de los derechos humanos, las normas laborales, la ética y el comercio internacional, lo cual explica en parte el ritmo relativamente lento al que avanza. Cualquier intento de cuantificar el trabajo infantil en el mundo tropieza de

³ El siguiente análisis se hace con base en **LEE, Eddy**. "Mundialización y empleo: ¿Se justifican los Temores?". OIT. REVISTA INTERNACIONAL DEL TRABAJO. Vol. 115. <http://www.oit.org/public/spanish/180revue/articles/lee.htm>.

inmediato con: 1). Problema de la definición del trabajo infantil, lo cual hace difícil estimar lo relacionado con edades y actividades, y 2). Inexistencia de estadísticas nacionales fidedignas.

→ **Empleo y los Países.**⁴

Para la mayoría de los hogares, tanto pobres como ricos, el ingreso derivado del trabajo es el principal determinante de su nivel de vida. Del total de 2.500 millones de personas que trabajan en actividades productivas en todo el mundo, más de 1.400 millones viven en países pobres, o sea, países que en 1993 tenían un ingreso anual per cápita inferior a US \$ 695, otros 660 millones viven en países de ingresos medianos y el resto - unos 380 millones - en países de ingresos altos, es decir, aquellos que en 1993 tenían un ingreso anual per cápita de más de US \$8.626. Las modalidades de empleo en estos tres grandes grupos de países varían extraordinariamente.

En los países pobres, el 61% de la población activa trabaja en la agricultura, sobre todo en explotaciones agrícolas familiares; el 22% trabaja en el sector rural no agrícola y el sector informal y el 15% tiene contratos de trabajo, principalmente en el sector industrial urbano y el de servicios.

⁴ El siguiente análisis se hace con base en **MACMILLAN y ST. PRESS, Martín.** “Ensayo: ¿El Final del Trabajo?”. TRABAJO. Núm. 31. Septiembre / Octubre de 1999.
<http://www.oit.org/public/spanish/bureau/inf/magazine/31/essay.htm>.

En los países de ingreso mediano, un 29% trabaja en explotaciones agrícolas, el 18%, en actividades informales en las zonas rurales y urbanas y el 46% tiene empleo remunerado en la industria y el sector de servicios. En los países ricos, la mayoría trabaja en el sector formal de la economía aproximadamente el 4% en la agricultura, el 27% en la industria y el 60% en el sector de servicios. Hay en el mundo unos 120 millones de desocupados. Los trabajadores de los países de ingreso bajo no sólo constituyen la mayor parte de la mano de obra agrícola del mundo sino también, debido a su número, representan casi la mitad de los trabajadores industriales y aproximadamente un tercio del total mundial de desocupados.

De los 2.500 millones de trabajadores que existen en el mundo, 1.400 millones viven en países que están tratando de eliminar las secuelas del intervencionismo estatal, el proteccionismo comercial o la planificación centralizada. Muchos países en desarrollo y en transición están haciendo grandes esfuerzos por superar las consecuencias de cambios fundamentales que han debido introducir en sus estrategias de desarrollo: el abandono del proteccionismo en pro de una mayor integración en los mercados internacionales y la transición del intervencionismo estatal a una economía de mercado en que el Estado tiene una función más limitada en la asignación de recursos. Estos cambios pueden afectar profundamente al mercado de trabajo. Su característica principal es la aceleración del proceso de eliminación de empleos que ya no son viables y de creación de otros nuevos.

Por lo que se refiere a América Latina y el Caribe, el desempleo en Colombia a alcanzando niveles históricos jamás vividos por el país. También aumentó el número de desempleados en las zonas urbanas de Argentina, Bolivia, Ecuador, Jamaica, México, Uruguay y

Venezuela. Si bien se dispone de pocos datos sobre el desempleo directo en África y en muchas partes de Asia, no cabe duda de que el problema del subempleo masivo y de la pauperización siguen agravándose en las regiones de bajos ingresos. La OIT considera que sólo un compromiso internacional renovado de obrar por el pleno empleo permitirá terminar con la pobreza, el desempleo y el subempleo tan extendidos en todo el planeta, además considera que los actuales niveles de desempleo carecen de sentido económico y no son ni política ni socialmente viables. (OIT).

La Flexibilización es un Hecho. Ya hace rato que el empleo "de por vida" es una marca del pasado, el contrato entre empleador y empleado está sufriendo una profunda revolución, la carrera por el ascenso en el escalafón de una empresa está siendo reemplazada por el diseño y la ejecución de la propia carrera individual, el compromiso ya no es con la empresa, sino con la sociedad. La "flexibilización" ya ganó la partida en las luchas políticas entre el empresariado y los gremios, y está haciendo sus funciones de estreno en el interior de las empresas, con acuerdos de trabajo a tiempo parcial, horarios flexibles, teletrabajo y hasta contratos no con una empresa, sino con un proyecto.

→ **Experiencias Exitosas en Generación de Empleo.**

- ◆ Empresas Dinámicas en Guatemala.⁵ En 1995 las autoridades de SEGEPLAN – Organismo Estatal Encargado de la Planificación Económica– pone el acento fuerte en la capacitación y el desarrollo tecnológico como fuentes de productividad.

- ◆ “En LIMA. PERÚ: Empleo Permanente Y Productivo”.⁶ Generando cerca de 6,500 empleos directos. Claramente se destacan cinco actividades productivas basadas en los recursos naturales y culturales como: pesquera, forestal, agrícola, industrial o bioindustria por procesar recursos del bosque o de la diversidad biológica y la de Turismo, diseñado para estratos empresariales de PYMES y microempresas.

- ◆ “Las experiencias más exitosas en términos del desarrollo regional y generación de empleo han sido, sin duda, aquellas que supieron desarrollar una estrategia compatible con la mediana, pequeña y micro unidades económicas productivas, generalizadas e imperantes en el sur del país. Entre las experiencias exitosas de generación de empleo están las siguientes”⁷:

Planta de leche, Gloria S.A. El modelo de esta agroindustria ha permitido que más de 13,000 productores de leche, de los cuales un poco más del 90 % han sido pequeños y

⁵ **TELLO FERNÁNDEZ, Hernán, LIMACHI HUALLPA Luis.** *III Foro Pobreza: Generación de Empleo e Ingresos.* IIAP. Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana. Acuerdo IIAP-SADE/PNUD. Iquitos. Septiembre de 2000.

⁶ **Ibid.**

⁷ **LUIS ZARAUZ SUAREZ.** *III Diálogo para el Desarrollo y Lucha contra la Pobreza.* Estrategias Para Crear Oportunidades De Empleo. Arequipa, Noviembre 2000.

micro productores que mejoraron sus niveles de ingresos y más de 350 medianas empresas de ganadería generaron empleo para un importante número de asalariados del campo

Industria Textil Alpaquera. Esta es otra de las industrias que han tenido un efecto muy positivo sobre el empleo especialmente en su fase de transformación. En efecto, estas empresas han tenido la virtud de articular al mercado la producción de fibra de alpaca de las zonas más deprimidas del país como son la zona sur alto andina, impulsando la generación de empleo a través de pequeñas y microempresas de tejidos de fibras naturales de alpaca, oveja, combinadas con sintéticos, en Arequipa, Cusco y Puno.

→ **El Contexto Regional Latinoamericano**⁸

En términos absolutos, el número de pobres se ha incrementado a un ritmo constante subiendo de 136 millones en 1980 a 204 millones en 1997, en otras palabras, una o más de cada tres personas vive en la extrema pobreza, impedida de satisfacer sus necesidades básicas – una proporción que tampoco ha mejorado desde 1980-, en las áreas rurales la pobreza se ha incrementado desde un 28% en 1980 a un 31% en 1997.

Entre 1971 y 1998, un periodo en el cual, prácticamente todos los gobiernos de la región redujeron las regulaciones comerciales y los controles sobre el capital, 17 de 18 países de América Latina y el Caribe muestran un deterioro del empleo o de los salarios reales, o de ambos. Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el poder adquisitivo de las

⁸ www.alianzaaci.or.cr.planestrategico.2002-2004.

y los trabajadores se redujo dramáticamente durante los años noventa, alcanzando un nivel del 27%, inferior al que valía en 1980.

En lo que se refiere al trabajo de las mujeres, hoy más que nunca trabajan en empleos remunerados, por un lado, esto significa nuevas oportunidades para las mujeres, pero por otro lado, las mujeres están desproporcionadamente representadas en los empleos de más bajos salarios y con las peores condiciones de trabajo (una gran proporción de quienes trabajan en el sector de la maquila y en las empresas agro - exportadoras son mujeres). Casi una cuarta parte de las mujeres asalariadas (23%) ganan menos que el salario mínimo, una proporción mucho más alta que en el caso de los hombres (11%). Las mujeres latinoamericanas entre un 25 y un 50% menos que sus contrapartes hombres, mientras que en América del Norte, las mujeres que trabajan por un salario perciben aproximadamente un 20% menos que los hombres.

El nivel de desempleo se incrementó durante los noventa, según la OIT en América Latina y el Caribe alcanzó un 9.5% en promedio en 1999, sobrepasando el punto más alto de los índices de desempleo alcanzados durante la crisis de deuda externa de los años ochenta, a pesar de una década de modernizaciones y reformas económicas.

4.1.2. Universidad y Empleo

La identificación de la relación entre universidad y empleo, solo tiene una base de argumentación, y esta hace referencia a la eficiente capacitación que ha de suministrarse

para preparar el recurso humano, el que con eficacia jalonará futuros procesos que determinarán un desarrollo económico y social para la región.

En este orden de ideas, la mayor influencia sobre la generación de empleo se determina por el componente: “calidad de la educación superior”, la que estará influenciada por el ambiente propio de desenvolvimiento y por la obligatoria formulación de respuestas institucionales a las demandas productivas de la economía regional.

Como ocurre en nuestra nación colombiana, todo logro futuro o consecución en expectativa, es el caso de la calidad en la educación superior la cual tiene una amplia normatividad y regulación, que evidencian el interés del gobierno nacional o regional en esta clase de consecuciones. Este interés coincide con la toma de conciencia de las instituciones de educación superior acerca de la importancia de rendir cuentas ante los usuarios y ante la sociedad en general, sobre el grado en que ellas se aproximan al nivel de desempeño ideal de producción de servicios correspondientes a su naturaleza misma. El logro y la preservación de la calidad es entonces un reto en materia de educación superior el cual anima la acción del Estado y convoca la voluntad de las instituciones.

El concepto de calidad aplicado al servicio público de la educación superior, hace referencia a la síntesis de las características que permiten reconocer un producto académico o una Institución educativa. Estas, facilitan realizar un juicio sobre la distancia relativa entre el modo como esa Institución o un programa elabora un producto o presta un servicio y el óptimo que le corresponde hacer por su naturaleza misma.

En este contexto, un programa o servicio académico tiene calidad en la medida que se haga efectivo su concepto, en la medida que se aproxima al ideal que le corresponde tanto en relación con sus elementos universales como en lo que toca al tipo de Institución al que pertenece y al proyecto específico en que se enmarca y del cual constituye una realidad.

Para que la calidad se haga efectiva, las Instituciones y los programas de educación superior, además de asegurar la posibilidad de apropiación por parte del estudiante, deben asumir la tarea fundamental de mantenerse en la formación de valores generales de cultura académica; valores que son propios de todas las Instituciones de educación superior, requiriendo para ello la existencia de un clima organizacional propicio y de condiciones adecuadas para la organización y la gestión.

Realizado por: **Edgar Bastidas Caicedo**, Economista, Especialista en Administración Pública, Planeamiento Regional y Proyectos de Desarrollo de la Universidad Nacional quien en la actualidad labora en la Oficina de Planeación en la Universidad de Nariño.

4.1.3. Estadísticas

4.1.3.1. El Sena, y Su Oportunidad: Ya!

La problemática que está viviendo el país y por ende nuestra región en materia de empleo, debe buscar explicaciones en aspectos como: Un ambiente macroeconómico que no alcanza a generar los suficientes puestos de trabajo, lo que contrasta con la proliferación de

actividades que generan empleo de baja calidad o en condiciones poco favorables para los trabajadores y con el aumento del número de desempleados; la insuficiente calificación de la fuerza de trabajo que le impide conseguir empleo o actualizarse para conservarlo o adaptarse a los rápidos cambios y nuevos modelos de trabajo; la desigualdad de oportunidades que conduce a la exclusión de los grupos de la población más vulnerable económica y socialmente y la dispersión de actividades referidas a la orientación de políticas de empleo y capacitación.

- **El Centro de Información para el Empleo - CIE. Una Preocupación por Usted, por-Supuesto.**

Es preocupante observar que la tasa global de participación para Pasto fue del 5.3% superior al resto de las trece ciudades metropolitanas clasificadas por el DANE. Así mismo la población económicamente activa bajo del 57% del año 2000 al 55.9% para el año 2001 en la ciudad de Pasto. A pesar de esta situación fluctuante que relativamente puede ser considerada favorable o no, el índice indicador de desempleo para Pasto se presenta en el siguiente gráfico comparativo.

Esta situación nos muestra que entre diciembre del 2000 y 2001 se incrementó la tasa de desempleo en un 3.5% más alta que el total de la población estudiada en la encuesta de hogares del DANE para las trece ciudades. Las condiciones de los desempleados llevan a la imposibilidad de satisfacer sus aspiraciones laborales; no obstante este panorama es menos favorable para determinados grupos muy específicos de la población; sus oportunidades en

el mercado laboral son menores que las de otros grupos y en consecuencia ostentan tasas de desempleo que como se observa superan los promedios del nivel nacional.

- **Gestión Año 2001.**

La oficina del Centro de Información para el Empleo del Sena Regional Nariño da a conocer seguidamente como se registraron las labores y el comportamiento del mercado laboral en esta ciudad, teniendo presente las diferentes variables. El 94.12% referente al número de personas que voluntariamente se registraron, con su hoja de vida presionando el mercado de trabajo, para aspirar a las vacantes generadas por el sector productivo.

La generación de puestos de trabajo que se registraron en nuestro sistema supera lo programado al alcanzar el 100%, a pesar de los altos índices de desempleo de nuestra región. De este total de oportunidades, únicamente el 54% tuvo colocación efectiva, razón que se justifica en que muchas vacantes presentaron mala calidad en sus ofrecimientos, tanto en salarios, como en las actividades a desarrollar. Esto genera preocupación en nuestro mercado al identificar que las oportunidades laborales no son de aceptación por parte de la fuerza laboral.

Si hacemos el comparativo entre lo programado de colocación que fue de 905 personas y lo ejecutado que se logró 810 nuestro indicador alcanza el 89.5% situación que es favorable en nuestra gestión pero se dejó de hacer ubicación efectiva con relación al total de vacantes

del 46% por las razones anotadas, a lo cual se suma también la falta de capacitación y de no cumplimiento con las exigencias establecidas por las empresas.

El Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena como institución "encargada de cumplir la función que corresponde al Estado de invertir en el desarrollo social y técnico de los trabajadores colombianos...", logró por intermedio de esta oficina capacitar 1.453 personas en diferentes áreas, representado en el 92.4% de la meta establecida. De esta manera la gestión del Centro de Empleo da respuesta inmediata y positiva a las necesidades y debilidades de las personas en búsqueda de empleo que puede mejorar su nivel de escolaridad, su capacitación en general y por ende su perfil.

- **Características del Desempleo en Pasto.**

Este comportamiento del desempleo en nuestro medio es la clara realidad, de la dificultad que se presenta para generar puestos de trabajo. Se puede identificar que no ha sufrido una variación significativa respecto al año anterior que permita disminuir el desempleo cíclico, lo que determina que el sector productivo de Pasto, basado en el sector Comercio y Servicios no alcanza a generar mas oportunidades laborales dada las diferentes dificultades que a nivel nacional repercuten en las empresas locales. Es importante resaltar que los desfases entre la estructura o características de la población y los puestos de trabajo en cuanto a capacitación, experiencia, perfiles ocupacionales y condiciones afectan a la mayoría de los desempleados (desempleo estructural) y tiene efectos perversos que

conlleven a la prolongación del tiempo de búsqueda de empleo (desempleo friccional) que conlleva a la desactualización.

- **Registros Estadísticos.**

Estas estadísticas nos hacen mirar que el 55% de las nuevas personas inscritas en este servicio corresponden a personas que por primera vez aspiran al mercado laboral y que incrementan la tasa de desocupación en Pasto. Lo mismo sucede con los cesantes quienes no encuentran repuesta a la búsqueda de puestos de trabajo y que por supuesto engrosan las filas del desempleo.

- **Vacantes Inscritas por Área de Desempeño.**

El sector Empresarial dio a conocer un comportamiento de vacantes, que de acuerdo a sus tareas y experiencias establecidas, se registran de la siguiente manera:

Estas áreas generales abarcan un grupo ocupacional específico que contempla muchas subdivisiones las cuales se clasifican ocupacionalmente, dando a conocer en forma particular, todas las exigencias y datos complementarios que requieren las empresas. Es ahí donde se fusionan la oferta y demanda laboral, con perfiles puntuales que favorecen a cada una de las partes.

El Centro de Información para el Empleo viene estableciendo acciones operativas de procedimientos y sistemáticas, que llevan a fortalecer toda su gestión. Se establecerá próximamente una pagina en Internet a fin de que se consulte más rápidamente las oportunidades laborales. Y se implementará la teleconsulta con idéntico fin. Pero a todo este esfuerzo institucional que hace el Sena debe haber un mejoramiento en el accionar Macro y Micro que tome decisiones y directrices en políticas de empleo que sé cristalicen en hechos. Las empresas de hoy día se ven confrontadas con requerimientos cada vez mayores que resultan de distintas tendencias, entre las que se distinguen: la Globalización de la competencia, la proliferación de competidores, la diferenciación de la demanda, el acortamiento de los ciclos de producción, los avances en sistemas tecnológicos, entre otros, que promueven una tarea de crecientes exigencias en los entornos.

Realizado por: Ricardo A. Coral Martínez, economista, especializado en Alta Gerencia, Catedrático Universitario, Investigador, quien en la actualidad labora como profesional en el Centro de Información para el Empleo Sena Regional Nariño.

4.1.3.2. Estadísticas Dane

- **Resultado Encuestas Continua de Hogares.**

Según los resultados de la Encuesta Continua de Hogares, en la ciudad de San Juan de Pasto la tasa de desempleo registrada en el periodo octubre-diciembre de 2001 es de 18.9%, superior en 1.8 puntos porcentuales con relación a la registrada en igual periodo del año

anterior ubicada en 17.1%. A su vez presenta un incremento de 0.3 puntos porcentuales en referencia a la tasa del periodo julio-septiembre de 2001 que fue de 18.6%. El presente gráfico nos muestra los cambios que ha sufrido a través de los trimestres, haciendo una comparación del año 2000 y 2001, y además se compara el desempleo generado en 13 Ciudades del País.

Es necesario aclarar que los datos por ciudades se publican de manera trimestral, mientras que el acumulado nacional (13 ciudades) es por mes. El desempleo en la Ciudad de San Juan de Pasto, en cuanto a la tasa de las trece principales ciudades del país⁹ (16.7%) es superior en 2.2 puntos porcentuales.

Con la implementación oficial del método de recolección continuo para la Encuesta de Hogares, se obtienen datos a nivel nacional, incluyendo además del área de las trece principales ciudades del país, otras áreas urbanas y el área rural de las mismas. Para el periodo octubre-diciembre del 2001 la tasa de desempleo a nivel nacional es 13.8%.

Si bien es preocupante el alto nivel de desempleo que presenta la ciudad, también lo son las altas tasas de subempleo. El subempleo ha venido en creciente junto con el aumento de la tasa de desempleo, ubicándose en una cifra sin antecedentes de 40.1%, en el cuarto trimestre del 2001, superior en 1.4 puntos porcentuales con relación a la tasa registrada en igual periodo del año 2000 que fue de 38.7%. Entre el periodo octubre-diciembre 2000 y

⁹ Las trece áreas metropolitanas investigadas son: Santafé de Bogotá D.C., Barranquilla, Cali, Medellín, Bucaramanga, Manizales, Pasto, Cartagena, Villavicencio, Cúcuta, Montería, Pereira e Ibagué.

octubre-diciembre 2001, la tasa global de participación (T.G.P.) aumentó en 1.6 puntos porcentuales (pasó de 68.2% a 69.8%) y la tasa de ocupación aumento 0.1 puntos porcentuales (pasó de 56.5% a 56.6%).

Además de lo expuesto anteriormente, se deben resaltar tres cosas importantes:

Dentro de la ciudad de Pasto, el Porcentaje de Población en Edad de Trabajar ha cambiado de Enero a Diciembre del 2000 de 73.3% al 2001 73.7% en miles podemos decir de 249.000 personas a 257.000. Incrementándose en un 8.000 personas que se encuentran en la edad de trabajar.

La Tasa Global de Participación de Pasto ha variado de Enero a Diciembre del año 2000 con 67.8% a 69.4% para el 2001.

La Tasa de Ocupación por su parte ha disminuido de Enero a Diciembre del año 2000 con 57.0% al 2001 5.9%. Y la Tasa de Desempleo a aumentado de 15.9% a 19.4% significativo dentro de la situación por la cual atravesaba la Ciudad y en general el País.

- **Pasto y el Resto del País.**

Comparando a la Ciudad de Pasto con el Total de 13 Ciudades y Áreas Metropolitanas en el periodo de Enero a Diciembre del 2001, se puede decir que:

El Porcentaje de la Población que se encuentran en Edad de Trabajar se encuentra proporcional, como se puede observar en el Gráfico No. 1, el 73.7% de la Población de Pasto esta en Edad de Trabajar, muy similar a la Población de Colombia la cual es del 76.5% con una diferencia de 2.8 puntos porcentuales.

La Tasa de Ocupación es una variable positiva, por cuanto nos muestra ese porcentaje de la población económicamente activa que se encuentra ocupada, de esta manera Pasto tiene un 55.9% y Colombia 52.5%, manteniéndose Pasto por encima del total nacional con 3.4 puntos porcentuales más.

La Tasa Global de Participación como bien se ve en el Gráfico No. 3 Pasto tiene 5.2 puntos porcentuales más que el total de Colombia, indicando que en la Ciudad de Pasto se encuentra un número amplio de personas que estando en edad de trabajar se encuentran activas o sea se puede considerar como la población económicamente activa.

Opuesta esta variable a la anterior, la Tasa de Desempleo nos indica esa parte de la población activa que no se encuentra laborando, Pasto tiene un 19.4% con relación al total nacional que tiene un 18.2%, es decir Pasto tiene una tasa más alta con 1.2 puntos porcentuales.

La reducción de ocupación ha estado acompañada de un aumento preocupante del subempleo como una forma de trabajo de baja calidad, lamentablemente Pasto posee una Tasa de Subempleo muy alta con un 40.3% como se observa en la Gráfica No. 5, a

diferencia del resto del País el cual tiene una tasa de 29.9%, es superior a la de Pasto con 10.4 puntos porcentuales más. Es por ende una cifra preocupante porque nos muestra que el trabajo que se está generando en muchas ocasiones no esta acorde con lo que el empleado sabe hacer.

4.1.3.3. Estadísticas Cámara de Comercio de Pasto.

Entre las estadísticas que genera la Cámara de Comercio de Pasto, se tiene: Empresas matriculadas y renovadas según tamaño de la empresa, bien sea por actividad económica y ente jurídico, acompañada cada una por el cuadro correspondiente, además de ello el análisis podría ser amplio y exhaustivo, pero es mejor para que la perspectiva, visión e interés particular del lector, se aprecie en una dimensión objetiva con el fin de cada persona de respuesta puntual a sus inquietudes.

Se destaca la importancia de todas las actividades económicas dentro de la generación de empleo en la ciudad de Pasto, especialmente el sector comercio quien contribuye con la mayoría de empleos (9.432), ello explica la tendencia a la terciarización de la economía, y dentro de la cual las microempresas participan con el mayor porcentaje (40.2%), que representa 7.341 empleos durante el 2001, seguida esta actividad por la construcción con un 22.7% del total o bien 5.323 empleos.

Hay un constante incremento en el número de registros y renovaciones de las personas naturales en el registro mercantil de la Cámara de Comercio, con un total de 17.683 del

total de empresas matriculadas y renovadas, que representaron el 75.4% del total, este aspecto permite determinar las dificultades que tiene las personas para asociarse.

La participación de las empresas según ente jurídico y tamaño son mayores con un número de 23.453 empleos generados, mientras que las empresas matriculadas por actividad económica y tamaño generan un total de 8.914 empleos dentro de la ciudad. Destacándose el sector comercio por su mayor participación en las dos modalidades, por el alto número de empleos que genera.

4.1.4. Resultados Encuesta de Opinión Laboral en la Ciudad de Pasto del Año 2001

El empleo es una de variable que actúa como unión entre el sector económico y el sector social, es por ello que los objetivos de las políticas sobre esta variable tienen un carácter tanto de eficiencia como de equidad, por tanto deben buscar mejorar la inserción de la mano de obra en el mercado de trabajo. De esta manera la Cámara de Comercio de Pasto por medio del Observatorio del Empleo y con el propósito de establecer las características cualitativas de los empleados de Pasto, realizó una encuesta técnica de opinión a informantes clave¹⁰. Todo esto con el fin de recolectar algunos aspectos de la situación del mercado laboral de la ciudad y establecer las características cualitativas de los empleados de Pasto, involucrando para ello expertos en el tema, tales como gerentes de empresas

¹⁰ Informante Clave. Son aquellas personas que conocen un tema, de ella se recolecta información específica mediante diálogos semi-estructurados con individuos expertos. La metodología es establecer una guía de entrevista o encuesta donde se encuentran resumidos, en forma clara, los puntos fundamentales que se quieren aclarar, determinando las necesidades y objetivos de lo que se quiere saber.

representativas de la región, funcionarios públicos, directivos de los gremios económicos e investigadores¹¹.

4.1.4.1 Situación Económica.

De enero a diciembre del 2001, la situación económica sigue siendo regular, según los informantes clave, la mayoría de empresarios e instituciones considera que el país aún no sale de la crisis, y por ende afecta la generación de empleo en el País y en la ciudad de Pasto, la cual no cambia a índices favorables, incluso algunos empresarios anotan que la situación económica es mala, frente a un pequeño porcentaje que consideró la situación como buena.

Todo lo anterior se fundamenta en diferentes factores que se pueden considerar como causas principales que han desencadenado ese incremento en la tasa de desempleo de la ciudad de Pasto a un porcentaje (según estadísticas DANE) del 19.4%, así se puede decir que:

- ◆ La inestabilidad política y económica del país fue una de las principales causas que contribuyeron a ese incremento, la falta de acción por parte del Estado y las inadecuadas medidas coyunturales llevaron a que no se prioricen los problemas y por el

¹¹ Acopi, Almacenes Amorel, Cadenalco (Almacenes Ley), Cámara de Comercio de Pasto, Cedenar, Cesmag, Colácteos, Confamiliar, Corbeta, Dane, Fenalco, Instituto Departamental de Salud, Ministerio de Trabajo, Planeación Departamental, Planeación Municipal, Sena, Soalrte Hernamos Constructora, Universidad de Nariño y la Universidad Cooperativa de Colombia.

contrario se agudicen mucho más. Y de esta es consecuencia la inseguridad, la cual no solo ha generado un problema social, sino incertidumbre que llevo a desconfiar al momento de contratar mano de obra para trabajos, y además acabó el deseo de realizar nuevas inversiones.

- ◆ Las altas tasas de interés desestimularon la inversión, convirtiéndose en una barrera para la reactivación económica de la ciudad, donde no solamente las altas tasas son frenos sino también la misma disponibilidad de los créditos hacia el empresario, el cual debe cubrir requisitos complejos y por ende difíciles de lograr. Al mismo nivel se encuentra la situación social la cual ha deteriorado muchos valores que agudizaron aún más la situación de desempleo del año 2001.

- ◆ Los bloqueos de las vías se mantuvieron como causa significativa de la situación actual en este sentido, al igual que en años pasados sigue siendo un problema que tiene consecuencias en la población, por cuanto deja incomunicada a la ciudad y al departamento con el resto del país, fenómeno que se convirtió en un obstáculo para el normal desempeño de las actividades comerciales e industriales que contribuyen al desarrollo de la región. Junto a lo anterior se encuentran las migraciones las cuales han llevado al desalojamiento de las zonas rurales en busca de mejores oportunidades hacia la ciudad, encontrándose con un escenario muy desalentador y vacío incrementando aún más las tasas de desempleo.

- ◆ A pesar de las diferentes medidas tomadas por el gobierno para frenar la introducción de mercancías ilegales al país, las cuales se constituyen en un obstáculo para el desarrollo del mismo, el contrabando sigue siendo un factor influyente en el desempleo, y aún más siendo nuestro departamento fronterizo.
- ◆ Hay otros factores que en cierta medida han favorecido el incremento del desempleo, entre otros se tiene la inestabilidad política de los países vecinos, el cambio tecnológico, los cambios climáticos, la incertidumbre general, la disminución de la demanda y la reestructuración o liquidación de empresas públicas y privadas.

4.1.4.2 Medidas tomadas frente al manejo de personal.

Lamentablemente la situación económica antes mencionada ha conducido a que los Empresarios tomen medidas para sobrellevar la actual crisis y la realidad socio – económica; lo más usual fue:

- ◆ Reestructurar la organización, adecuándose a las nuevas tendencias, cambiando puestos, disminuyendo procesos y por ende contrayendo la masa laboral existente, manteniendo equilibrios aparentes, que permitieron la continuidad de las empresas en el mercado.
- ◆ Una segunda medida fue los despidos, terribles para las familias y estimulantes de desequilibrios, pero adoptados por los diferentes empresarios de la ciudad según

informantes clave, por cuanto se convirtió en una alternativa para lograr mantenerse en el mercado y de esta manera disminuir las altas cargas prestacionales.

- ◆ Otra medida fue la eliminación de capacitaciones para los empleados, con el fin de reducir costos y lograr el crecimiento de las empresas, llevando a la pérdida de desarrollo y competitividad de las mismas, y reemplazándose en su defecto por otra mayor calificación pero con una remuneración igual.
- ◆ Los contratos ocasionales y temporales se mantuvieron en vigencia deteriorando las condiciones laborales de los trabajadores, pero siendo una estrategia para generar empleo, con costos inferiores y logrando los objetivos propuestos.
- ◆ Otras medidas adoptadas por empresarios según la opinión de algunos expertos, fueron las disminuciones de viáticos y horas extras para controlar gastos, las vacaciones obligatorias, la reducción de turnos, la disminución del nivel salarial, la disminución de subsidios en general, entre otras que les permitieron mantenerse en el mercado.

4.1.4.3 Principales problemas para la contratación de personal.

La Mano de obra adecuada con el perfil requerido posee ciertas dificultades que tienen en cuenta los empresarios y directores de personal al momento de contratarla, así podemos decir que en el año 2001 los principales problemas fueron:

- ◆ Según los empresarios consultados, la escasez de mano de obra calificada en áreas específicas fue el principal obstáculo, ya que no se encontró la adecuada para desempeñarse en determinadas actividades, esto limitó sus funciones y eliminó posibilidades de vinculación.
- ◆ La falta de experiencia y falta de adaptación al trabajo se convirtieron en problemas al momento de contratación de personal, por cuanto se consideraron como obstáculos al momento de prestar un servicio adecuado.
- ◆ Falta de compromiso y ética por parte del trabajador, junto con el deseo de la gente de no querer trabajar, o bien los empleados no conocen las empresas donde van a trabajar y los valores de ellas, los cuales limitaron su contratación laboral.
- ◆ La dificultad de expresión y desenvolvimiento se ha constituido en otro de los factores que impidió la contratación laboral.
- ◆ Según informantes clave, el género del trabajador y la edad del mismo en el año 2001 no fue un obstáculo o problema en la contratación de personal, los factores antes mencionados fueron los que más incidieron.

4.1.4.4. Profesiones que tienen mayor dificultad para conseguir trabajo y causas del mismo.

Los oficios o profesiones que existen en la ciudad de Pasto y que según los informantes se consideran tuvieron mayores dificultades o problemas al momento de encontrar trabajo en el año 2001 (aunque la situación afectó a todas las profesiones y oficios en general) fueron: Administradores de Empresas, Economistas, Ingenieros Civiles, Ingenieros de Sistemas, Contadores, Licenciados en diferentes áreas, Ingenieros Agrónomos, Arquitectos y Oficios Varios (Aseo, Plomería, etc).

Estas profesiones tuvieron más problemas por varias razones, tanto por la situación económica y como por dificultades internas por parte de cada persona que busca empleo.

- ◆ La fuerte competencia profesional existente en el municipio de Pasto, la gran cantidad de profesionales existentes y futuros que día a día se forman.

- ◆ La baja capacidad de absorción de profesionales, Pasto sigue siendo una ciudad con un aparato productivo limitado en relación a otras ciudades industriales, en este sentido no tiene la fuerza para absorber una buena cantidad de mano de obra, y las capacidades de dichas no se desarrollan en realidad, sino que se desenvuelven en actividades muy diferentes a lo estudiado o aprendido, es decir existe un desfase entre la oferta universitaria y las necesidades de los empresarios (a lo anterior se le suma la inexperiencia de la misma).

- ◆ Finalmente se debe mencionar la calificación inadecuada de profesionales, desafortunadamente por el deseo de producir más y más profesionales, en muchas ocasiones se olvida la calidad en las cátedras en las universidades.

4.1.4.5 Principales Canales de Búsqueda de Empleados por parte de los Empresarios.

En la búsqueda de personal de acuerdo a la calificación de los mismos, los empresarios utilizaron los siguientes canales:

- ◆ Para contratar personal directivo fue más frecuente el uso de referencias, seguido del uso de las convocatorias, recepción de hojas de vida, esto sucede porque les permite hacer el respectivo análisis y escogencia. Muy raramente fueron utilizadas las empresas de servicios temporales o el centro de información para el empleo SENA.
- ◆ Para los Profesionales al igual que en el punto anterior, se utilizan con mayor frecuencia las referencias, seguidas de avisos clasificados, convocatorias, y escasamente las empresas de servicios temporales y el centro de información para el empleo SENA, debido fundamentalmente a la responsabilidad y calificación que el puesto requiere.
- ◆ Cuando de buscar tecnólogos se trata, también se pide en primera medida las referencias personales, seguido de convocatorias, recepción de hojas de vida,

posteriormente el centro de información para el empleo SENA, y por último los avisos clasificados y las empresas de servicios temporales.

- ◆ En cuanto a técnicos y bachilleres se requiere la misma línea así: en primer lugar están las Referencias Laborales, seguido por el centro de información para el empleo SENA, en tercer lugar está la recepción de hojas de vida y por último el uso de los avisos clasificados y empresas de servicios temporales.
- ◆ Para la búsqueda de trabajadores de oficio el canal más utilizado lo constituyen las referencias, seguido del centro de información para el empleo SENA, como tercero las empresas de servicios temporales y por último los avisos clasificados.

Vemos según lo anterior que en la ciudad de Pasto el principal canal de búsqueda de personal son las referencias laborales para todas las categorías antes expuestas, esto según los informantes, por la capacidad de proporción de información de la persona a escoger, y la posibilidad de cuestionamiento hacia la misma.

4.1.4.6 Micro y Pequeña Empresa.

Es de opinión general entre los empresarios que las micro y pequeñas empresas han contribuido en la generación de empleo en la ciudad, lo cual refleja la importancia de este

tipo de organizaciones en el ámbito económico regional, constituyéndose en un factor fundamental del desarrollo empresarial de Pasto.

Principales Problemas. Los principales problemas que han afrontado las empresas durante el año 2001 fueron en orden: 1. La incertidumbre en mayor medida porque todo cambia de un momento a otro y ello no permite predecir con exactitud lo que sucederá. 2. La falta de crédito. 3. Las altas tasas de interés. 4. La falta de asesoramiento efectivo. 5. Otros como la falta de apoyo del estado, la disminución de las ventas. 6. La falta de tecnología. 7. La baja productividad y competitividad.

◆ **Fortalezas**

Como reconocimiento a la labor que realizaron los trabajadores en microempresas en la ciudad de Pasto durante el 2001, es importante resaltar las fortalezas que poseen, según los informantes el trabajador pastuso posee ante todo voluntad para mantenerse en el mercado, ese gran deseo de seguir los ha llevado a continuar y a buscar nuevas formas de desarrollarse, otro punto favorable es la calidad de los productos, buscando el nivel óptimo, la misma capacidad de adaptación, al entorno que los rodea.

4.1.4.7 Situación Laboral.

La situación laboral de los trabajadores en la ciudad de Pasto durante el año 2001 desmejoró según la opinión de los informantes seleccionados, muy pocos consideran que la

situación seguirá igual y ninguno cree que mejorará, esto por la crisis y recesión por la cual atraviesa el país y la región en particular, la cual necesitará aún más tiempo y políticas claras y para corregirse para hablar de buenos índices, tal vez a largo plazo la situación sea diferente.

La estabilidad laboral en el año 2001 coincide con la situación laboral, es decir que cada día va en detrimento, ya que en el anterior año se vio aún más crítica la situación económica y sus repercusiones se vieron más acentuadas.

4.1.4.8 Nivel Salarial

El nivel salarial de los trabajadores según los informantes se puede decir que se ha mantenido. Igualmente ese nivel salarial como factor determinante dentro de toda Empresa, se mantiene igual al índice de Inflación.

Los trabajadores a raíz de la situación económica actual han solicitado en materia económica lo siguiente a sus empleadores: salarios anticipados, préstamos, cambio de vacaciones por compensatorios, libranzas, anticipo de cesantías, incremento en el nivel salarial o bien aumento en las horas de trabajo pagadas.

4.1.4.9 Fuerza de Trabajo Pastusa.

Según la opinión de los informantes clave la fuerza de trabajo de la ciudad posee muchas fortalezas y debilidades las cuales lo enfrentan a ese mercado laboral. Dentro de los aspectos más sobresalientes durante el 2001 se tiene:

Fortalezas: honradez y cumplimiento, responsabilidad, creatividad, dedicación y compromiso.

Debilidades: conformidad, falta de trabajo en equipo, falta de iniciativa, timidez, falta de calificación e incumplimiento

4.1.4.10. Cursos de Formación.

Entre los diferentes cursos de Formación y Capacitación que requieren los empresarios para sus empleados se identificaron las siguientes alternativas: Relaciones Humanas, Sistemas, Ética, Atención al Cliente, Actualización General, Cursos Técnicos, Desarrollo Habilidades y Destrezas, Espíritu empresarial, Liderazgo, Calidad de Servicios, Motivación Personal y Trabajo en Equipo.

Es importante llevar a cabo cursos de relaciones interpersonales como motor para generar un buen ambiente interno dentro de las empresas e instituciones, además el empresario debe trabajar en unión con las diferentes entidades encargadas de realizar diferentes tipos de capacitación, como lo son la Cámara de Comercio de Pasto, el Centro de Información para

el Empleo SENA, y otras que en la ciudad buscan apoyar al desarrollo continuo de las empresas.

4.1.4.11 Expectativas.

Las expectativas de trabajo en el año 2001 en la ciudad de Pasto, según los informantes clave, para los siguientes grupos de personas fueron de la siguiente manera:

- ◆ Para los Universitarios, Tecnólogos y Técnicos Regular.
- ◆ Para los Bachilleres y Personas que no tienen Estudios Mala.

Y las expectativas de contratación de mano de obra para el presente año, realmente no es muy positiva, se considera que seguirá igual con un porcentaje del 63% frente a ese 26% que dice que disminuirá, y un 11% que aumentará, y este último para ciertas épocas del año (navidad, fechas especiales, entre otras).

4.1.4.12 Estrategias para la Generación de Empleo.

Como a todo problema, es importante buscarle alternativas de solución, así los informantes apoyaron ciertas políticas, estrategias o acciones que deben emprenderse para la generación de empleo en la ciudad de Pasto, dentro de las importantes se tienen:

- ◆ Generar alianzas estratégicas para una adecuada coordinación de las actividades interinstitucionales de los sectores público y privado de la ciudad de Pasto. Apoyar y viabilizar proyectos a través de cadenas productivas que permitan estimular la productividad y competitividad existente al interior de la región como también proyectarse a largo plazo al exterior.

- ◆ Como base fundamental las acciones interinstitucionales dentro de las cuales se resalte la inversión pública en áreas menos favorecidas bien sean rurales o urbanas, las cuales generen empleos permanentes y apoyen el desarrollo regional. Igualmente, el Estado debe generar estímulos a las exportaciones como determinantes para el crecimiento económico regional.

- ◆ Impulsar los procesos de competitividad al interior de las empresas que permitan generar mayor riqueza social y a su vez generar dentro de ello alianzas interempresariales que promuevan un trabajo en equipo como bien se ve en otras regiones del País.

- ◆ La educación sigue siendo una de las mejores estrategias, por ello debe existir mayor coordinación entre oferta académica y las necesidades de los empresarios, igualmente se debe identificar las vocaciones productivas de la región y así generar profesionales que ayuden en el progreso de las mismas.

4.1.5. Conclusiones

Los índices de desempleo presentados en los últimos años refleja el poco dinamismo de la economía regional, así como la escasez de unas políticas de empleo tanto a nivel nacional como municipal, y por ende se mira latente el seguimiento y control eficaz del mismo, así el presente trabajo a permitido obtener las siguientes conclusiones:

- ◆ La noción de empleo en el mundo ha cambiado, el trabajo efectivo, liberal, innovador, especializado y generador de capital han tomado las riendas actuales, obligando a la capacitación continua y estricta, con mayores exigencias laborales y saberes culturales. Así mismo, las remuneraciones son cada vez más bajas, los cálculos indican que la remuneración de un persona aumenta de 8 % al 10% al año por nivel educativo, confirmando una vez más la relación existente entre nivel de educación y tasas de nuevo empleo.
- ◆ El salario según género sigue siendo diferenciado, las mujeres siguen ganando en promedio solo el 50 al 80% de lo que ganan los hombre, en el Japón y la República de Corea por ejemplo los salarios de las mujeres se aproximan a la mitad de los hombres y en países desarrollados, varia entre el 30 a algo menos que el 10%. Esto se explica porque las mujeres se dedican a actividades tales como: ventas, servicio doméstico, enseñanza, agricultura de subsistencia y los hombre por su parte trabajan en industrias, transporte, actividades de gestión y toma de decisiones.

- ◆ El empleo infantil sigue aumentando, la situación económica existente ha obligado a buscar trabajo desde tempranas edades, se puede incluso hablar de este tipo de empleo en países industrializados como de economías en transición.

- ◆ Algo positivo que vale la pena resaltar han sido las experiencias exitosas en términos de desarrollo regional y generación de empleo alrededor del mundo, existen empresas pequeñas como también algunas de tamaño mediano que han logrado superar la crisis pese a la situación económica por la cual atraviesan, por ejemplo Perú: la Planta de leche, Gloria S.A. ha permitido que más de 13.000 productores de leche, mejorando sus niveles de ingresos y más de 350 medianas empresas de ganadería generen empleo para un importante número de asalariados en el campo, igualmente la Industria Textil Alpaquera, han generado con nuevos empleos, estabilidad laboral y desarrollo regional.

- ◆ América Latina por su parte ha seguido los mismos lineamientos mundiales, el nivel de desempleo se incrementó durante la década pasada, según la OIT (Organización Internacional de Trabajo) alcanzó un 9,5% en promedio en 1999, sobrepasando el punto más alto de los índices de desempleo durante la crisis de deuda externa de los años ochenta, a pesar de las innovaciones tecnológicas, modernizaciones y demás reformas adoptadas para la solución de problemas.

- ◆ La Universidad y la empresa son dos partes que se deben formar unir, ya que la eficiente capacitación que se pueda suministrar al recurso humano según las

necesidades del sector productivo mejorará los futuros procesos que determinen el desarrollo económico y social de la región.

- ◆ La oficina del Centro de Información para el Empleo del Sena Regional Nariño da a conocer el comportamiento del mercado laboral en esta ciudad, concluyéndose que se hizo gestión para colocar el mayor número de empleados posibles, y de ese total de oportunidades, el 54% tuvo colocación efectiva, entre las razones que impidieron un mayor número de colocados se tiene la mala calidad en sus ofrecimientos, tanto en salarios, como en las actividades a desarrollar. Esto genera preocupación en nuestro mercado al identificar que las oportunidades laborales no son de aceptación por parte de la fuerza laboral. El 55% de las nuevas personas inscritas en este servicio corresponden a personas que por primera vez aspiran al mercado laboral.
- ◆ Comparando a la Ciudad de Pasto con el Total de 13 Ciudades y Áreas Metropolitanas en el periodo de Enero a Diciembre del 2001, la tasa de desempleo nos indica que una parte de la población activa no se encuentra laborando, Pasto tiene un 19.4% con relación al total nacional es de 18.2%, es decir Pasto tiene una tasa más alta con 1.2 puntos porcentuales. Y la tasa de subempleo es muy alta para Pasto con un 40.3% a diferencia del resto del País el cual tiene una tasa de 29.9%, es superior la de Pasto con 10.4 puntos porcentuales más.

- ◆ La situación económica de la ciudad de Pasto durante el año 2001 se mantiene regular, ello debido principalmente a la inestabilidad política y económica que enfrenta el país.
- ◆ La reestructuración organizacional fue la principal medida tomada por los empresarios para el manejo de personal frente a la situación económica existente.
- ◆ El principal problema para contratar personal dentro de las empresas es la escasez de la mano de obra calificada adecuada para desempeñar un cargo específico.
- ◆ Las carreras económico-administrativas pueden considerarse como aquellas profesiones que tienen mayores dificultades para conseguir trabajo, y esto debido principalmente a la fuerte competencia regional.
- ◆ El principal canal de búsqueda por parte de las empresas según los informantes son las referencias laborales.
- ◆ Se puede considerar como positivo, que las micro y pequeñas empresas si han sido generadoras de empleo en la ciudad de Pasto durante el año 2001.
- ◆ El principal problema afrontado por las empresas y que sigue marcando sus continuos proceso es la incertidumbre.

- ◆ Como una solución ante las tasas de desempleo y la crisis económica generada, se plantea la táctica de formar alianzas estratégicas, para continuar en el mercado y secundar en el desarrollo regional.

- ◆ Otro punto complementario que influye en la generación de empleo en la ciudad es el convenio realizado entre la organización ACOPI y el CONSORCIO PLURIVERSO DE ITALIA.

En el marco del Encuentro Regional de Empresario y Trabajadores PYME 2002 que se llevó a cabo en Bogotá el pasado 9 de octubre, se firmó un “Protocolo de Entendimiento” entre la Red de Administradores Locales Italianas, representada por el Consorcio Pluriverso y ACOPI respectivamente, con la coordinación operativa del PNUD; con el objetivo de apoyar el desarrollo económico local, con particular atención en la promoción de la pequeña y mediana empresa y en la formación profesional en el área de la economía social, teniendo en cuenta la integración entre las empresas y el compromiso de las instituciones locales como promotoras de desarrollo local sostenible.

La meta a largo plazo es lograr territorios auto sostenibles a través de un modelo de desarrollo económico que permita el progreso de la población y que cumpla con los objetivos sociales de lucha al desempleo y de una fuerza de trabajo territorial calificada para un trabajo digno. Este modelo, se realiza a través del aglutinamiento de actores homogéneos, es decir, consorcios y uniones temporales entre empresas y entre actores

heterogéneos del territorio como: Empresas, Entes Locales, Instituciones Crediticias y Universidades.

Dicha estrategia se implementará mediante la constitución de Plataformas Locales para lo cual se ha definido una primera fase llamada “Asistencia Preparatoria”, la cual tendrá una duración máxima de seis meses. En ésta se constituirán “Agencias de Desarrollo Local” que operen con criterio empresarial - auto sostenible y con aportes públicos y privados de ACOPI, la Red Colombiana de Entes Territoriales y el PNUD.

El objetivo de las Plataformas es identificar Líneas de Servicios o necesidades, con el fin de trabajar sobre estas y definir los elementos para el suministro de dichos servicios.

Propósitos de las Plataformas Locales:

1. Realizar actividades previas como:

- Definir, a partir de la experiencia PRODES y de los datos disponibles sobre las condiciones empresariales de los municipios, las necesidades estructurales más urgentes.

- Realizar un proceso experimental de las Líneas de Servicios Pilotos con la asesoría de la Red Italiana.

- Definir Líneas Adicionales de Servicios para articular y consolidar las Agencias de Desarrollo Local y sus proyectos estratégicos, para un verdadero pacto zócalo concertado, amplio y participativo.

2. formular un documento para activar las Líneas Primarias y Adicionales de Servicios.

Algunas finalidades de estas Líneas de Servicio son:

- UN acceso más ágil y viable al microcrédito.
- Un acercamiento de la realidad PYME al ATPA.
- Unas transición Escuela – Trabajo, es decir, contar con un alta formación (Gerentes y Empresarios) y una formación Profesional (Técnicos y mano de obra especializada).

Donde el programa de las Nacionales Unidas para el Desarrollo (PNUD) y Appi aportarán \$280 millones; Acopi Nacional \$115 millones; la Gobernación de Antioquia \$85 millones; el Municipio de Pasto \$85 millones, la Gobernación de Santander \$85 millones; la Cámara de Comercio de Bucaramanga \$28 millones y la Red Italiana \$280 millones, una inversión adicional de Appi consiste en \$560 millones en actividades y \$450 millones para la financiación del directorio internacional del proyecto.

Firmaron el convenio del documento base del proyecto para el “Apoyo del Desarrollo Económico Local”, por el Ministerio de Desarrollo Económico, el Viceministro Carlos Alberto Zarruc; por la Agencia Colombiana de Cooperación Internacional, María Elisa Zambrano, por el PNUD, Fernando Herrera; por Acopi Felipe Alberto Ortiz (Presidente Nacional Encargado); por la Gobernación de Antioquia, Nelson Osorio Lozano; por Pasto el Alcalde Eduardo Alvarado Santander; por la Gobernación de Santander, Hernán Hernández y un representante de la Cámara de Comercio de Bucaramanga.

Este proyecto se va a desarrollar en dos etapas: una, la de asistencia preparatoria que comienza en la fecha y que espera ser culminada en diez meses. Invirtiéndose cerca de \$2 mil millones. La etapa inicial está relacionada con la ejecución de estudios, realización de diagnósticos y elaboración de planes que permitan hacia un futuro poner en marcha las iniciativas expuestas en el país italiano.

De acuerdo con la explicación dada por el Viceministro de Desarrollo Económico, Carlos Alberto Zarruc, en menos de un año se tendrá que tener definidas las líneas generales de lo que debe ser la articulación del desarrollo en las tres regiones (Nariño, Antioquia y Santander). Una vez logrado este paso, vendrá la etapa más importante que significará la inversión de cuantiosos recursos, con los cuales se impulsará empresarialmente la economía de las tres regiones en sus diferentes sectores y niveles y que bien podría significar el aporte por parte de Italia de no menos de 4 millones de dólares.

El proyecto busca, entre otros aspectos, implementar una asistencia preparatoria para apoyar los esfuerzos del Gobierno Nacional, de los gobiernos locales, entes e instituciones públicas y privadas para activar un programa marco de desarrollo local basado en los principios rectores del modelo europeo, italiano y español en particular, para la creación de mejores condiciones de reconciliación y de fortalecimiento de la democracia.

El programa marco tendrá que ayudar a las comunidades en moldear su propio modelo de desarrollo local, para que sea equitativo y sostenible. Equitativo en cuanto no es excluyente, antes de permitir a los ciudadanos ser autores y no beneficiarios del proceso sostenible, en el sentido de poderse autoabastecer financiera e institucionalmente después de terminar el programa marco.

El programa marco se configura como una estrategia nacional de apoyo a iniciativas departamentales para instrumentar los procesos de desarrollo socioeconómico. Por lo tanto, se articulará en cuatro componentes: uno de asistencia técnica a la estrategia nacional; formativo de cuadros nacionales y locales en colaboración con universidades locales e internacionales; unas plataformas departamentales de desarrollo económico local, en aplicación de la estrategia en territorios prioritarios y un componente en particular, referencia a la cooperación descentralizada.

Una vez establecidos estos componentes, las partes acordaron aportar los recursos para el desarrollo de la asistencia preparatoria y de manera ejecutarse el proyecto.

Laboratorio de Paz: el Laboratorio de Paz es un mecanismo de ayuda por parte de la Comunidad Europea para apoyar entidades colombianas en la búsqueda de la paz, abordar raíces y causas del conflicto, así como asistencia humanitaria para las víctimas del conflicto, apoyar el desarrollo social y económico, incluyendo cultivos alternativos para el caso de los cultivos ilícitos.

Sin embargo no avala las fumigaciones por las consecuencias que le producen a la tierra, porque el laboratorio de paz se centra en las causas objetivas del conflicto. Es por ello que a destinado US \$50 millones de dólares para su efecto, los cuales se destinarán a los proyectos aprobados, en su mayoría del departamento del Cauca.

Durante la visita regional preparatoria del Segundo Laboratorio de Paz realizado entre los días 27 y 28 de Enero de 2003 en Cauca – Nariño, se retomaron las ideas del primer Laboratorio de Paz realizado en el Magdalena Medio el cual esta en proceso de ejecución, incluso han sido excelentes los resultados hasta el momento con la aprobación de 200 proyectos en diferentes áreas, que ha llevado a implementar este laboratorio en otras regiones del país en este caso Cauca y Nariño.

La Unión Europea envió un equipo conformado por ocho personas encabezados por el Dr. Nicola Bertolini, representante principal de la UE, también asistieron el Gobernador del Cauca Taita Floro Turumbala, el Gobernador de Nariño el Dr. Parmenio Cuellar, así como entes gubernamentales y no gubernamentales de los dos departamentales con una escasa representación del Alto Putumayo.

Los temas que se trataron en el Segundo Laboratorio de Paz fueron:

1. Conflicto (Caracterización y posibles soluciones incluyendo posible reinserción, vida civil).
2. Cultivos Ilícitos (ubicación, abordaje, posición del la UE).
3. Las PDP (Posible Consorcio y Arreglo Institucional)

El problema principal que busca abordar el Laboratorio de Paz es la violencia de todo tipo y ocupación del territorio por parte de los actores armados, partiendo de causas políticas, sociales y económicas como:

Causas Políticas. Ausencia del Estado, Corrupción y clientelismo, Impunidad, Política excluyente y Políticas perversas frente a cultivos ilícitos.

Causas Sociales. Concentración de la tierra, Desconocimiento de autoridad y organización, tradicional indígena, saber tradicional, injusticia con grupos étnicos, Individualismo versus solidaridad, Marginalidad y Pérdida de valores e identidad.

Causas Económicas. Explotación recursos naturales y deterioro ambiental, Inseguridad alimentaria, Cultivos Ilícitos y Baja productividad

Posterior a ello los efectos de las causas anteriormente mencionadas han generado como:

Pobreza, incremento de la violencia, deterioro del tejido social, desplazamiento (deserción del campo), desempleo, desarraigo, falta de alternativas económicas viables, desplazamiento de los cultivos tradicionales, una crisis de la gobernabilidad y humanitaria.

De esta manera y con los anteriores presentes las soluciones que se plantearon en este Laboratorio de Paz son:

1. Participación ciudadana concertada.
2. Formación de líderes.
3. Presupuestación participativa.
4. Mecanismos de resolución de conflictos.
5. Información y comunicación social
6. Fortalecimiento de instituciones del Estado y sociedad civil.
7. Atención psicosocial a grupos vulnerables.
8. Fortalecimiento del tejido social y cultural.
9. Fortalecimiento de la justicia comunitaria
10. Promoción y defensa de los derechos humanos
11. Sistemas productivos alternativos
12. Manejo ambiental sostenible
13. Apoyo en la comercialización
14. Autoabastecimiento y promoción de tecnologías apropiadas.

Es importante aclarar que la propuesta del Pladamasur CIMA, Fundecima es particularmente para el MACISO Colombiano, los cuales quieren actuar sobre la Reserva de la Biosfera, con la propuesta del Plan Alternativo: movimiento social (participación en movilizaciones), trabajo que plantea la participación de 12 municipios del Cauca y 9 de Nariño ubicados en el Macizo, donde se tratan temas como el plan de vida, agua y dignidad; cultura, producción sostenible y conservación, encadenamientos productivos agroambientales, acceso a la tierra, fondo agroambiental. Con una propuesta de US \$14 millones de dólares, donde el medio ambiente es la prioridad. Apoyado este plan por PRONATTA el Ministerio de Agricultura y la FAO.

4.2. PROPUESTA ANTEPROYECTO DIAGNÓSTICO SECTOR CÁRNICO DE LA CIUDAD DE PASTO

4.2.1. Introducción

Alimentarse constituye un proceso esencial para la conservación de la vida misma y pocos alimentos calman las molestias del hambre y satisfacen el apetito tan rápidamente como la carne. A través de la historia se ha comprobado que el consumo de carne supone una buena posición social y un prestigio económico, es digno de señalarse que el consumo de carne indica a menudo el estado económico de un país o individuo. A medida que una nación se industrializa y mejora su situación económica, aumenta su consumo de carne. De otro lado, a medida que las personas mejoran su estado social o económico suelen demandar más productos cárnicos de calidad superior.

Por ello se justifica la existencia del sector cárnico dentro de economía regional, el cual se ha caracterizado por su eficacia en el proceso y utilización de los subproductos, el ingenio de estos productores y vendedores para rodear nuevos productos y descubrir usos nuevos, le ha dado lugar a su posicionamiento en el mercado, aunque el valor de los subproductos supone solo una pequeña fracción del precio corriente de los animales vivos, tiene importancia económica considerable si se tiene en cuenta la totalidad de la industria animal y cárnica.

Por ello la Cámara de Comercio de Pasto asume la responsabilidad de realizar un diagnóstico de este sector para conocer el estado del mismo, determinar los factores que le han dado ese explosivo crecimiento y encontrar las necesidades del mismo.

La investigación comprende la contextualización mundial, nacional y regional del sector cárnico, seguida de una investigación de las características de este sector en la ciudad de Pasto analizando aspectos como trascendencia de las empresas existentes y promotoras de nuevos puntos de producción y venta, la estructura organizacional y administrativa para determinar el número de operarios, modalidad para contratar e incluso las diferentes características que poseen los empleados, las materias primas determinando la calidad, los proveedores y los costos, de esta manera se puede tener parámetros para medir la rentabilidad de la producción, se hace adicionalmente un estudio de la planta física determinando áreas mínimas para un normal funcionamiento. Otro factor determinante es el grado de desarrollo tecnológico donde se incluyen nuevas formas para innovación, herramientas y otros ítems específicos de la misma, también es importante analizar el

aspecto sanitario que manejan estas empresas, finalmente se hace un análisis del impacto ambiental de las mismas.

Una vez analizado el comportamiento de estas variables se obtiene un diagnóstico actual del sector cárnico, con el cual se detectan las fortalezas y debilidades que dirigen su desarrollo, estableciéndose las ventajas que le permiten un mejor posicionamiento en el mercado.

4.2.2. Marco de Referencia

Marco Conceptual

La Industria Cárnica a Nivel Mundial

La Industria Cárnica en Colombia

4.2.3. Tema de Investigación. Situación actual del Sector Cárnico de la ciudad de Pasto.

4.2.4. Formulación del Problema. El sector cárnico posee determinadas fortalezas y debilidades que limitan y expanden su desarrollo.

4.2.5. Antecedentes

No se puede hablar de investigaciones realizadas que abarquen todo el sector cárnico debido a la variedad de componentes que lo integran, aunque existen instituciones que se han preocupado por el desarrollo del mismo, así se puede mencionar:

La Universidad de Nariño ha emprendido estudios específicos dentro de sus facultades, se han tratado incluso muchos de estos temas como trabajos de grado donde los estudiantes investigan temas concretos, por ejemplo: impacto del medio en el ganado vacuno, desarrollo de especies avícolas, efectos de diferentes alimentos en cerdos, entre otros semejantes sin llegar a integrar todo el sector.

Existen otras instituciones a nivel departamental y nacional que han desarrollado investigaciones similares dirigidas a resolver problemas de coyuntura como el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), Ministerio de Agricultura entre otras.

4.2.6.. Justificación

La Cámara de Comercio de Pasto pretende con la realización de esta investigación se ofrezca al empresario información actualizada sobre el desempeño del sector cárnico detectando fortalezas y debilidades y con base en esta información los empresarios, gremios y entes gubernamentales de la ciudad puedan preparar estrategias dirigidas ha lograr que sus empresas participen en mayor proporción en el mercado local, regional y nacional.

Por otra parte su importancia radica en que la información existente es parcial, por lo que no se conoce como se encuentra en realidad el sector en general, además servirá para implementar un plan de desarrollo sectorial encaminado a adelantar acciones concretas de capacitación y asesoría y gestionar asistencia técnica por parte de las instituciones encargadas de realizarla.

4.2.7. Objetivos

Objetivo General. Determinar la problemática existente en el sector cárnico de la ciudad de Pasto que permita generar un plan de acción..

Objetivos Específicos

- Identificar la estructura organizacional que poseen las empresas cárnicas de la ciudad de Pasto.
- Determinar la capacidad productiva de las empresas que conforman el sector cárnico de la ciudad de Pasto.
- Identificar las estrategias de comercialización y mercadeo más utilizadas por el sector cárnico de la ciudad de Pasto.

4.2.8. Cobertura. La investigación se desarrolla en las empresas del sector cárnico establecidas de la ciudad Pasto.

4.2.9. Procedimiento Metodológico

El trabajo se llevará a cabo con un grupo representativo de empresarios del sector cárnico de la ciudad de Pasto, las cuales se encuentran matriculadas y han renovado su registro mercantil entre el año 2001 hasta el 27 de marzo de 2002. Se aplicará una encuesta previamente diseñada la cual permita detectar la problemática del sector.

Procesamiento de la Información: Se llevará a cabo el uso de procedimientos como la clasificación y ordenamiento de la información secundaria y se tabulará la información, realizando los cuadros y gráficos pertinentes que permitan expresar de una manera clara la información obtenida.

4.2.10. Contenido Aproximado del Informe Final

Introducción

1. Marco Conceptual
2. La Industria Cárnica A Nivel Mundial
3. La Industria Cárnica En Colombia
4. La Industria Cárnica De La Ciudad De Pasto
5. Análisis Comparativo Dofa (Fortalezas, Debilidades, Amenazas Y Oportunidades).
6. Conclusiones
7. Recomendaciones

Bibliografía

Glosario

Anexos

4.3. DIAGNÓSTICO SECTOR CÁRNICO DE LA CIUDAD DE PASTO (Resumen)

A continuación se hace un resumen ejecutivo del contenido del documento, el cual se encuentra completo con sus respectivos gráficos y cuadros en el centro de información y documentación –CIE- de la Cámara de Comercio de Pasto.

4.3.1. Introducción

En el Municipio de Pasto el sector cárnico se ha caracterizado por su eficacia en el proceso y utilización de subproductos, el ingenio de estos productores y vendedores para rodear nuevos productos y descubrir usos nuevos, le ha dado lugar a su posicionamiento en el mercado, aunque el valor de los subproductos supone solo una pequeña fracción del precio corriente de los animales vivos, tiene importancia económica considerable si se tiene en cuenta la totalidad de la industria animal y cárnica.

Es así como la Cámara de Comercio de Pasto con el apoyo del Frigorífico Jongovito y los Sindicatos de Comerciantes de Ganado Mayor y Menor, presenta un diagnóstico de este sector donde se describe el estado, los factores que le han dado ese explosivo crecimiento y las necesidades del mismo, con el fin de contribuir a la comunidad con una herramienta que

le permita estructurar un Plan de Acción encaminado al mejoramiento del sector dentro de la región.

Lo más importante de esta investigación, es detectar fortalezas y debilidades que posee el sector, establecer un Plan de Acción y desarrollarlo con el aporte de todos los actores involucrados tanto públicos como privados que generen competitividad al sector.

4.3.2. Marco Conceptual

Si el sector cárnico se compara con otros sectores de la economía alimentaria, se aprecia que ocupa el primero o segundo lugar en términos de consumo, lo anterior por el grado de apreciación que tiene dentro de la canasta familiar, el cual ha llevado a investigaciones y estudios sobre el desarrollo del mismo. De esta manera la elaboración de productos cárnicos se podía considerar como un arte que era transmitido de generación de generación, hoy, el desarrollo de nuevos productos y el mejorar los antiguos constituye una ciencia.

Calidad como Herramienta de Competitividad.¹² La calidad de la carne se puede definir como la “aptitud para el propósito a un precio que el consumidor esté dispuesto a pagar, es decir, lo que el consumidor quiere”. Hay dos áreas claves que determinan la calidad organoléptica de la carne: (1) el animal vivo: sus antecedentes nutricionales y ambientales y (2) el manejo y procesamiento de su canal. Las buenas prácticas de manejo en la sala de

¹² Ibid.

matanza y en las cámaras refrigeradas pueden minimizar la caída de la calidad organoléptica y en algunos casos, hasta pueden facilitar los mejoramientos.

Clasificación de Mataderos.¹³ Para clasificar los mataderos existe una escala de acuerdo a la capacidad instalada de los mismos, es así como existen cuatro clases, como:

● **Mataderos Clase I.** Deben tener capacidad instalada para poder sacrificar, en un turno de ocho horas, de 480 o más animales y disponer para su funcionamiento de diferentes áreas y maquinaria especializada para desarrollar su labor. El Ministerio de Salud para otorgar la licencia sanitaria de funcionamiento de estos mataderos, tendrá en cuenta igualmente el cumplimiento previo de los requisitos especiales que el Ministerio de Agricultura exija sobre los casos de exportación de carne.

● **Mataderos Clase II.** Deben tener la capacidad instalada para poder sacrificar en un turno de 8 horas más de 320 animales, de conformidad con los requerimientos de los decretos que lo regulan. La clasificación como matadero clase II hace referencia a bovinos, porcinos y ovinos, pero el Ministerio de Salud, cuando lo considere conveniente, podrá incluir en ella otras especies animales. Además los requisitos generales señalados en éste Decreto para los mataderos Clase II deberán disponer de los mismos requisitos exigidos para los mataderos Clase I, pero con algunas excepciones. La carne procedente de estos mataderos podrá ser comercializada en todo el territorio nacional.

¹³ SENA. Agroindustria Alimentaria. Sector Cárnico. Centro Multisectorial Mosquera.

● **Matadero Clase III y IV.** Deberán tener la capacidad suficiente para poder sacrificar en un turno de 8 horas 160 animales para la clase III y de 40 animales para la clase IV, de conformidad con los requerimientos de los decretos que lo regulan. La clasificación como matadero clase III hace referencia a bovinos, porcinos y ovinos, pero el Ministerio de Salud, cuando lo considere conveniente podrá incluir en ella otras especies animales. Además de los requisitos señalados en éste Decreto los mataderos clase III deberán disponer de áreas y equipos básicos para su funcionamiento.

Podrán establecerse en las localidades en donde existan mataderos clase I o II. La carne procedente de estos mataderos sólo podrá destinarse a la comercialización dentro de la jurisdicción de la localidad donde éste situado el matadero, salvo en aquellos casos en que los municipios se asocien y decidan construir, utilizar y administrar algunos de estos mataderos en las áreas de sus jurisdicciones para el beneficio común. Se establece igualmente en este decreto, que animales para el consumo humano no pueden ser sacrificados cuando no hayan llegado por lo menos con doce horas de antelación a los corrales.

4.3.3. La Industria Cárnica a Nivel Mundial

Producción mundial de la carne.¹⁴ El Ing. Schang en su análisis, comentó que en los últimos 10 años la producción de carnes de aves a nivel mundial experimentó un

¹⁴ INTA. Primeras Jornadas Nacionales sobre Carnes. Cadena de las carnes: eslabón por eslabón. Dirección de Comunicaciones. Revista. No. 40. Chile. Septiembre de 1999.

incremento del 48% seguida por la carne porcina y bovina. En el ámbito mundial la producción de carne avícola es la segunda en volumen, superando a la bovina; la primera sigue siendo la carne porcina, con 80 millones de toneladas anuales aproximadamente.

La producción mundial de carnes, según la FAO alcanzó para el año 2000 las 232.8 millones de toneladas, cantidad superior en 1.7 a la del año 1999 la cual fue de 228.9 millones de toneladas, y para el año 2001 se promedió 237.5 millones de toneladas.

La carne bovina mostró un bajo crecimiento de 1.1% situación que se ha observado desde 1999 como consecuencia de una reducción en el consumo per cápita mundial por la veda registrada como resultado de la enfermedad de las “vacas locas” y por factores sanitarios particularmente la fiebre aftosa los cuales han causado el cierre de algunos mercados de exportación.

Existe un equilibrio en producción entre los países de América del Norte (Estados Unidos y Canadá) con el resto de los 42 países del continente en los cuales se destaca Brasil, Argentina, México, Colombia y Uruguay. Colombia aportó a esta producción mundial 754.000 toneladas con una participación del 5.5% de la región sur, 2.7 del continente y 1.3 de la producción mundial, no obstante un descenso en la producción de 5.4% para el año 1999 y un incremento de 3.9% para el año 2000.

Exportaciones e Importaciones. La exportación de carne en todo el mundo es de aproximadamente 5,5 millones de toneladas al año; el cono sur de América Latina exporta

1,1 millones; Australia exporta 1,2 millones; Estados Unidos, Canadá y México, 1 millón; Nueva Zelanda, 400.000 toneladas; Europa 600.000 toneladas; e India, 300.000 toneladas.¹⁵ Brasil y China merecen destacarse como excepciones dentro de la tendencia descendente en la oferta mundial de carnes, con alzas significativas en sus respectivas producciones de carnes bovinas, si bien en la región del norte de China y norte de Asia, incluyendo Rusia, el invierno más duro de los últimos cincuenta años afectó la producción.

En cuanto a países solo importadores con producción por debajo de las necesidades internas de su consumo se encuentran Japón, Rusia, México y Corea del Sur y países importadores – exportadores es decir los que a pesar de tener una auto producción suficiente para su demanda, por su ubicación estratégica e importancia comercial destinan una gran parte de su producto a exportaciones. Estos países complementan su demanda interna con importaciones. En este grupo encontramos a países como La Unión Europea, USA, Canadá y China entre otros.¹⁶

Tendencias tecnológicas mundiales. En la industria procesadora de carnes, el país con mayor creatividad e innovación es Alemania, sus fortalezas representada en recursos técnicos de calidad. Italia por su parte lidera el mercado de jamones y salames. Destacándose la tecnología producida para máquinas especializadas en software de diseño, creación y desarrollo de productos cárnicos. Estados Unidos igualmente produce diseños novedosos de máquinas en materia de cortes de carnes. España ha desarrollado tecnología

¹⁵ Carnetec, marzo – abril de 2001.

¹⁶ Ibid.

propia para la elaboración de productos cárnicos artesanales y fabrican mataderos modulares y equipos para la industria procesadora.

Futura demanda de las carnes en el mundo. La demanda mundial de carnes para los próximos años será creciente, pero a la vez será más exigente en formas de producción eficientes y sustentables, tipos de carne, calidad, sanidad, presentación, productos elaborados y con valor agregado, entre otras. La cual como consecuencia de la exigencia de menores precios, del crecimiento de la demanda de dietas saludables, de la exigencia de una mayor seguridad del consumidor en aspectos sanitarios, del incremento de las comidas fuera del hogar y de un mayor cuidado del medio ambiente. Esta es la realidad que debe afrontar el sector cárnico del mundo en este nuevo milenio, con muchas oportunidades y también amenazas. Solamente se podrán aprovechar las oportunidades y despejar las amenazas si se logra una mayor competitividad en los diferentes eslabones de las cadenas de las carnes desde la producción a la presentación en la góndola, con consumidores satisfechos en sus demandas.¹⁷

4.3.4. La Industria Cárnica en Colombia

La cadena cárnica de Colombia, tiene en consideración dentro de sí mismas lo siguiente: “un mercado de consumo; un estado de transformación o el empleo de una misma materia prima, donde se establecen proveedores, una fases iniciales y tratamiento del ganado. Este criterio presenta como eje de preocupación el producto primario y el productor

¹⁷ Op cit. INTA. Primeras Jornadas Nacionales sobre Carnes.

agropecuario, aunque sin perder el interés de conocer las interrelaciones con los otros eslabones de la cadena, es decir, los proveedores de insumos, el sector de transformación, la distribución y el consumidor final”¹⁸. Es así como se puede observar en el Anexo No. 1. Mapa de la Cadena Cárnica en Colombia.

Internacionalización.¹⁹ La globalización de la economía introdujo al mercado de las carnes una dinámica que no tendría, al menos en mercados como el colombiano; exigencias de calidad, nuevos productos, entre otros. Para la modernización del mercado de la carne en Colombia se ha adoptado un sistema de clasificación de canales: el ICTA diseñó un sistema de clasificación de canales y de cortes con el que se ha propuesto inducir a productores y comercializadores, al igual que a consumidores. Todos los integrantes de la cadena deben saber que existen diversas calidades de carnes y que a cada una de ellas corresponde un precio distinto.

Gremios.²⁰ La organización de intereses, encontrados entre los inversionistas de distintos negocios que se llevan a cabo en la cadena de producción cárnica, ha definido en Colombia la estructura de asociación gremial. Dado que la actividad tiene una mayor tradición como negocio en el país, respecto a los negocios de procesamiento industrial. La existencia de la cuota parafiscal ha consolidado institucionalmente FEDEGAN (Federación Nacional de Ganaderos) quien tiene la vocería nacional de todos los ganaderos productores de carne del País. UNAGA (Asociación Nacional de Ganaderos de Raza) asocia otras organizaciones

¹⁸ FEDEGAN. El Mercado Urbano de la Carne. Cega No. 3. Santafé de Bogotá. Colombia. Mayo de 1999.

¹⁹ Ibid.

²⁰ Op cit. SENA. Agroindustria Alimentaria.

con Asoholstein, Asonormando, Asojersey, Asopardo. Parte importante de estos son también socios de otras entidades como Analac que los representa en sus intereses como productores de leche. ASOCEBU en representación de los intereses de los ganaderos.

Por su importancia dentro del proceso de la producción de carnes y embutidos vale mencionar como gremios relacionados con el sector, la Federación Nacional de Avicultores que agrupa, ASOHUEVO a los productores de Huevo, en PROLLO a los productores de carne de pollo y en INCUBAR a los incubadores y la Asociación Nacional de Porcicultores ASOPORCICOLA que agrupa a las empresas tecnificadas de producción de carne de cerdo.

Regiones Ganaderas.²¹ A pesar de la prevalencia de la ganadería extensiva, las grandes extensiones se han venido reduciendo con la introducción de los pastos mejorados y un mayor cuidado del ganado. No obstante, la carga por hectárea y su nivel de productividad aún son bajas con relación a los patrones internacionales siendo una relación directa del rezago tecnológico existente, aunque se evidencia en las diferentes de tipo nutricional y la baja capacidad genética del pie de cría. Se ha constituido una regionalización de la ganadería nacional así: Norte Magdalena Medio, Nororiental, Oriental y Suroriental, aunque dentro de ellas se presentan igualmente subregiones.

Maquinaria. La maquinaria proviene principalmente de países de mayor desarrollo como Alemania, Italia, España y Norteamérica. En el nivel nacional sólo existen algunas fábricas

²¹ Ibid.

productoras de equipo liviano como molinos, embutidoras manuales y equipos de refrigeración.

El grupo Noel a través de Suizo, Zenú y Continental son las empresas más grandes en el país, ya que operan con tecnologías avanzadas de proceso y distribución. El grupo, que forma parte del conglomerado empresarial conocido con el Sindicato Antioqueño, maneja aproximadamente el 65 – 68% de la producción de carnes frías y embutidos. La empresa Rica Rondo que también posee tecnología avanzada, genera alrededor del 20% de la producción. La empresa internacional Plum Rose, que entró al país con la apertura y mediante la compra de la Salsamentaría la Madrileña, en conjunto con comestibles Dan y otras empresas medianas atienden aproximadamente entre un 6 –8% del total el mercado, finalmente el 4% restante del mercado esta cubierto por empresas pequeñas y microempresas con tecnología muy variada, la mayoría dedicadas a la producción de salchichas, salchichón y jamón york.

Mercado.²² Hasta hace menos de una década los cortes finos y las carnes embutidas eran parte de un mercado orientado hacia los estratos de elevados ingresos. Sin embargo, el mejoramiento de ingresos por parte de la población ha permitido el acceso al consumo de estas carnes. De una parte, por la ampliación de la infraestructura comercial y locativa de los almacenes de cadena hacia barrios populares. En segundo término, ha permitido incorporar las carnes procesadas entre los nuevos hábitos de consumo de las familias, ya que se adaptan a las necesidades de la vida diaria. Los embutidos son de fácil conservación

²² Op cit. FEDEGAN. El Mercado Urbano de la Carne. .

y preparación y permiten una dosificación acorde con las necesidades familiares. La disponibilidad de neveras en los hogares ha facilitado este cambio hacia el consumo de carnes refrigeradas.

Evolución de la población y el consumo.²³ En los últimos 22 años el consumo per cápita de carne bovina ha pasado de 20,9 Kg./hab/año a 16,1 Kg./hab/año, una disminución del 23%, equivalente a 4,8 Kg.

Sustitutos de la carne de res.²⁴ A pesar de que se considera el pollo como el sustituto más importante inmediato de la carne, no se puede hablar de carne que todavía hayan desplazado a la carne de res de los hábitos de consumo tradicionales. La población colombiana destina una posición bastante estable de sus ingresos para la compra de carne de res. Es la oscilación de precios la que determina la variación en la cantidad de carne consumida. El hábito de consumo de carne fresca muestra ser arraigado en los hogares, en tanto que el consumo de las otras carnes se desarrolla a partir de nuevos hábitos: crea sus propios mercados mediante las comidas fuera de casa, la proliferación de asaderos, restaurantes, ventas de comida rápida, casinos, hoteles, etcétera. Incluso la diversificación en el consumo de carnes de la canasta familiar no sólo ha sido en el mayor gasto en pollo, sino también en pescado y embutidos. En cambio, el consumo de cerdo ha seguido declinando. Unos precios más bajos para el pollo en relación a los de la carne de res y unas

²³ Op cit. Agroindustria Alimentaria.

²⁴ Op cit. FEDEGAN. El Mercado Urbano de la Carne.

innovaciones más agresivas en la cadena avícola le ha llevado a posicionarse cada vez más sólidamente en el consumo familiar.

Evolución del sacrificio de ganado bovino.²⁵ La evolución del sacrificio de ganado bovino desde 1998 a noviembre de 2001 discriminado por machos y hembras con base en el degüello registrado por el DANE en 67 municipios del país. Se observa que el sacrificio ha venido disminuyendo a partir de 1998 mostrando los mayores descensos mes a mes durante los años 1999 y 2001.

En los últimos diez años se viene presentando un descenso marcado en el sacrificio de 3'926.242 en 1990 se ha reducido a 2'343.074 en el año 2000, lo cual significa 1'583.168 cabezas menos o un 40,3% de descenso en el sacrificio al comparar estos dos años según las cifras del DANE y para 67 municipios.

Empleo.²⁶ El sector agricultura (agrícola y pecuario) está representando el 22,7% de la ocupación nacional, lo cual resalta la importancia de este sector como fuente de generación de empleo.

Plantas de Sacrificio, localización, capacidad y servicios.²⁷ La mayoría de los frigoríficos son de origen privado, el 56,2% en tanto que de propiedad pública únicamente el 12,5% y mixta el 31,3%. En cuanto a la localización, en zona industrial se ubica el 50%,

²⁵ Op cit. ICTA. Instituto de Ciencia y Tecnología de Alimentos.

²⁶ Ibid.

²⁷ OP cit. SENA. Agroindustria Alimentaria.

en rural el 44% y en residencial el 6%, esta última con tendencia a desaparecer. El 56% está localizado en zonas productoras y el 44% en zonas consumidoras. La capacidad utilizada a nivel nacional es únicamente del 28%, es decir, el 72% está disponible. La mayoría de los frigoríficos, o sea el 44% sacrifican de 50 a 100 reses por día, 37% más de 200 y el 19% de 101 a 200. Casi todos prestan sacrificio para bovinos, porcinos y otros, servicio de báscula, corrales y refrigeración.

Comercialización.²⁸ Hay dos tipos de canales de comercialización de la carne en las ciudades: el tradicional del que hacen parte el comisionista, el colocador y su red o clientela de expendedores detallistas y el empresarial, conformado por las famas especializadas, almacenes de cadena y la industria. En el primer caso la herencia familiar juega un papel importante con la comercialización del ganado o la red de comercialización. A través de los nexos familiares con la comercialización del ganado o de la carne se vinculan y frecuentemente se heredan los clientes y los créditos en el sistema comercial y financiero informal. Los canales tradicionales manejan una proporción mayoritaria del mercado de las carnes.

4.3.5.. La Industria Cárnica de la Ciudad de Pasto

▼ Es importante resaltar el papel que juega el Frigovito Jongovito dentro de la cadena cárnica, el cual es el principal proveedor de materia prima es decir de carnes de res, cerdo,

²⁸ Op cit. ICTA. Instituto de Ciencia y Tecnología de Alimentos.

vísceras a las famas, expendios y empresas de la ciudad, de tal manera a continuación se describe el papel que entraña el funcionamiento del mismo.

Frigorífico Jongovito S.A.²⁹. Ha encaminado sus principales esfuerzos en brindar a la comunidad del Municipio de Pasto unas condiciones de sacrificio y faenado de ganado mayor y menor que respondan a conceptos técnicos, sanitarios y ambientales, lo mismo que por obtener una estabilidad financiera y operacional que en la actualidad han permitido lograr la standarización de los procesos en él desarrollo, afianzar las relaciones con los usuarios, generar impactos sociales en los diferentes sectores de su área de influencia y buscar una rentabilidad tanto económica como social para sus accionistas. Se destacan las siguientes acciones específicas:

Aspectos Técnicos. Ha consolidando una infraestructura que ha permitido el ajuste de los procesos de sacrificio y faenado, dentro de los conceptos modernos, teniendo como grandes aliados para ello al Fondo Nacional del ganando, Corpotrigo, las diferentes organizaciones gremiales, empresariales y de expendedores de la ciudad. Así mismo ha logrado la aprobación del Plan de Manejo Ambiental y el otorgamiento del permiso definitivo de vertimientos por parte de Corponariño.

Aspectos Interinstitucionales. Se han adelantado acciones interinstitucionales con organismos que regulan aspectos de esta área de interés tales como el ICA, SAGAN, DAS, DIAN, SALUD PUBLICA MUNICIPAL, CORPONARIÑO, PLAZA DE FERIAS,

²⁹ FRIGOVITO JONGOVITO S.A. San Juan de Pasto. 2002

UNIVERSIDAD DE NARIÑO, SINDICATOS DE USUARIOS, EXPENDEDORES Y JUNTAS DE ACCIÓN COMUNAL, obteniendo de ellas decida participación y un gran aporte en la consolidación de la empresa, conjuntamente con las directrices de la Junta Directiva y el esfuerzo y voluntad del equipo de trabajo de la misma.

Servicios. Ofrece diferentes servicios a la comunidad dentro de los cuales podemos mencionar:

● **Corrales y Básculas.** Siendo la Central de Sacrificio más importante del Sur del País, cuenta con un buen número de corrales tanto para bovinos como para porcinos, dotados de los equipos y herramientas necesarias para que ganaderos, compradores y distribuidores de carne de bovino y porcino puedan realizar fácilmente sus actividades. Tiene al servicio de los clientes básculas de pesaje exacto del animal en pie y básculas electrónicas de canales, además de una extensa zona para las maniobras de cargue, descargue y parqueaderos.

● **Sacrificio de Bovinos y Porcinos.** Esta actividad es realizada por operarios polifuncionales, con capacitación en cada una de las etapas del proceso a través de una eficiente tecnología, con permanente control de calidad y una estricta supervisión sanitaria por funcionarios de la Dirección Municipal de Seguridad Social en Salud.

● **Proceso y Venta de Subproductos. Subproductos comestibles.** Se realizan labores de escaldado de panzas, librillos y patas, además se separan las vísceras rojas y se entregan

debidamente empacadas. **Subproductos no comestibles.** Subproductos procesados como bilis líquida y concentrada, harina de sangre, ripio, borla de cola y contenido ruminal, son ofrecidos a la industria regional y nacional para la elaboración de diversos artículos y medicamentos.

Sangre fetal bovina. Teniendo en cuenta el alto número de hembras gestantes que son sacrificadas, se ha realizado un convenio con DANOVO LTDA. para la obtención y procesamiento de este producto que es utilizado en la industria médica. *Abono orgánico.* Con la colaboración de expertos, se puso en funcionamiento una Planta de Compostaje en la cual se procesan diferentes residuos orgánicos, con controles permanentes de parámetros tales como: PH, temperatura, y relación carbono – nitrógeno, además de condiciones ambientales que garantizan la calidad del producto.

Cuarto frío. Para mejorar la calidad organoléptica de la carne mediante proceso de maduración el frío, se cuenta con una cuarto frío con capacidad de almacenamiento para 30 canales bovinas y / o 40 porcinas. **Servicio de Deshuese.** Cuenta con una sala con aislamiento térmico refrigerado y con la maquinaria requerida para la extracción de los diferentes cortes primario de carne con capacidad para deshuesar 20 canales bovina y / o porcinas.

▼ Resultados aplicación encuesta sector cárnico en la ciudad

El sector cárnico dentro de la ciudad ha cambiado, por el transcurrir del tiempo y los procesos de globalización y apertura que involucran el conocimiento y puesta en marcha de nuevas tecnologías. De esta manera con el aporte del Frigorífico Jongovito y los Sindicatos de Comerciantes de Ganado Mayor y Menor junto con la Cámara de Comercio de Pasto por medio del departamento de planeación y estudios económicos y con el propósito de establecer las características de este sector dentro de la ciudad, realizó una encuesta técnica a empresarios y expendios³⁰. Todo con el fin de recolectar los aspectos sobresalientes de la situación del mercado cárnico de la ciudad y establecer las principales características.

Al referirse a productos cárnicos, se esta involucrando carnes rojas (carnes de res y cerdo), carnes blancas (pollo y pescado) y sus derivados. En este trabajo se analizaran aspectos tales como los precios, de los cuales existe un control que fluctúa dentro de un intervalo según disposición de la Alcaldía Municipal, variando de acuerdo al año de las reses, es decir entre más años tenga la res menor precio y menor calidad y entre menor años mayor calidad y mayor precio. Lo anterior da inicio al siguiente análisis:

◆ **Expendios.** Estos tienen características específicas, que los definen y diferencian de las empresas productoras cárnicas. Considerándose como lugares pequeños, que disponen de

³⁰ Se aplicó una muestra aleatoria al 90% de confianza al total de expendios y empresas (290 que pertenecen al perímetro urbano), que trabajan dentro del sector cárnico, donde se discriminó como expendios a aquellos pequeños vendedores que trabajan comúnmente en barrios y sólo venden carne, a diferencia de las grandes comercializadoras las cuales producen y venden productos cárnicos, además manejan tecnologías más avanzadas y elaboran productos con un nombre comercial. Así la muestra a aplicar fue de 126 encuestas (95% expendios y 5% a empresas que procesan el producto).

un cuarto donde se encuentran todas las áreas como ventas, empaque, mostrador, etc., en general solo expenden carnes, en su mayoría de res y cerdo, son atendidos por tres hasta cuatro personas máximo, se ubican principalmente en zonas residenciales, por ley utilizan una bandera roja como una representación de venta de carnes (cuando esta es carne roja), es así como basados en los resultados de la encuesta las características más sobresalientes son:

Información Básica.

Tiempo de Funcionamiento.

En general los expendios de la ciudad no tienen gran trascendencia porque en su mayoría son nuevos. Según encuestados se encuentran hasta un año de funcionamiento el 25%, de 6 a 10 años un 24%, de 2 a 3 años y de 4 a 5 años el 13%, lo que afirma que el 51% del total de expendios tiene un funcionamiento hasta los cinco años, observándose un incremento de expendios en los últimos años, por la acogida de los mismos, confirmando que no tienen una gran trascendencia o historia, pero igual han buscado posesionar el mercado ofreciendo diferentes tipos de carnes.

Tipo de Negocio.

Los expendios en su mayoría son tipo persona natural ³¹ con un 87% del total de encuestados, y 13% son tipo persona jurídica ³² dentro de la cual el 10% corresponde a empresas unipersonales. En general es el dueño del negocio quien se registra, aunque debe resaltarse en algunos casos la falta de conocimiento por parte de los administradores de los expendios para definir su tipo de negocio, ya que la terminología no la manejan o confunden términos.

Instalaciones. Por lo general las instalaciones donde laboran son arrendadas ello representado en un 68%, propias un 15% y anticresadas un 2%, existe un 15% que no sabe o no responde. Así, los expendios se ubican buscando lugares estratégicos o estar cerca de la competencia, aunque esto les implica costos, prefiriendo arrendar o anticresar, por su parte se utilizan lugares propios cuando el sitio se puede considerar como estratégico.

Área Empresarial.

Según los resultados de la encuesta poseen en orden descendente: condiciones mínimas de salubridad un 15%, normas de calidad e higiene un 14%, nombre comercial un 13%, normas ambientales un 11%, aquellos que conocen sus fortalezas y debilidades un 9%, aquellos que conocen sus amenazas y oportunidades un 8%, imagen corporativa (logotipo),

³¹ La persona natural es aquel individuo que profesionalmente se ocupa en algunas de las actividades, que la ley considera mercantiles, donde la totalidad del patrimonio tanto el personal como familiar sirve como prenda de garantía para el desarrollo de la empresa.

³² La persona jurídica es una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones.

sistema de contabilidad y sistema de costos un 7%, proceso de planeación un 5% y finalmente estrategia de negocios un 4%.

Estructura Organizacional y Administrativa.

Informe de Personal.

Dentro de los expendios se encuentran tres tipos de personal, el primero es el administrador o propietario, encargado del manejo del expendio, llevar cuentas, manejar el personal, dictar ordenes y tomar decisiones. El segundo tipo de cargo es el vendedor quien maneja a la clientela y trato personal, en definitiva es quien vende el producto y conserva clientes. Finalmente esta el ayudante u operario encargado del cortado y deshuesado de la carne, muchas veces cumple el papel del vendedor y viceversa.

Para los tres cargos el salario promedio oscila entre \$100.000.00 y \$400.000.00, dependiendo de los ingresos y criterios del propietario del expendio, así mismo el 65% de los administradores son familiares del propietario, el cual tiende a contratar administradores cuando son dueños de fincas y les es difícil atender dos actividades económicas simultáneamente. El 41% de los vendedores y el 39% de los operarios son familiares del propietario.

Para cada cargo se manejan diferentes tipos de contratos, para los administradores o propietarios es indefinido con un 66%, esto porque son los dueños o la persona encargada

para esta labor es de total confianza. Por su parte para los vendedores se utiliza más el contrato a término fijo según un 36% de los empresarios, e igualmente para los operarios con un 62%, representado en contratos de un año, de tres meses, o bien establecidos por contratos por temporadas y tiempos.

La forma de pago manejada para los tres cargos en referencia es mensual, con un 83% para administradores o propietarios, 71% para vendedores y 60% para el ayudante u operario. Otras formas de pago como quincenal, semanal o diaria con el paso del tiempo han cambiado y han perdido fuerza, como consecuencia de la situación económica y fluidez monetaria, así el porcentaje de cada uno es bajo como se puede observar en el cuadro siguiente, dentro del cual se especifica la cantidad con la forma de pago y su peso porcentual dentro del mismo.

Capacitación.

Según los expendios se ha capacitado el 51% del personal en general, y el 49% restante no lo ha hecho. Lo anterior refleja la falta de interés por parte de los expendedores por capacitarse, quienes justifican esto por la pérdida de confianza en los resultados de las capacitaciones. Sin embargo la parte administrativa es la que más se ha capacitado con relación a los demás cargos, porque aducen que son quienes toman decisiones, coordinan y dirigen el funcionamiento de los negocios, sujeto esto de analizar porque el personal operativo y comercial al igual que el administrativo debe estar en constante capacitación, ya que unos elaboran el producto y otros realizan la venta.

En este sentido las capacitaciones si se han recibido, han sido en su mayoría bimestral, ocasionalmente o una sola vez, sin intento de repetirse o actualizarse. Lo anterior corrobora la falta de interés del propietario por mejorar y mejorar él y su personal, ya que los lapsos de tiempo son muy amplios entre una u otra capacitación.

En contraste a la falta de interés por capacitarse, hay trabajadores dentro de los expendios que desearían estar mejor calificados para el trabajo que desempeñan, particularmente dirigidas a (según encuestas): administración de negocios un 24%, atención al cliente un 22%, mercadeo un 18%, relaciones humanas 12%, motivación personal un 11%, salud ocupacional un 8% y finalmente otros (5%) como costos, contabilidad, gestión administrativa, manipulación de alimentos, finanzas, cortes y nuevas tecnologías.

Adecuación del Local.

Zona de almacenamiento o bodega.

Según resultado de las encuestas sólo el 33% de los expendios de la ciudad cuenta con zona de almacenamiento y el 67% no, justificado en que son comercializadores y tan pronto como se hace la recepción de la materia prima inmediatamente se pone en mostrador o exhibición, sumada a este la falta de espacios en el local que limita la disposición de una bodega para almacenar.

Sistema de refrigeración.

El 93% de los expendios de la ciudad afirman poseer un sistema de refrigeración para preservar la materia prima, la cual por ser un bien perecedero exige disposición de este tipo de equipos dentro de los elementos del local. Es así como los expendios manejan diferentes tipos de refrigeración, un 59% refrigeración permanente que consiste en refrigerar las 24 horas del día la materia prima; un 37% un sistema de refrigeración mixto donde se mantiene refrigerada durante la noche y en el día permanece colgada. Y un 4% otra la cual consiste en refrigerar 12 horas durante el día. Indicando que la modalidad para refrigerar es en su mayoría permanente, porque los clientes pueden elegir la carne a comprar, resaltándose que las carnes rojas permanecen menor tiempo refrigeradas que las carnes blancas, ya que estas últimas tienden a descomponerse con mayor facilidad.

Productos que se almacenan.

Existe una variedad de productos a almacenar, entre ellos se encuentran las carnes rojas como carne de cerdo (18%), de res (17%), vísceras (16%), pollo (13%), retazos (10%), entre otras que se pueden observar en el cuadro siguiente, dentro del cual se ve la participación porcentual por producto a almacenar, los cuales no necesariamente son carnes, muchas veces son productos elaborados complementarios a los cárnicos.

Iluminación.

El 87% de los expendios posee un adecuado sistema de iluminación, esto lo justifican porque consideran poseer la iluminación necesaria para el tamaño del local (que en general es pequeño), o bien porque afirman poseer un variado número de lámparas que cobijan todo espacio del local. Permitted comprender que la luz es fundamental, no sólo para los vendedores sino para los compradores, quienes detallan lo que van a adquirir.

Sin embargo otros expendios consideran que la iluminación no es la adecuada (7%), porque cubre solamente unas áreas del local impidiéndose la mejor visualización, o en casos poseen lámparas de bajos vatios. Además hay un 6% que no lo determina, es decir no la catalogan como buena o mala, restándole importancia a este factor, no respondiendo al respecto.

Áreas que disponen.

Los expendios de la ciudad disponen de un solo local donde integran todas las áreas, por ejemplo el 30% dispone de un área de exhibición y ventas, 20% recepción, pesaje, deshuese y desposte, 16% empaque, 12% zona de almacenamiento y 2% cuarto frío y administración. Demostrando la inadecuada infraestructura que los expendios manejan, porque los porcentaje son menores al 50%, representando la carencia de los mismos, además según estas estadísticas se nota la falta de espacio disponible para determinadas áreas, es decir la infraestructura manejada por los expendios es muy limitada y necesita expandirse, no solo por comodidad, sino por higiene, atención y servicio.

Materia Prima.

Se debe considerar dos tipos de materia prima para el caso de las carnes rojas: una es el ganado en pie (res viva) y dos es el ganado en canal (carne despostada), de las cuales existen diferencias, en cuanto a proceso y distribución.

Materia Prima Consumida.

Según los expendios la materia prima necesaria para la realización de su proceso de comercialización es el ganado en canal, la cual despostan en cantidades apreciables de vender, anotándose que dicho proceso incurre en una disminución de la materia prima recibida con respecto a la ofrecida, es decir hay una pérdida del 37% entre el paso de la res de vivo a canal, y un pérdida del 75[% entre el paso del canal al expendio (esto para las carnes rojas).

En promedio general mensual según los expendios se consume carne de res entre 70 y 200 arrobas, lo que equivale a 1.000 a 10.000 kilos, o bien consumen durante el mes entre 8 y 15 reses. Por su parte la carne de cerdo mensualmente esta entre las 20 y 200 arrobas, es decir entre 100 a 1.000 kilos, o bien de 3 a 10 cerdos al mes. El consumo de vísceras oscila entre los 20 a 100 kilos mensuales, de embutidos esta entre los 10 a 100 kilos, por su parte los pollos se miden en unidades la cuales oscilan entre 300 a 1.000 durante un mes corrido y finalmente el pescado con una menor participación que oscila entre los 20 y 200 kilos mensuales.

Procedencia.

La procedencia de la materia prima varia de acuerdo a factores como el tipo de materia prima, la calidad, el costo, entre otros, que según los expendios el 50% de la materia prima (ganado en pie y carnes blancas) procede de la región nariñense, de lugares como Pasto, Ipiales, Tuquerres, la Cocha, Tumaco, Pacisará, Guachucal, Cali y Pereira.

La procedencia de las materia prima (ganado en canal), es en su mayoría para las carnes rojas como carne de res, cerdo y vísceras del Frigovito Jongovito (como se observa en el cuadro siguiente según peso porcentual de cada uno), seguido por particulares o dueños de fincas, los cuales son de origen regional como Guachucal, Ipiales, Pacisará, la Florida, el Tambo y Nariño y finalmente se encuentran los de origen nacional de ciudades como Cali y Pereira (sobre todo para la carne de cerdo). Anotándose que la región nariñense es una zona lechera, por ende el ganado es lechero, más no ganado para consumo, lo que hace entender que en la ciudad se comercializa los animales en descarte de leche o en edad adulta que están expuestos para sacrificio.

Los embutidos por su parte son productos elaborados, que se consideran materia prima para los expendios que no los generan y que a diferencia los comercializan, aclarando que la materia esencial del cual se integran los embutidos son las carnes rojas, y el generarlos es una paso más dentro del proceso productivo, así el proveedor principal de estos es de la ciudad o región, de firmas como Holandesa (58%), seguido de ser producidos por los

mismos expendios (29%) y finalmente de la parte nacional de marcas como Rica y Zenu (13%).

Los pollos marcan la diferencia, porque según las encuestas, en general provienen de la parte nacional especialmente de ciudades como Cali para las marcas de Zenu y Rica (83%), y en menor proporción de la parte regional como Pacisará y Tangua (17%). Igualmente el pescado que proviene en general de la región Nariñense, en su mayoría de Tumaco con un 56% y del Encano (truchas) un 44%.

Se puede concluir que a nivel general el origen de la materia prima es del Frigovito Jongovito, el cual funciona como abastecedor y prestador de diferentes servicios como sacrificio, corte y deshuesado de las reses. Resaltando el papel que juega la región como abastecedor de materia prima cárnica con un 42%, principalmente de regiones como Tangua, Pacisará, Guachucal, Tuquerres, Encano, Tumaco y de particulares de Pasto. Finalmente se encuentra el resto de país como proveedor de materia prima con un 8%, de firmas conocidas como Rica, Zenu, que son traídas de Cali o Pereira.

La forma de abastecimiento por parte de los expendios de la ciudad, es en un 48% comprado directamente al proveedor, 46% arrobado por mayoristas y un 6% es transportado de otras ciudades.

El transporte de carne a los expendios es un paso de importancia, por cuanto el tratado de la carne pre y post mortem posibilita la calidad a la misma. Según los expendios el 62% se

recibe por medio de furgón, un 16% en camión, un 7% por medio de thermo king o particular, un 5% por camioneta y un 3% le llega en moto. Esto demuestra que existen diferentes medios de transportala, aunque pocos realmente conservan su frescura y calidad, considerándose medios por excelencia ya que conservan dichas características el furgón y thermo king entre los demás medio de transporte.

Proveedores.

Los expendios en general han depositado la confianza a los proveedores de siempre, por ello vienen comprándole al mismo durante el mismo tiempo de funcionamiento, considerándolos como proveedores fijos un 71%, a diferencia de otros que han cambiado su proveedor buscando una mayor calidad un 29%. Lo que demuestra la fidelidad al proveedor y la calidad del mismo. Así según los encuestados la calidad de la materia prima es en un 52% excelente, un 38% considera que es buena, y tan sólo un 10% considera que es regular. Esto se entiende según el tratado que se le haga a la carne y la frescura de la misma.

Sistema de pago de la materia prima.

El sistema de pago manejado por los expendedores es mixto, tanto de contado como de crédito, ello porque los sistemas de financiación hoy en día son flexibles, y tienden a permitir más plazos con el fin de atraer más clientes, así, los proveedores conocedores de esta realidad han aumentado los créditos, exigiendo otro tipo de garantías y ofreciendo más

beneficios, en este sentido según los expendios encuestados un 56% adquiere la materia prima con créditos y un 44% la paga de contado.

Aspectos Tecnológicos.

Equipos y maquinaria utilizada.

Este es uno de los factores que permite medir el grado de desarrollo tecnológico alcanzado por este sector en la economía. el cual en general requiere de tecnificación, ante todo para la comercialización de productos, es así como los expendios utilizan máquinas como el molino, cortadora, pesa, selladora, refrigerador o congelador, sierra sin fin y balanza electrónica. De las cuales en su mayoría tienen en general tres años de antigüedad, se encuentran en buen estado, son de origen nacional, y para garantizar un óptimo funcionamiento el mantenimiento se hace mensualmente aunque a diario se hace limpieza según el uso de la misma, el costo por su parte depende del proveedor y el tipo de maquinaria, ya que cada maquina según su fin tiene un costo y capacidad diferente, no pudiéndose especificar estándares, en el cuadro siguiente se puede ver estas variables por cada máquina o equipo.

La adquisición de maquinaria, ha representado a los expendios y en general al sector, dificultades de origen interno y externo, como la falta de dinero para adquirirla (42%), los altos costos de la maquinaria y equipo (34%), no se la consigue en la ciudad (15%), es muy difícil realizar el mantenimiento (6%), no son de la calidad esperada (2%) y no existe mucho gente capacitada o no se posee el conocimiento suficiente para operarlas (1%).

Determinándose en general que los problemas para operar este tipo de maquinaria, son en su mayoría internos, por el grado de conocimiento mínimo que posee el personal encargado como es el productivo y comercial disponible en los expendios y el no recibir capacitaciones frecuentes y adecuadas.

Herramientas que se manejan.

Dentro de cualquier negocio o tipo de empresa es importante el uso de ciertos elementos porque facilita operaciones, disminuye la pérdida por desperdicios y tiempo requerido por operación, es así como los expendios se encuentran provistos de herramientas como: una mesa de despiece y procesamiento y cuchillo cortador (14%), seguido de cuchillo pelador, hacha, barra de acero (llamada también lima o chaira) y cuchillo para carnicero (11%), cuchillo picador (9%), roedor de huesos (4%), carro para traslado de carne (3%) y cuerpo (moldes) y otros como tabla de corte, tijeras y segueta (1%).

Los porcentajes de aprovisionamiento de herramientas dentro de los expendios de la ciudad son muy limitados, es decir mínimos en cuanto a cuantía, calidad, estado. En la mayoría de los casos es inferior al 50%, marcando una debilidad dentro del sector.

Producción y/o Comercialización.

Productos.

Entre los principales productos que se comercializan o se venden se encuentran las carnes rojas ello representado en carne de res un 21%, carne de cerdo un 19%, seguido del pollo con el 13%, los embutidos el 11%, vísceras el 10% y pescado el 4%. Confirmando la variedad cárnica, al igual que el ingenio para comercializar más productos complementarios a los cárnicos, los cuales han adquirido importancia como las arepas, gaseosas, lácteos, entre otros.

El consumo de productos cárnicos según expendios es variado, dependiendo de las temporadas, situación económica y otros factores como los gustos de las familias los cuales cambian acomodándose a los nuevos tiempos, es así como el 30% de los expendios vende mensualmente entre 0 a 1000 kilos, el 30% no sabe porque es variado, el 19% entre 1001 a 2000, siendo los más representativos de todas las cantidades que se venden o comercializan durante un mes.

Para el desarrollo de esta actividad que es expender carnes blancas y rojas se les presentan ciertos problemas que limitan su proceso, como la inseguridad (29%), la competencia desleal porque realizan bajas en precios (26%), las ventas bajas e impuestos (11%), la falta de dinero (8%), la escasez de la materia prima (6%), y el contrabando (3%).

Para la realizar la comercialización esta puede hacerse de dos maneras, bien sea por pedido el cual es del 40% o inventario con el 47% del total, ello afirma que se hace la solicitud de materia prima según consideración de la producción o comercialización realizada más no por demanda de los clientes.

Desarrollo de nuevos productos.

El desarrollo de nuevos productos es otra de las debilidades del sector, ya que ellos en su mayoría no innovan sino que reciben los productos para comercializarlos, solo en algunos casos se dan ideas para incrementar las ventas, es así como el 22% ha buscado desarrollar productos entre estos se puede mencionar los embutidos, entre otros. A diferencia del 62% no han innovado.

Fortalezas y Debilidades del proceso productivo o comercialización.

Hay fortalezas y debilidades que los caracterizan, las principales fortalezas son la calidad de los productos que venden (38%), la atención a los clientes (34%), los precios (17%), la higiene (6%), infraestructura que poseen (3%) y la ubicación (2%), aunque existen otras más que no se anotan pero que poseen, y sus principales debilidades son la competencia desleal (34%), la falta de maquinaria para realizar cortes precisos y no generar tanto desperdicio (24%), la falta de conocimientos tanto productivos como operativos (12%), la inseguridad (8%), la mala ubicación con la falta de personal (7%), la escasez de materia prima, la cual esta sujeta a los proveedores (5%) y finalmente la falta de dinero para mejorar el servicio en general (3%).

Comercialización y Mercadeo.

Mercado del producto.

En general el mercado del producto es local (89%), justificado porque el mercado a abastecer se encuentra en el perímetro urbano, sin descartar que a nivel regional también se comercializan diferentes productos cárnicos (7%) y en una menor proporción se vende en el mercado nacional (4%).

Así en su mayoría el canal de distribución de productos cárnicos es vía directa la consumidor un 50%, o a través de intermediarios un 47% y/o a través de almacenes un 3%. Esto porque la gente o demandantes acuden directamente al expendio, y esto permite a estos oferentes vender directamente los productos a sus clientes.

Los expendios por ser locales pequeños y manejar alimentos utilizan muy poco algún medio para entregar la carne, así mismo la gente prefiere ir a la tercena y ver lo que va a adquirir, es así como sólo el 27% posee el servicio de transporte para vender sus productos, igualmente es más utilizado para pollos, embutidos o derivados similares.

Las ventas por su parte se realizan de contado y crédito, teniendo una leve preferencia por las ventas de contado con un 59%, y la de crédito un 41%. Ello igualmente porque la flexibilidad de financiación otorgada para pagar a plazos atrae y conserva clientes.

Estrategias de mercadeo.

Las estrategias de mercado son poco usuales dentro de los expendedores de carnes blancas y rojas, ello porque no tienen conocimientos o bien porque no lo han visto como estrategia. Así dentro de ese 41% que las ha utilizado, específicas que son más de tipo publicitario (20%), promociones (12%), impulsadoras (7%) u otra forma por ejemplo mayor cantidad del producto, o uso del medio radial (2%).

Calificación de los productos.

Para calificar los productos se han tomado variables propias según apreciación de los expendedores frente a su competencia, considerando que es excelente en calidad de sus productos, servicio, entrega, eficiencia e higiene, y como bueno se considera el precio, marca, empaque y distribución. En promedio la calificación frente a la competencia es buena, que en conclusión la constituyen ellos mismos, y demuestra que la apreciación que se tiene y valor es alto.

Rentabilidad.

Para medir la rentabilidad de los productos se ha tomado el costo de adquisición menos el costo de venta midiendo así el margen de utilidad en porcentaje, es así como la rentabilidad de la carne de res es del 66%, la carne de cerdo 64%, el hígado 67%, el callo 65%, del pollo 72% y del pescado el 82%, esto demuestra que el margen de utilidad mayor es de las carnes blancas (pollo y pescado), debido al tratamiento, la conservación e higiene que estos productos requieren.

Además debe anotarse que es alto el promedio de utilidad por producto, ya que en general están sobre el 50%, demostrando la estabilidad del sector, la expansión del mismo y su aporte a la economía regional.

Sin embargo se han dado problemas que en ciertas temporadas los han afectado más que otros, es así como los problemas que afectan su actividad de cierta manera afectan su rentabilidad, ello porque todo es un ciclo que se encadena, así los principales problemas que afectan su rentabilidad se encuentra la competencia desleal con un 56%, los impuestos el 20%, las diferentes temporadas bajas el 19% y en menor medida el contrabando con un 5%.

Fuentes de Financiamiento.

Las fuentes de financiamiento para que el expendio funcione en general son propias con un 68% y externas el 30%. Cuando se habla de fuentes externas es referido a bancos, particulares u otras formas, así el 50% ha recibido dinero del ente bancario, el 48% de particulares y un 2% de familiares. Fundamentándose en que el ente bancario presenta ciertas dificultades que en promedio se califican desde las más a menos importantes así se encuentra primero los intereses, seguido de los plazos y las garantías.

Impacto Ambiental.

La contaminación ambiental de los expendios dentro de la ciudad es baja, porque el proceso de comercialización solo genera residuos como hueso un 39%, grasa 27%, retazos 15%, desperdicios 12% y sangre un 7%, justificado en el caso de las carnes rojas las cuales llegan despostadas al expendio, y el sacrificio de la res es realizado por el matadero quien a la larga tiene que controlar el impacto ambiental.

El destino que tienen estos residuos es principalmente a la basura (41%), se regala a personas necesitadas (34%), se vende a un menor precio (18%) o bien se entrega a recolectores (7%).

Llevado a que se controle el proceso para generar el mínimo de residuos, es así como el 54% controla al máximo la generación de residuos, el 13% no lo hace y el 33% no le ha dado la importancia que tiene y no sabe al respecto.

◆ **Empresas Productoras de Carnes (E.P.C.).** Estas por su parte tienen otras características, que las definen y diferencian de los expendios, son medianas, es decir cuentan con diferentes áreas para ventas, empaque, recepción, etc., producen y expenden carnes rojas o blancas, son atendidas por tres o cuatro personas mínimo, se ubican principalmente en el área central, utilizan una tecnología más avanzada y manejan condiciones mínimas de salubridad, es así como basados en los resultados de la encuesta las características más sobresalientes son:

Información Básica.

Tiempo de Funcionamiento.

El tiempo de funcionamiento de estas E.P.C en la ciudad explica un proceso de continua evolución y trascendencia. Ello le da la característica de aprovisionarse de tecnología, experiencia e incluso acogida de la gente de la ciudad, a diferencia de los expendios que en general son nuevos .

Tipo de Empresa.

Las empresas en su mayoría son de personas naturales en un 83% del total de encuestados, y son de personas jurídicas las cuales específicamente son sociedades en comandita en un 7%, existe un 10% que no sabe o no responde. En general es el dueño de la empresa quien se registra, aunque debe resaltarse en algunos casos falta de conocimiento por parte de los administradores para definir su tipo de empresa.

Instalaciones.

En general las instalaciones donde laboran estas empresas son de dos formas es decir arrendadas o propias por dos razones, una porque han buscado la ubicación estratégica o disponen de espacio suficiente para llevar a cabo todo su proceso productivo y comercial.

Área Empresarial.

Dentro de esta área se expresa si las empresas desarrollan variables importantes para el funcionamiento de las mismas, según los resultados de la encuesta en orden descendente poseen: nombre comercial, conocen sus fortalezas y debilidades, practican normas de calidad e higiene, desarrollan condiciones mínimas de salubridad y tienen organizado su sistema contable (11%), seguidas de imagen corporativa (logotipo), estrategias de negocios y desarrollan planeación (9%), conocen sus amenazas y debilidades (8%) y finalmente practican normas ambientales y sistemas de costos (7%).

Una fortaleza es que poseen un nombre comercial, es decir utilizan sus fortalezas y evitan al máximo sus debilidades, por ser empresas como tales, manejan condiciones de higiene total o alta salubridad, ello se ve reflejado en sus procesos de producción y comercialización.

Estructura Organizacional y Administrativa.

Informe de Personal.

Dentro de la estructura organizacional y administrativa manejada por los empresarios se encuentran tres tipos de personal, el primero es el administrativo encargado de dirigir el funcionamiento de la empresa, de recepcionar los pagos, y coordinar a todo el personal restante de la empresa, el cual tiene en un salario que oscila entre \$ 300.000,00 y \$500.000,00 para un total de 11 personas, en un segundo renglón se encuentra el personal

productivo el cual tiene un salario que oscila entre \$150.000,00 y \$309.000,00, con un total de 23 empleados, este por su parte se encarga del cortado, deshuesado y elaboración de nuevos productos cárnicos, y finalmente el personal comercial con un salario que oscila entre el mínimo, los cuales manejan a la clientela y trato personal, es quien vende el producto.

Los contratos que se manejan para los cargos es indefinido con un 64%, porque son los dueños o la persona encargada para estas labores debe ser de entera confianza y cuando es así el contrato no tiene fecha de culminación, en su mayoría los trabajadores son personas allegadas, aunque también se manejan otras modalidades como el contrato fijo un 30%, y finalmente el uso de empresas temporales con un 6%.

El personal por cargo según género para el área administrativa es manejado en un 43% por hombres, mientras que el 57% son mujeres, en el área productiva el 44% son hombres y el 56% son mujeres, y en la parte comercial el 40% son hombres y el 60% son mujeres. Se evidencia la mayor participación del género femenino sobre el masculino, en todas las áreas, entre las razones es la delicadez, la responsabilidad y entrega.

El nivel de escolaridad hasta el grado de bachillerato es más alto para el área comercial (56%), para la parte técnica y tecnológica es más alto en el área productiva (71%), la profesional es igual para las áreas productiva y comercial (50%) y finalmente el nivel de especialización el cual es más alto para el área administrativa (100%). Manteniendo un orden según la exigencia de cada cargo.

Según las encuestas realizadas en la ciudad, las empresas productoras consideran que el desempeño de los trabajadores en general es regular (67% personal administrativo, 78% personal productivo y 80% personal comercial), esto porque no existe una buena relación interpersonal entre el administrador, el vendedor y el operario, además no existe la motivación suficiente para el desempeño de los trabajadores en sus respectivos cargos e incluso la falta de trabajadores capacitados para la labor que se realiza.

Capacitación del personal.

Según los empresarios sólo se han capacitado el 50% del personal administrativo, el 33% del personal productivo y el 17% del personal comercial. Lo anterior refleja la falta de interés por parte de las empresas productoras por capacitar a sus trabajadores, quienes justifican esto por la pérdida de confianza en los resultados de las capacitaciones. Sin embargo la parte administrativa es lo que más se ha capacitado con relación a los demás cargos, porque aducen que son quienes toman decisiones, coordinan y dirigen el funcionamiento de la empresa, sujeto esto de analizar porque el personal operativo y

comercial al igual que el administrativo debe estar en constante capacitación, ya que unos elaboran el producto y otros realizan la venta.

En este sentido las capacitaciones si se han recibido, han sido en su mayoría una sola vez o cada cuatro meses (50%), y mensual y trimestralmente (25%). Sugiriéndose que la capacitación debe encaminarse a las necesidades del sector y dirigirse a todos los cargos posibles dentro de la empresa.

En contraste a la falta de interés por capacitarse, hay trabajadores dentro de las empresas productoras que desearían estar mejor calificados para el trabajo que desempeñan, particularmente dirigidas a (según encuestas): mercadeo un 23%, cursos de actualización, atención al cliente, manipulación de alimentos y sanidad un 14%, en formación básica profesional, relaciones humanas, salud ocupacional, áreas técnicas y motivación personal un 7%.

Planta Física.

Zona de almacenamiento.

Esta es una de las fortalezas de las empresas productoras porque el 100% cuenta con zona de almacenamiento, debido a la necesidad de preservar sus productos que elaboran y comercializan.

Se Almacena.

Existe una variedad de productos para almacenar, entre ellos se encuentran las carnes sometidas al curado (23%), producto terminado y otros productos como carnes blancas e insumos (17%), las vísceras, carne destasada y desgrasada (13%), y por último los despojos (4%). Esto demuestra el surtido de productos que estas empresa ofrecen a los consumidores.

Iluminación.

El 100% de las empresas productoras de carnes consideran que la iluminación de sus establecimientos es la adecuada para el proceso productivo y de comercialización. Utilizando un sistema de iluminación mixta (luz eléctrica t luz natural o solar), siendo la luz eléctrica la más utilizada.

Áreas.

Este tipo de empresas cuenta con áreas específicas para cada parte del proceso operativo desde la producción hasta la comercialización, así el 12% de las empresas productoras de carnes posee mostrador, 11% vestier y almacén de insumos, 9% sala de elaboración, cuarto de refrigeración, almacén de producto terminado y cubículo para herramientas y repuestos, 8% cuarto de caldera y cuarto de calentamiento, 6% cuarto de curado y cuarto de maduración, 4% corral de ayuno, pesado y lavado y cuarto de secado y finalmente 2% sala de matanza. Esto demuestra que el porcentaje de empresas que posee una infraestructura

adecuada es bajo tendiendo a parecerse en ciertas características a las pequeñas empresas es decir los expendios, quienes manejan iguales zonas o conjugan espacios, por comodidad, utilidad, infraestructura, etc.

Materia Prima.

Se debe considerar como se definió en los expendios, dos tipos de materia prima para el caso de las carnes rojas: una es el ganado en pie (res viva) y dos es el ganado en canal (carne despostada), de las cuales existen diferencias, en cuanto a proceso y distribución.

Materia Prima Consumida.

Según las E.P.C. la materia prima necesaria para la realización de su proceso producción y comercialización es el ganado en canal, la cual despostan en cantidades apreciables de vender, anotándose que dicho proceso incurre en una disminución de la materia prima recibida con respecto a la ofrecida, es decir hay una pérdida del 37% entre el paso de la res de vivo a canal, y un pérdida del 75[% entre el paso del canal al expendio (esto para las carnes rojas).

En promedio general mensual según las E.P.C. consumen carne de res entre 500 y 2000 kilos, o bien consumen durante el mes unas 24 reses en promedio. Por su parte la carne de cerdo mensualmente esta entre los 200 y 1.000 kilos, o bien unos 10 cerdos al mes. El consumo de vísceras oscila entre los 80 y 200 kilos mensuales, los embutidos están entre

los 10 a 100 kilos, por su parte los pollos se miden en unidades la cuales oscilan entre 100 a 1.000 durante un mes corrido y finalmente el pescado con una menor participación que oscila entre los 20 y 200 kilos mensuales, los cuales no prefieren tanto para producción sino más a l comercialización.

Con la materia prima estas empresas proceden a realizar el proceso de transformación, dentro del cual se utilizan insumos, que en su mayoría son condimentos, aceites, saborizantes, especias naturales como artificiales y harina.

Procedencia.

La procedencia de la materia prima varia de acuerdo a factores como el tipo de materia prima, la calidad, el costo, entre otros, que según los expendios el 80% de la materia prima (ganado en pie y carnes blancas) procede de la región nariñense, de lugares como Pasto, Ipiales, Tuquerres, el Bordo, la Cocha, Tumaco, Pacisará, Guachucal, Cali y Pereira.

La procedencia de las materia prima (ganado en canal), es en su mayoría para las carnes rojas como carne de res, cerdo y vísceras del Frigovito Jongovito, seguido por particulares o dueños de fincas, los cuales son de origen regional como Guachucal, Ipiales, Pacisará, la Florida, el Tambo y Nariño y finalmente se encuentran los de origen nacional de ciudades como Cali y Pereira (sobre todo para la carne de cerdo). Anotándose que la región nariñense es una zona lechera, por ende el ganado es lechero, más no ganado para consumo,

lo que hace entender que en la ciudad se comercializa los animales en descarte de leche o en edad adulta que están expuestos para sacrificio.

La materia prima llega en un 33% a las E.P.C. por medio de furgón o camioneta, y un 17% en termo king o particular, como se puede observar en el gráfico.

El 100% de las E.P.C. posee proveedores fijos para el abastecimiento de materia prima tanto para su producción y comercialización. Considerando excelente la calidad de la materia prima (67%) y buena (33%).

Un 67% de estas empresas realizan un pretratamiento a la materia prima tanto para carnes rojas como blancas, el cual consiste en el desparte, limpieza y sasonado de la carne.

Aspectos Tecnológicos.

Maquinaria utilizada.

Este es uno de los factores que permite medir el grado de desarrollo tecnológico alcanzado por este sector en la economía. el cual en general requiere de tecnificación, ante todo para la producción y elaboración de nuevos productos. Es así como las E.P.C. utilizan máquinas como molino, cortadora, selladora, y porcionadora, entre otras, de las cuales afirman en su mayoría son propias, la tecnología es de tipo eléctrico, de las cuales en su mayoría tienen en general siete años de antigüedad, se encuentran en buen estado, son de origen nacional, y

para garantizar un óptimo funcionamiento el mantenimiento se hace semanalmente aunque a diario se hace limpieza según el uso de la misma, el costo por su parte depende del proveedor y el tipo de maquinaria, ya que cada maquina según su fin tiene un costo y capacidad diferente, no pudiéndose especificar estándares, en el cuadro siguiente se puede ver estas variables por cada máquina o equipo.

La adquisición de maquinaria, ha representado a las E.P.C. dificultades de diferente índole, tanto internas como externas, entre ellas sobresalen los altos costos (38%), no hay en la ciudad y es difícil realizarles mantenimiento (25%) y la falta de dinero para poder adquirirlas (12%), por su parte hay problemas de fondo como la carencia de conocimientos para poder operarlas, que de cierta manera han limitado la adquisición o aprovisionamiento de estas.

Instrumentos

Las herramientas son esenciales dentro de cualquier empresa, porque facilita operaciones, disminuye la pérdida por desperdicios y el tiempo requerido por operación, es así como las empresas se encuentran provistas de algunos instrumentos como: molino triturador, máquina embutidora, cuchillo cortador (7%), máquina mezcladora, cuchillo para carnicero, roedor de huesos, molde para jamones (5%), sierra eléctrica, mesa para despiece y procesamiento, cámara de ahumado y secado, cuchillo picador, barra de acero (lima), sierra de acero y cuerpo (moldes) (4%), báscula de piso, carro para traslado de carne, cerrador manual, cuchillo pelador, hacha, jeringa manual, guante de acero y báscula manual (3%), y

báscula de plataforma para pesado en vivo, pinza para aturdimiento, garrucha para levantamiento, mesa de pelado, tajo cuadrado de madera, prensa para extracción de manteca, autoclave de esterilizante, cuchilla, sierra de hasta y cucharón (1%). Demostrando el bajo número de E.P.C. que se encuentran provistas de herramientas para la producción y comercialización de productos limitando dichos proceso, y marcando una debilidad del sector.

Producción.

Productos.

Entre los principales productos que se comercializan o se venden se encuentran según las encuestas los embutidos con un 30%, seguido de la carne de res y carnes frías con un 19%, los pollos con un 15% y por último la carne de cerdo con un 7% de participación. Indicando que el producto elaborado y finamente empacado ha alcanzado niveles de confianza de la comunidad en general.

Es así como el consumo de los productos cárnicos varía, esto según temporadas, situación económica, desempleo, la falta de personal capacitado, la violencia, la posición periférica de la región, entre otros factores como los gustos de las familias, los cuales han cambiado acomodándose a las nuevas situaciones. Considerando estas empresas que se vende mensualmente una cantidad de 4.832 kilos mensuales en promedio general del total de carnes, lo que representa por kilo un costo de \$ 7.500.

La producción por su parte se hace por pedido de los cliente o también por inventario, este último realizando la solicitud de materia prima para tener inventario de productos según los registros, que la empresa posee en el mes anterior.

Desarrollo nuevos productos.

El desarrollo de productos nuevos este una debilidad de los empresarios, puesto que en su mayoría no innovan sino que reciben los productos para comercializarlos, solo en algunos casos se dan ideas para generar nuevos productos con el propósito de incrementar las ventas, es así como el 17% ha buscado desarrollar productos y el 83% no lo han hecho. Resaltándose esos pocos empresarios lo ha hecho por ideas propias, como el poseer su propio laboratorio de investigación, comprar prototipos de productos elaborados o copiar productos ya elaborados por otros.

Fortalezas y Debilidades.

Hay fortalezas y debilidades que caracterizan este tipo de empresas, las cuales según encuestas se describen. Entre las fortalezas que poseen se encuentran la calidad de los productos representado en un 40% del total de empresas, el servicio que prestan en un 34% y la atención como su antigüedad en el mercado un 13%. En contraste sus principales debilidades son la falta de mercado y los altos precios representado en un 40% del total de empresas, y las temporadas bajas con la competencia desleal en un 20%.

Comercialización y Mercadeo.

Mercado.

El mercado de los productos es en su mayoría local (57%), ya que el mercado a abastecer es sobretodo la ciudad, aunque también atienden otras regiones del departamento (áreas rurales del Municipio de Pasto) (29%) y en pocos casos la producción se dirige a otras regiones del país (14%), a nivel de embutidos, y productos empacados o elaborados.

El 67% de las empresas distribuye sus productos cárnicos vía directa la consumidor, tan sólo el 33% lo hace a través de almacenes. Ello porque al igual que en los expendios la gente acude a estos lugares, obteniendo así estas empresas un contacto directo con los clientes, aunque debe anotarse que estas empresas son grandes comercializadoras, las cuales abastecen a los pequeños expendios de la ciudad, generando un ciclo productivo dentro de la ciudad.

Transporte de Productos.

El 67% de las E.P.C. posee su propio sistema de transporte para la entrega de diferentes productos cárnicos, esto porque son empresas productoras, generadoras de alimentos que requieren un tiempo corto de consumo y por ende una entrega ágil hacia el consumidor.

Ventas se realizan

El 55% de las ventas se realizan de contado y el 45% restante se realiza a crédito, igualmente esto porque la flexibilidad de financiación otorgada para pagar a plazos atrae y conserva clientes.

Estrategias de mercadeo.

Los empresarios del sector afirman no aplicar ninguna estrategia de mercadeo, sin embargo en general son pocos los que han implementado alguna y les ha funcionado, esto porque no tienen los conocimientos suficientes para determinar una estrategia de ventas, como también estas E.P.C no poseen el personal calificado para tal desarrollo. Y los pocos que lo han hecho, han utilizado estrategias publicitarias un 60% y con promociones un 40%.

Calificación productos.

Para calificar los productos se han tomado variables propias, según apreciación de los empresarios frente a su competencia, considerando que es excelente la imagen que poseen y el servicio que prestan, y consideran como bueno el precio, la calidad del producto, el empaque, la distribución y la entrega del los productos elaborados y como regular la promoción, ya que consideran que falta capacitación en cuanto al uso de estrategias de mercadeo.

Rentabilidad.

Para medir la rentabilidad de los productos se ha tomado el costo de adquisición menos el costo de venta midiendo así el margen de utilidad en porcentaje, es así como la rentabilidad de la carne de res es del 50%, la carne de cerdo 50%, los embutidos 72%, las carnes frías 68%, del pollo 43% y del pescado el 30%, esto nos demuestra que el margen de utilidad mayor es de las carnes frías y embutidos, por el costo que incurre en un mayor valor agregado.

Estas E.P.C manejan en general un margen de rentabilidad superior al 50%, representado en el producto en tecnología, insumos y demás valor agregado que se genera durante el proceso productivo y de comercialización. Aunque este proceso de rentabilidad se ha visto frenado por problemas como la competencia desleal la situación actual y los costos (afirma el 29% del total de encuestados), y en menor medida las temporadas bajas (13%). Entre otros problemas que al afectar su actividad o proceso productivo, terminan afectando su rentabilidad, por ejemplo los problemas sociales que aquejan al país y por ende a la comunidad en general.

Fuentes de Financiamiento

Según los encuestados el 71% se encuentra funcionando con recursos propios, tan sólo el 29% obtuvo recursos externos para funcionar, de los cuales un 60% es dinero recibido del ente bancario y un 40% de dinero de particulares. Lo anterior se fundamenta en que el ente bancario presenta ciertas dificultades como son las garantías, intereses y los plazos.

Impacto Ambiental:

La contaminación ambiental de las E.P.C. dentro de la ciudad es baja, porque el proceso de producción y comercialización solo genera residuos empaque, grasas y hueso, justificado en el caso de las carnes rojas las cuales llegan despostadas a la empresa y el sacrificio de la res es realizado por el matadero quien a la larga tiene que controlar el impacto ambiental. El destino que tienen estos residuos se realiza de dos maneras: se tira a la basura o se entrega a recicladores, cada una con un 50% afirmaron las empresas

Llevando a que el 67% de las E.P.C. controlen al máximo la generación de residuos, con cortes exactos, aunque existe un 13% que no lo hace y un 33% de empresas que no le ha dado la importancia que tiene y no sabe al respecto.

4.3.6. Análisis Comparativo DOFA

Después de conocer la situación del sector y sus características más sobresalientes, se puede realizar análisis DOFA el cual es muy utilizado por la planeación estratégica y que se considera de mucha ayuda para el cumplimiento de objetivos. DOFA significa entrar a determinar las debilidades, fortalezas, oportunidades así como las amenazas que tienen o a las cuales se enfrentan a nivel general y en este caso el sector cárnico tanto para expendios como para empresas productoras de carnes.

◆ **Debilidades.** Es la limitación, carencia o defecto que obstaculiza el logro de los objetivos, hecho de existencia actual y de transcurso histórico, las principales debilidades detectadas en el sector cárnico son:

- Los expendios de la ciudad tienen poco tiempo de funcionamiento, lo cual demuestra su falta de conocimiento tanto del mercado como de experiencia en la actividad, reduciendo esto su estabilidad.
- En general el sector no posee el conocimiento suficiente para ubicarse en el mercado como negocio o empresa, es decir no manejan terminología empresarial, y por ende no reconocen su misión, visión y demás.
- El sector, es decir empresarios o expendios arrendan las instalaciones donde laboran, ello les significa una debilidad por cuanto implica mayores costos.
- Una debilidad de los expendios es la falta de preparación empresarial, es decir no tienen conocimientos sobre imagen corporativa (logotipo), no aplican alguna estrategia de negocios, es decir no planean, no conocen sus debilidades, fortalezas, amenazas u oportunidades, e incluso no manejan un sistema de contabilidad y costos.
- La poca frecuencia con que se realizan las capacitaciones es una de las grandes debilidades del sector en general, ya que en general el personal se capacita esporádicamente, desactualizándose constantemente.

- A si mismo una debilidad de las empresas productoras de este sector es que sólo se ha capacitado en el área administrativa, olvidando a la parte productiva y comercial.
- Una debilidad bien marcada es que los expendios y empresarios no manejan una infraestructura adecuada dentro de sus establecimientos, limitando sus acciones y productividad, es necesario una mejor distribución del espacio físico.
- El sector en general aunque posea maquinaria esta se encuentra obsoleta, porque en su mayoría es manual o eléctrica en algunos casos y debería implementarse maquinaria automática, la cual reduciría tiempo y trabajo.
- Al igual que la anterior al sector le falta el uso de herramientas, las cuales no poseen, se encuentran obsoletas, o desconocen, implicando mayor trabajo y pérdida de tiempo.
- Una gran debilidad es que el sector no desarrolla nuevos productos, ni conoce formas para ello, en este sentido lo que se hace es empírico, sin fundamentos teóricos.
- La mala ubicación de algunos, la falta de personal y conocimientos limitan mucho la actividad del sector.

◆ **Fortalezas.** Son recursos o capacidades que las microempresas pueden usar efectivamente para alcanzar los objetivos.

- Los empresarios del sector o empresas tienen un tiempo de funcionamiento mayor que los expendios, representándoles trascendencia, estabilidad, calidad, prestación del servicio.
- Los expendios de la ciudad poseen nombre comercial en su mayoría, es decir son reconocidos por los demandantes la imagen que generan, otra fortaleza empresarial es el conocimiento de normas de calidad e higiene, normas ambientales y desarrollo de condiciones mínimas de salubridad.
- Otro fuerte es que el personal del sector en general remunera un salario superior al mínimo, brindándoles estabilidad y capacidad de pago.
- Aunque no es tan relevante, una fortalezas es que el sector en general posee una buena zona de refrigeración, ello siendo indispensable por cuanto lo que se manipula en su mayoría son productos perecederos. Además las empresas productores manejan zonas de almacenamiento lo cual se convierte en fortaleza y ante todo indispensable porque manipulan alimentos que producen en cantidades superiores.

- Puede considerarse como fortaleza el hecho que en su mayoría el proveedor es un solo Frigovito Jongovito, ello fortifica la calidad de la materia prima y le da estabilidad al producto. A su vez que este es fijo brinda seguridad y confianza.
- Por lo anterior una gran fortaleza que tiene el sector cárnico es la calidad de la materia prima, la cual es su mayoría es considerada como excelente.
- El sector se encuentra provisto de maquinaria, la cual en general está en buen estado, aunque ésta es de tipo eléctrico o manual.
- Una fortaleza del sector es que en su mayoría cuenta con fuentes de financiación propias, tanto para la puesta en marcha de la empresa como para su funcionamiento.
- El sector en general maneja los residuos, no tanto por el trato que realiza con ellos, el cual es el reciclaje, sino porque durante el corte y producción evita generarlos.

◆ **Amenazas.** Aquellas situaciones desfavorables que presenta el medio externo, los microempresarios se ven afrontados a:

- El incremento de expendios ilegales afecta considerablemente la estabilidad de los existentes, porque genera competencia desleal, por la fluctuación de precios que

manejan o bien la ubicación de los mismos, la cual afecta la posición estratégica de los existentes.

- Lamentablemente los lugares estratégicos para la ubicación de expendios de carnes blancas y rojas en general son costosas y en su mayoría se arrendan, llevando a que el sector entre mayores costos.
- Cualquier noticia o situación de epidemia, afecta al sector en general, perdiendo la confiabilidad por parte del consumidor.
- La maquinaria requerida por el sector presenta ciertas dificultades, no se encuentra en la ciudad, es muy costosa o bien no se tienen los suficientes recursos para adquirirla.
- Los impuestos, la escasez de materia prima, el contrabando, la inseguridad, las temporadas bajas y la falta de demanda son problemas que afectan al sector, los que se escapan al manejo de los microempresarios de este sector.

◆ **Oportunidades.** Cualquier situación favorable que presenta el medio externo, actualmente existen:

- El gobierno actual implemento nuevas estrategias para subsanar la situación económica nacional, dentro del cual se propone el incremento de impuestos para los alimentos,

descartándose sólo tres grupos; las carnes, la leche y huevos. Esto favorece al sector porque se espera que la demanda no se afecte.

- Una oportunidad que tiene el sector es que Nariño posee zonas ganaderas, las cuales provisionan a los microempresarios de suficiente materia prima.
- El hecho que la ciudad tenga su propio Frigorífico, es bueno por cuanto no se debe contratar extraregionalmente para el sacrificio, deshuesado y demás procesos.
- Muchos de los embutidos comercializados por estos expendios y empresas productoras tienen nombre comercial, es decir son de marca nacional, los cuales manejan su propia publicidad, y por ello se venden solos, aunque a su vez se convierten en competencia para los que producen productos similares.

El análisis DOFA nos permite cumplir con otro de los objetivos del presente estudio o investigación el cual es formular un Plan de Acción tendiente a mejorar en general las debilidades del sector, a cada uno se le detalla el problema, su objetivo, recursos, tiempo y evaluación de seguimiento, el cual se resume así:

4.3.7. Alternativas. Capacitación en administración de negocios e imagen corporativa, Capacitación en aspectos estratégicos, Capacitación en mercadeo y ventas, Asesoría puntual sobre manejo de ventas, Capacitación en contabilidad y costos, Asesoría en contabilidad costos y finanzas, dependiendo de las necesidades de la empresa,

Capacitación en calidad e higiene, Capacitación en salud ocupacional, Capacitación en agremiación, Gestión financiera, Establecer relaciones bancarias y Asesorías financieras puntuales, Capacitación en diseño de productos, Asesoría puntual en cada empresa, Capacitación en innovación y tecnología de nueva maquinaria y equipos, Capacitación en diseño, adecuación y remodelación de instalaciones físicas y Asesoría puntual

4.3.8. Conclusiones

- ◆ Sí se compara el sector cárnico con otros sectores de la economía alimentaria, se aprecia que ocupa el primero o segundo lugar en términos de consumo, lo anterior por el grado de apreciación que tiene dentro de la canasta familiar. Así en los últimos 10 años la producción de carnes de aves a nivel mundial experimentó un incremento del 48% seguida por la carne porcina y bovina.
- ◆ Existe un equilibrio en producción entre los países de América del Norte (Estados Unidos y Canadá) con el resto de los 42 países del continente en los cuales se destaca Brasil, Argentina, México, Colombia y Uruguay. Colombia aportó a esta producción mundial 754.000 toneladas con una participación del 5.5% de la región sur, 2.7 del continente y 1.3 de la producción mundial.
- ◆ La exportación de carne en todo el mundo es de aproximadamente 5,5 millones de toneladas al año; el cono sur de América Latina exporta 1,1 millones; Australia exporta

1,2 millones; Estados Unidos, Canadá y México, 1 millón; Nueva Zelanda, 400.000 toneladas; Europa 600.000 toneladas; e India, 300.000 toneladas.

- ◆ En la industria procesadora de carnes, el país con mayor creatividad e innovación es Alemania, seguido de Italia y Estados Unidos quienes producen diseños novedosos de máquinas en materia de cortes de carnes. España por su parte ha desarrollado tecnología propia para la elaboración de productos cárnicos. En el nivel nacional sólo existen algunas fábricas productoras de equipo liviano como molinos, embutidoras manuales y equipos de refrigeración.

- ◆ Por su parte la organización de intereses ha definido en Colombia la estructura de asociación gremial consolidando institucionalmente FEDEGAN (Federación Nacional de Ganaderos) quien tiene la vocería nacional de todos los ganaderos productores de carne del País. Y otra instituciones como ASOCARNICAS, UNAGA (Asociación Nacional de Ganaderos de Raza), ASOCEBU, ACINCA (Asociación Colombiana de la Industria de la Carne), ANDI (Cámara de la Industria de Alimentos), la Federación Nacional de Avicultores que agrupa, ASOHUEVO, PROLLO, INCUBAR y la Asociación Nacional de Porcicultores ASOPORCICOLA.

- ◆ A nivel nacional la mayoría de los frigoríficos son de origen privado, el 56,2% en tanto que de propiedad pública únicamente el 12,5% y mixta el 31,3%. En cuanto a la localización, en zona industrial se ubica el 50%, en rural el 44% y en residencial el 6%,

esta última con tendencia a desaparecer. La capacidad utilizada a nivel nacional es únicamente del 28%, es decir, el 72% está disponible. La mayoría de los frigoríficos, o sea el 44% sacrifican de 50 a 100 reses por día. Casi todos prestan sacrificio para bovinos, porcinos y otros, servicio de báscula, corrales y refrigeración.

- ◆ Hay dos tipos de canales de comercialización de la carne en las ciudades: el tradicional del que hacen parte el comisionista, el colocador y su red o clientela de expendedores detallistas y el empresarial, conformado por las famas especializadas, almacenes de cadena y la industria.
- ◆ Dentro de la ciudad de Pasto es importante resaltar el papel que juega el Frigovito Jongovito, el cual es el principal proveedor de materia prima es decir de carnes de res, cerdo, vísceras a las famas, expendios y empresas de la ciudad, el cual ofrece servicios a la comunidad como corrales y básculas, sacrificio de bovinos y porcinos.
- ◆ Los expendios de la ciudad no tienen un tiempo de funcionamiento muy amplio, ello porque en su mayoría son nuevos, demostrando un acumulado de 51% hasta los cinco años, a diferencia de las empresas productoras y comercializadoras quienes explican un proceso de continua evolución y trascendencia.
- ◆ Los expendios como las empresas productoras en su mayoría son tipo persona natural, y en una menor escala persona jurídica. Ello entendido porque se considera que la actividad no exige una participación amplia de integrantes.

- ◆ Los expendios manejan tres tipos de personal, el primero es el administrador con un salario promedio de \$326.500,00, seguido por el vendedor con \$250.888,89, y finalmente esta el ayudante u operario con \$280.523,81. Igualmente las empresas productoras encuentran primero al personal administrativo con un salario promedio de \$ 404.500,00, seguido por el personal productivo con \$279.500,00 y por último el personal comercial con \$ 347.200,00 de salario.

- ◆ La capacitación no ha tenido el enfoque deseado, perdiendo importancia dentro del mercado y su confiabilidad en la mentalidad de las personas, así hoy en día es poca la gente que se capacita o busca alguna manera de incrementar el acervo intelectual, sin embargo hay personas que buscan ser asesoradas para mejorar, enfocando sus gustos principalmente en administración de negocios, atención al cliente, mercadeo, relaciones humanas, salud ocupacional, entre otros como costos, contabilidad, manipulación de alimentos, finanzas, cortes y nuevas tecnologías.

- ◆ El sistema de refrigeración utilizado con más frecuencia es el permanente, aunque como es del común se exhibe la carne durante el tiempo en que el establecimiento esta abierto, esto para el caso de las carnes rojas, ya que cuando se trata de carnes blancas estas siempre permanecen refrigeradas porque tienen a descomponerse con mayor facilidad.

- ◆ Los expendios de la ciudad disponen de un solo espacio dividido por ellos mismos en áreas que se encuentran al alcance y facilidad de uso. Sin embargo demuestra que la infraestructura manejada por estos es muy limitada y necesita expandirse, no solo por comodidad, sino por higiene, atención y servicio. Igualmente las empresas productoras de carnes cuentan pocas áreas específicas para cada fase del proceso, limitando su infraestructura.

- ◆ La materia prima necesaria para la realización tanto del proceso de producción como de comercialización es el ganado en canal, la cual despostan en cantidades apreciables de vender, anotándose que dicho proceso incurre en una disminución de la materia prima recibida con respecto a la ofrecida, es decir hay una pérdida del 37% entre el paso de la res de vivo a canal, y un pérdida del 75% entre el paso del canal al expendio (esto para las carnes rojas).

- ◆ En promedio general mensual los expendios consumen carne de res entre 70 y 200 arrobas, lo que equivale a 1.000 a 10.000 kilos, o bien consumen durante el mes entre 8 y 15 reses. Por su parte la carne de cerdo mensualmente esta entre las 20 y 200 arrobas, es decir entre 100 a 1.000 kilos, o bien de 3 a 10 cerdos al mes. El consumo de vísceras oscila entre los 20 a 100 kilos mensuales, de embutidos esta entre los 10 a 100 kilos, por su parte los pollos se miden en unidades la cuales oscilan entre 300 a 1.000 durante un mes corrido y finalmente el pescado con una menor participación que oscila entre los 20 y 200 kilos mensuales.

- ◆ Entre los principales productos que se comercializan o se venden se encuentran según las encuestas los embutidos, seguido de la carne de res, las carnes frías, los pollos y por último la carne de cerdo. Indicando que el producto elaborado y finamente empacado ha alcanzado niveles de confianza de la comunidad en general.

- ◆ El consumo de los productos cárnicos ha variado, esto según temporadas, situación económica, desempleo, la falta de personal capacitado, la violencia, la posición periférica de la región, entre otros.

- ◆ Las máquinas o equipos más utilizadas por este sector son: molino, cortadora, pesas, selladora, refrigerador o congelador, sierra sin fin y la balanza electrónica, las cuales se encuentran en buen estado, son nacionales, y para garantizar un óptimo funcionamiento el mantenimiento se hace mensualmente aunque a diario se hace limpieza según el uso de la misma, el costo por su parte depende del proveedor y el tipo de maquinaria, ya que cada maquina según su fin tiene un costo y capacidad diferente.

- ◆ Entre las herramientas más utilizadas por los expendios y empresas productoras se encuentran la mesa de despiece y procesamiento, cuchillo cortador, cuchillo pelador, hacha, barra de acero (llamada también lima o chaira), cuchillo para carnicero, roedor de huesos, moldes y cuchillo picador, aunque el aprovisionamiento de estas es muy limitada.

- ◆ Las principales fortalezas son la calidad de los productos que venden, la atención a los clientes, el servicio, los precios, la higiene y sus principales debilidades son la competencia desleal, la falta de maquinaria para realizar cortes precisos, la falta de conocimientos tanto productivos como operativos, la inseguridad y la mala ubicación.
- ◆ El mercado del producto es en su mayoría local, aunque se ven casos a nivel nacional sobretodo para el caso de embutidos y productos empacados o elaborados.
- ◆ La rentabilidad de los productos en general supera el 50%, sobre todo para las carnes blancas (pollo y pescado) ello por el tratamiento, la conservación e higiene que estos productos requieren y el valor agregado que generan.
- ◆ La fuentes de financiamiento en su mayoría son propias demostrando el aporte de capital propio y a su vez la falta de recursos para expansión.
- ◆ Dentro de este proceso de producción y comercialización se generan residuos como hueso, grasa, retazos y desperdicios en general, cuyo destino es a la basura, a personas necesitadas, se venden a un menor precio o bien se entrega a recicladores, llevando a que se controle al máximo la generación de los mismos.

4.3.9. Recomendaciones

El sector en general presenta una evolución sujeta a la economía regional, es así como debe actuar de forma organizada a través del propósito de metas y logros que se encaminen a los intereses de la comunidad en general. Ante todo buscando educar y persuadir a los expendedores y productores de carnes, antes de llegar a reprimirlos e imponerles normas que no acatarán, demostrando que es un proceso educativo a largo plazo.

La capacitación y asesoría son las herramientas básicas para el fortalecimiento del talento humano porque es este el motor central que le permite a la empresa y al sector en general alcanzar niveles de mejoramiento en productividad. Estas deben dirigirse a los expendios y a las empresas productoras involucrando los diferentes aspectos tanto administrativos, productivos y comerciales.

Se debe hacer énfasis en la asesoría y formulación de proyectos integrales que se presenten a entidades institucionales del gobierno que a través de sus programas brindan apoyo a la pequeña y mediana empresa.

Además de aplicarse el Plan de Acción propuesto el cual es susceptible cambios según las necesidades de los mismos microempresarios, presentando una continua capacitación y asesoramiento al sector. Definiendo así mecanismos que permitan manejar indicadores claves del desempeño económico del sector.

Igualmente deben aplicarse mecanismo que permitan disminuir los problemas que los aquejan sobre todo ante la competencia desleal que les disminuye competitividad al sector. Y el manejo de la informalidad, la cual no sólo afecta al empresario sino a la comunidad, la existencia de mataderos clandestinos pone en tela de juicio la buena salud y los principios.

El poco conocimiento que tienen los empresarios del sector acerca de las diversas entidades y programas de apoyo que tiene el gobierno, debe subsanarse a través de campañas de difusión que pueden realizarse por la Cámara de Comercio, el Frigovito Jongovito, el Sindicato de Ganado Mayor y Menor, Sagan, Acopi y demás instituciones involucradas dentro de la cadena.

En general se requiere el apoyo de todos los sectores, los cuales deben buscar el beneficio común, integrándose a la economía, fortaleciendo y aportando con producto, mano de obra y desarrollo regional.

4.4. ANTEPROYECTO MONOGRAFÍA DE LA CIUDAD DE PASTO

4.4.1. Introducción

El hombre con el pasar del tiempo cambia muchas cosas, es por ello que el cambio es general, incluso por ello las estadísticas de un año no son iguales a las del anterior, y se ve latente la necesidad de estar actualizando información y por supuesto que ésta se encuentre a disposición de toda la comunidad, por lo anterior éste proyecto busca dar a conocer a la comunidad de Pasto, la situación actual de la ciudad, los cambios que ha sufrido con el

pasar de los años, y frente a ese gran cúmulo de necesidades que tiene el municipio, responder de forma concreta y positiva con políticas que permitan el desarrollo económico y social de la ciudad.

Sin embargo es evidente que en el Municipio existen debilidades en su estructura productiva por aspectos como la ausencia de políticas estables y de largo plazo y además por la falta de visión de futuro de los diferentes agentes económicos instalados en el Municipio, a lo anterior se le agrega la falta de integración de la economía departamental con la nacional, lo que se constituye en un obstáculo para el desarrollo económico del departamento, atribuido tal vez al desconocimiento de lo que realmente existe, o desconocimiento de diferentes investigaciones.

Frente a todo lo anterior lo que busca la Cámara de Comercio en asocio con la Alcaldía del Municipio de Pasto y otras Instituciones es divulgar la información socioeconómica y física de la ciudad de Pasto, seguros que este trabajo será un instrumento importante y necesario como insumo estadístico para la elaboración de planes y programas de desarrollo a nivel local, o bien planificación regional, dirigida especialmente al sector urbano, para tal ejecución se recolectará la información necesaria de los entes institucionales que manejen dicha información, de esta manera se compilará información que permita la consecución del objetivo propuesto.

4.4.2. Tema de Investigación. Monografía del Municipio de Pasto

4.4.3. Formulación del Problema. No existe información actualizada de los diferentes aspectos socioeconómicos del Municipio de Pasto.

4.4.4. Antecedentes

No se puede negar que diferentes autores han querido rescatar el acontecer del Municipio, lamentablemente han tocado temas parciales o de determinados sectores de ese gran conglomerado socio-económico, sin embargo Monografías del Municipio son pocas y desactualizadas, en este sentido se podrá afirmar que dentro de los análisis del departamento se ha tocado el Municipio de Pasto. Por ello hablar de estudios realizados sería compilar todos los libros, folletos, revistas y demás publicaciones referente a Pasto, de esta manera en orden cronológico podemos destacar algunas de esas compilaciones, sin decir con ello que algunas otras que pudieran existir no sean importantes, así:

- Monografía General de la Ciudad de Pasto, de 1932, donde se tocan aspectos tales como situación, población, relieve (erupción del Volcán Galeras), producción, industria pecuaria, comercio, vías de comunicación, instituciones públicas, hospitales, cultura, arte, y demás categorías que en el momento emergían y por ende se destacaban.
- Análisis del Municipio de Pasto, de Nelson Miranda S. (Contralor General), quien en compañía de la República de Colombia y el Departamento de Nariño, hace un excelente diagnóstico del Municipio destacando aspectos como: Historia, organización municipal, corregimientos y población, presupuesto, servicios públicos, empresas encargadas de la

prestación de los servicios públicos, bienes municipales, contribuciones (impuesto predial, y otros), propiedad urbana y rural gravada y no gravada, deuda municipal, comercio e industria, entidades bancarias e institucionales, sector agrícola, ganadero, asistencia pública, las diferentes campañas emprendidas por los entes institucionales, educación (escuelas, colegios, universidades), reformatorios, carreteras, transporte, vehículos, en otros aspectos más que dan una descripción total de lo que existía en ese momento dentro del Municipio de Pasto.

- Monografía del Municipio de Pasto, elaborado por la Cámara de Comercio de Pasto, Confecámaras, DANE, República de Colombia, del año 1984, donde se presenta una serie de estadísticas referentes a los diferentes sectores socio-económicos, involucrando así: Historia, territorio y clima, demografía, salubridad, educación, justicia y electorales, industria, comercio y servicios, construcción, precios, salarios y fuerza de trabajo, moneda y finanzas, sector público, transporte, sector agropecuario, servicios públicos, actividad hotelera, recreación y cultura, ecología y medio ambiente, alcaldes electos, recuento de edificaciones y vivienda.

- PASTO, un libro de tres tomos, elaborado por la Universidad Nacional de Colombia y el Plan de Ordenamiento y Desarrollo, donde se encuentra información hasta el año 1985 con predicciones a futuro, dentro de ellos se destacan aspectos socio-económicos tales como: sectores económicos, fuerza laboral vivienda y construcción, servicios (comunitarios, abastecimiento), plazas de ferias, inversión en servicios públicos. Es un texto limitado, aunque se busca proyectar, una visión futura de lo que acontecerá.

- Del mismo año que el anterior, es decir de 1985, se encuentra el libro de: “El Municipio de Pasto. Estudios Sociales”, de Guillermo Narváz D. y Gerardo Dulce H. Donde hacen una especificación de diferentes estudios tales como: Histórico, ecológico, lingüístico, etno - antropológico y socio-económico (ríos, carreteras, fiestas, comercio, población, producción, servicios, gobierno, finanzas, empleo, microempresas). Resaltando que no contiene información estadística, es más de índole teórico.

- Emiliano Días del Castillo Z. Para 1987 hace una conmemoración a los 450 años de Pasto, Siglo XVI, publicándose 4 tomos, dentro de los cuales se encuentra información como: reseña, fundación, poblamiento, deslinde y amojonamiento, comercio, entre otros aspectos más del Municipio.

- José Vicente Dueñas Narváz, de la Casa de la Cultura de Nariño, para 1996 publica un libro titulado “Nariño 93 años, Sinopsis Histórica, Geográfica, Económica y Social del Departamento de Nariño.” Dentro del cual se resalta una análisis complejo del Municipio de Pasto, encontrándose información tal como: Escudo, himno, bandera, historia, geografía, economía, división política, Obispos, Alcaldes (1904-1996). Se debe anotar que al igual que este, existen pequeños apartados de Pasto dentro de los análisis del departamento, talvés por ser la capital o bien por ser el centro principal de la cultura y el comercio.

4.4.5. Marco Conceptual

Es importante hacer una descripción detallada de cada uno de los elementos que serán directamente utilizados en el desarrollo de la investigación, para ello se debe tener claro el significado de algunos términos que se van a emplear con mayor frecuencia y sobre los cuales convergen las fases de la investigación, de esta manera homogeneizar más el lenguaje técnico empleado y unificar los criterios y conceptos básicos de quienes utilizaran esta información (conceptos que se detallan en el glosario)

4.4.6. Justificación

- *Actualidad e Importancia.* El tema de investigación de Actualización de la información general del Municipio de Pasto es importante porque existe la necesidad de saber cuál es la situación de la ciudad, y determinar los cambios que han surgido desde años atrás.
- *Necesidad de la Investigación.* No es un tema nuevo, pero sin embargo existen pocos estudios y estadísticas dispersas y desactualizadas, que se hace necesario compilar investigación.
- *Utilidad de la Investigación.* La utilidad del proyecto que se busca emprender, se lo delimitará dentro de cuatro aspectos: 1). Dar a conocer diferentes aspectos de importancia para el Municipio de Pasto. 2). Que sirva de punto de partida o de referencia para futuras investigaciones del mismo tema, es decir que sea usado como un instrumento de consulta, ya sea en el mismo Municipio de Pasto, o bien a escala departamental o nacional. 3). Que sirva como punto de partida para la toma de decisiones de la política social y económica

especialmente y 4). Como un instrumento que oriente la toma de decisiones para el desarrollo, teniendo en cuenta los diferentes sectores.

4.4.7. Objetivos

Objetivo General. Recopilar y actualizar la información estadística general existente del municipio de Pasto.

Objetivos Específicos

- ❖ Determinar los cambios climáticos durante el periodo de estudio. (10 años)
- ❖ Establecer el incremento porcentual de la población pastusa.
- ❖ Establecer la cobertura del sistema de salud en el Municipio.
- ❖ Determinar cuál es el grado de escolaridad de la Población del Municipio de Pasto.
- ❖ Establecer la evolución del número de Empresas en el Municipio.
- ❖ Determinar el estado actual de la construcción dentro de la economía regional.
- ❖ Establecer la situación actual de la fuerza de trabajo y estabilidad laboral.
- ❖ Identificar cuáles son los ingresos y gastos del Municipio.
- ❖ Establecer la cobertura de los servicios de Energía, Agua, y demás servicios públicos.
- ❖ Identificar los diferentes centros que promueven el desarrollo cultural.

4.4.8. Cobertura.

Nivel Espacial: El tema se va a desarrollar en el Municipio de Pasto.

Nivel Temporal: El espacio de tiempo que se va a tomar para el análisis del objetivo específico es la década de los noventa hasta la fecha.

4.4.9. Procedimiento Metodológico

Para alcanzar los objetivos propuestos y como herramienta para corroborarlos se debe pensar en las posibilidades de mayor número de información, y por ello se realizará una investigación de tipo documental, que permita profundizar en el contenido y llegar a la esencia del objeto de estudio y así obtener una serie de criterios que permitan a futuros planificadores tomar decisiones, de manera que el estudio será de tipo Exploratorio: por cuanto nos permite formular el problema de investigación, y aclarar ciertos conceptos que se manejaran durante el periodo de estudio, sabiendo de la existencia de conocimientos previos como lo es una Monografía del Municipio de Pasto, e investigaciones de entes regionales, especialmente lo que se busca es una recopilación de información que muestre la situación general y actual de Pasto. De esta manera para cada ítem existe un ente especializado:

- ❖ Reseña Histórica: Banco de la República (Sala Regional)
- ❖ Territorio y Clima: INAT, IDEAM,
- ❖ Demografía: Dane, Registraduría,
- ❖ Salubridad: Instituto Departamental de Salud

- ❖ Educación: Dane, Secretaria de Educación.,
- ❖ Justicia y Electorales: Dane, Registraduría, Fiscalía General de la Nación.
- ❖ Industria, Comercio y Servicios: Alcaldía, Cámara de comercio de Pasto.
- ❖ Construcción: Camacol, Oficina de Registro de Instrumentos Públicos,
- ❖ Precios: Dane,
- ❖ Salarios y Fuerza de Trabajo: Ministerio de Trabajo
- ❖ Moneda y Finanzas: Banco de la República
- ❖ Sector Público: Gobernación (Secretaria de Hacienda), Alcaldía, Dane.
- ❖ Transporte: Aeronáutica Civil, Ministerio de Transporte
- ❖ Agropecuario: Secretaria de Agricultura, Corpoica, Corponariño, ICA
- ❖ Servicio Públicos: Dane, Cedenar, Empopasto, EMAS, Telenariño
- ❖ Actividad Hotelera: Oficina Departamental de Turismo de Nariño
- ❖ Recreación y Cultura: Indernariño, Casa Episcopal, Pasto Deporte
- ❖ Ecología y Medio Ambiente: Ministerio de Agricultura, Corponariño
- ❖ Alcaldes del Municipio de Pasto: Gobernación, Alcaldía, Banco de la República
- ❖ Recuento Edificaciones y Vivienda: Agustín Codazzi, Inurbe

Procesamiento de la Información Se llevará a cabo el uso de procedimientos como la clasificación y ordenamiento de la información según diseño planeado, presentando la información en forma escrita, tabulada, gráficos pertinentes y demás formas de expresar de una manera clara la información obtenida.

Para mantener lineamientos homogéneos la información presentada debe poseer las siguientes características: para información de texto: Letra Times New Roman 12, y para Cuadros Arial 8, con 2 decimales, los títulos en mayúscula, se debe citar las fuentes y además las líneas de los cuadros debe ser sencillas.

4.4.10. Contenido Aproximado del Informe Final

Introducción

1. Reseña Histórica
2. Territorio y Clima
3. Demografía
4. Salubridad
5. Educación
6. Justicia y Electorales
7. Industria, Comercio y Servicios
8. Construcción
9. Precios
10. Salarios y Fuerza de Trabajo
11. Moneda y Finanzas
12. Sector Público
13. Transporte
14. Agropecuario
15. Servicio Públicos

16. Actividad Hotelera
17. Recreación y Cultura
18. Ecología y Medio Ambiente
19. Alcaldes del Municipio de Pasto
20. Recuento Edificaciones y Vivienda

4.5. MONOGRAFÍA DE LA CIUDAD DE PASTO (INFORMACIÓN APROXIMADA DEL CONTENIDO)

La Monografía de la ciudad de Pasto por extensión y presentación no se puede incluir totalmente en un informe, por tanto se decidió una publicación en CD Rum, publicación que se encuentra en la Cámara de Comercio de Pasto, la Alcaldía Municipal o el Departamento Administrativo Nacional de estadística –DANE-, el cual contiene videos, fotografías, música, escenarios, cuadros, tablas y texto sobre los diferentes temas, de los cuales se puede decir un aproximado sobre su contenido, de la siguiente manera:

Presentación. Se hace una descripción de lo que se presenta en el CD, el trabajo, lo que se espera pueda ser de utilidad para la sociedad.

Aspectos Generales. Dentro del cual se explican las insignias de la ciudad como himno, escudo, bandera, una reseña sobre los años de fundación y creación, se explican aspectos geofísicos como la posición geográfica, pisos térmicos, tipos y clases de suelos, zonas de

vida, hidrología y administrativos como límites geográficos, división político administrativa y la relación de alcaldes.

Demografía. Por su complejidad se inicia con una explicación de conceptos básicos, posteriormente se detallan datos censales según años por áreas.

Salubridad. Que involucra una descripción sobre conceptos básicos, tablas de los diferentes organismos de salud, diagnóstico epidemiológico y el estado sanitario.

Bienestar Social. En este se detalla por años las diferentes actividades que realiza el Bienestar Familiar y los diferentes programas encaminados a la niñez y a la familia.

Indicadores de Pobreza y Calidad de Vida. Se detalla indicadores de necesidades básicas insatisfechas – NBI, se explican conceptos básicos, diferentes cuadros resultantes de la encuesta nacional de la niñez y la adolescencia - ENA 1996, la encuesta nacional de ingresos y gastos 1994-1995.

Educación. Una descripción de conceptos Básicos y posteriormente se presentan datos censales según las características educativas de la población, a su vez detallan diferentes aspectos sobre educación primaria, secundaria, la redes educativas del área rural y urbana y educación superior.

Justicia y Electorales. Se presenta una descripción de conceptos básicos, los despachos judiciales e información sobre cedulação y electorales.

Fuerza de Trabajo. Este al igual que la educación es un tema complejo por ello se detallan en primera instancia conceptos básicos y características de la fuerza laboral de la población como información censal y la encuesta de hogares.

Agropecuário. Se describe estructuralmente la división del municipio por microregiones, los principales cultivos del municipio, flora y vegetación, fauna silvestre, la actividad pecuaria y la reforestación.

Industria Manufacturera. Se definen conceptos básicos, la actividad manufacturera según tipo de empresas.

Vivienda y Construcción. Para su comprensión se detallan conceptos básicos, características de las viviendas según información censal, las licencias de construcción, el índice de costos de la construcción de vivienda – ICCV, la proyección, déficit y demanda insatisfecha de vivienda, el financiamiento de vivienda y por último el movimiento de la propiedad raíz.

Comercio al por Mayor y al por Menor. Como muchos anteriores se detallan conceptos básicos, el movimiento del comercio al por mayor y al por menor.

Comercio Exterior. Es necesario para el entendimiento de este tema describir conceptos básicos y describir el movimiento del comercio exterior, incluyendo impuesto, exportaciones según valor y productos.

Moneda y Finanzas. Se detalla aspectos de la moneda y finanzas, incluyendo entidades bancarias y principales fuentes de recursos del sistema financiero.

Movimiento de Sociedades. Se detallan conceptos básicos y se muestra el movimiento de sociedades por actividad económica, capital y registro mercantil.

Precios al Consumidor. detallando conceptos básicos y las variaciones de el índice de precios al consumidor.

Transporte y Comunicaciones. Se describe el parque Automotor, el transporte urbano de pasajeros, la distancia con los centros urbanos y el transporte aéreo.

Servicios Públicos. Se hace una compilación de datos y estadísticas sobre acueducto, agua y alcantarillado, energía eléctrica, teléfonos y basuras.

Fiscales. Presentándose un recuento sobre ejecución presupuestal de ingresos y gastos, presupuesto definitivo y egresos reales, estadísticas administrativas, impuestos nacionales recaudados y las diferentes organizaciones a favor de personas discapacitadas.

Turismo, Recreación y Cultura. Es uno de los temas más interesantes porque se tratan temas de interés cultural, como lo es la recreación y la cultura, dentro de los cuales se explican las iglesias, fiestas, la producción artesanal, las diferentes calles y carreras, los establecimientos deportivos, los museos, teatros, bibliotecas y hoteles.

Bibliografía. Es necesario destacar que gran parte de la información es primaria, información que se estructuró durante la investigación, sin excluir la información secundaria que apoyo el estudio y permitió generar un documento completo.

4.6. CONFERENCIA IDEAS EMPRESARIALES

Porqué Generar Ideas? En primer lugar porque permite alcanzar el éxito, independiente de lo que se sea, es decir un diseñador, un ingeniero, un ejecutivo, un publicista que busca

una forma impactante de vender su producto, un maestro de colegio o bien un estudiante. En segundo lugar, porque el desarrollo con sus nuevas tecnologías, aún no ha logrado suplir la mentalidad humana, quedándonos el trabajo creativo que las maquinas no pueden hacer. En tercer lugar, vivimos en lo que muchos llaman “la era de la información”, era que exige el flujo constante de nuevas ideas, y si queremos insertarnos en él, debemos alcanzar nuestro potencial y nuestras metas. Además que las ideas que a feliz término se llevan logran solucionar problemas; ayudan a la gente; salvan, arreglan y crean cosas; hacen que las cosas sean mejores, más económicas y útiles; aclaran, fortalecen, inspiran, enriquecen y animan.

¿Qué es una Idea ? Definirla es complejo, sin embargo cuando estamos en presencia de una idea, lo sabemos, lo sentimos, pues algo dentro de nosotros lo reconoce. Pero tratemos de definirla. (los asistentes aportarán con una definición). En algunos diccionarios se encuentran definiciones como:

”Aquello que existe en la mente, real o potencialmente como producto de la actividad mental, tal como el pensamiento o el conocimiento”; o también “ La categoría más elevada: el producto fanal y completo de la razón”; o “Una entidad trascendental, un patrón verdadero de que las cosas existentes son representaciones imperfectas”. (complejas.....). “Una idea no es ni más ni menos que una nueva combinación de viejos elementos.” James Web Joung.

Según Jack Foster hay un proceso, el cual no es estricto, ni complejo, sino flexible y armónico con la vida del ser humano. que se lo puede explicar de la siguiente manera:

Diviértase: es la primera sugerencia para acondicionar la mente para que tenga ideas (tal vez puede ser la más importante). Es necesario que las personas disfruten lo que hacen, ya que lleva a que lo hagan mejor. No debe extrañar que el humor y la creatividad sean compañeros inseparables. En muchas ocasiones es importante darle un giro inesperado a los conocimientos que se tienen para generar nuevas ideas.

Cultive la Inclinación a las Ideas: nadie entiende (hasta ahora) cómo el cerebro –un cosa material– puede producir una idea: algo inmaterial. Solo sabemos que eso ocurre. A lo mejor a uno le ocurre con menos frecuencia que a las demás personas, sin embargo alguna vez ha sucedido, sabemos que no tenemos una deficiencia física que nos impida generar ideas, y ¡Sí! podemos generarlas, ello está comprobado. Por lo tanto, lo único que hay que resolver es porqué se nos ocurren tan pocas ideas y luego esforzarnos por producir más. (Voluntad o disposición). Por eso es importante hacer el propósito de generar cada día una cosa nueva.

* **Las Ideas Existen:** Una vez Jack Foster cuando empezó a enseñar, dijo a sus alumnos que para todo problema existe una solución, una respuesta, una idea. (Estaba equivocado). Porque se dio cuenta que existen cientos de soluciones, cientos de respuestas, cientos de ideas. Nada está hecho. Todas las cosas esperan a que las hagamos.

* **Convéznase que Encontrará las Ideas:** Ahora ya sabemos que existen cientos de soluciones para los problemas y que las ideas abundan. Bueno pero entonces ¿Por qué no las estamos encontrando?.

Consideremos estos casos: 1). Un golfista desconocido está a la cabeza de un famoso torneo al finalizar el primer día, los diarios dedican sus paginas a esta persona, todos hablan sobre él. Al día siguiente, el pobre tipo golpea ocho sobre el par, el puntaje no le alcanza y queda por fuera.

¿ Qué pasó?. 2). Un hombre tiene que pronunciar un discurso en otra ciudad y lo tiene perfectamente ensayado, conoce el tema, sabe lo que quiere decir, cómo quiere decirlo. Fácil. Lo ensaya frente al espejo. ¡Es un 10 perfecto!. Pero cuando comienza a hablar su mente queda en blanco y el discurso es un desastre. ¿Qué pasó?

Usted ya sabe lo que pasó, consciente o inconscientemente dudaron de su capacidad, dudaron si verdaderamente eran tan buenos como pensaban. La única manera de mejorar significativamente nuestro desempeño es mejorar la imagen que tenemos de nosotros mismos. Sí que si quiere cultivar su inclinación a las ideas, debe aceptar que lo que piensa de usted mismo es el factor más importante de su éxito (su personalidad, sus acciones, la forma como interactúa con los demás, la manera como se desempeña en el trabajo, sus sentimientos, sus creencias, su dedicación, sus aspiraciones, inclusive su habilidad y talento, son controlados por la imagen que tenga de usted mismo. Uno actúa como el tipo de persona que desean ser. Así de sencillo.

No se preocupe por el tiempo. Usted sabe que allá afuera están las ideas, aún cuando algunas se demoran más que otras en llegar, obtener una no depende, curiosamente del tiempo; ni del sitio donde trabaja, ni de los horarios, ni de la carga de trabajo. Uno puede buscar ideas mientras come, se ducha o pasea con el perro; y pueden llegarle en el momento en que enciende su automóvil o la luz. “Generar ideas depende de creer que existen, y de creer en usted mismo”. No piense que va a tener una idea, piense que ya la tiene.

Propóngase Metas: si usted tiene metas, su mente encontrará el camino para producir ideas. Si la mente puede controlar el movimiento del cuerpo cuando juega football o baloncesto, imagínese como la mente controla la forma como genera ideas. Si quiere tener ideas, imagínese que las está teniendo, no piense que va a tener una idea, piense que ya la tiene.

Obtenga mas Datos: la curiosidad es una de las razones por las cuales se puede producir ideas. Utilícelas, pregunte, busque información y cuestionelas. Algún día va a combinar esos elementos con otros que lo llevarán a generar ideas y cuantos más elementos haya que combinar, más ideas se podrán generar. Al fin y al cabo, si “una idea nueva no es más ni menos que una nueva combinación de viejos elementos”, es razonable pensar que quien tenga más elementos generará, con seguridad, más nuevas ideas que la persona que cuenta con menos de esos elementos. Si uno tiene la curiosidad natural que lo fuerza a acumular información, entonces uno mismo debe esforzarse por adquirirla. Para ello es necesario:

*** Salirse de la Rutina:** Por supuesto usted vive rutinariamente, admítalo, ¿por qué cree que hace las mismas cosas en el mismo orden todas las mañanas al levantarse?, ¿o toma el mismo desayuno todos los días?, ¿o va la trabajo siempre de la misma forma?, ¿o ve siempre los mismos programas en la televisión?. Es por que está dentro de la rutina. Y por eso sus cinco sentidos están grabando todos los días lo mismo que hizo ayer: los mismos lugares, sensaciones, olores, sonidos y sabores. Ahora bien si permanece en la rutina y deja que las cosas se metan allí naturalmente, nunca va a acumular la base de datos tan variada y amplia que necesita para tener nuevas ideas. Hay un mundo fascinante de información allá afuera, en cualquier dirección que se mire. Pero debe mirar. Y cuanto más pronto lo haga, más pronto se dará cuenta de los “viejos elementos” que usted mismo no sabia que existían. Escuche una estación de radio que nunca haya escuchado, estudie inglés, pida en el restaurante un plato desconocido, lea los avisos limitados, busque algo en internet que usted crea que le puede agrandar, vea una obra de teatro o una película que piense que le disgustará o bien alquile un vídeo del cual nunca ha oído hablar.

*** Aprender a Observar:** Uno ve todo lo que pasa frente a sus ojos, ello porque realmente no estaba observando, simplemente estaba mirando, no estaba buscando algo, simplemente estaba mirando, mirar no requiere de mayor esfuerzo, es tan fácil como respirar. Observar es distinto requiere de esfuerzo y compromiso ya que es detallar las cosas y darles su verdadero valor. Mañana por la mañana, en su camino hacia el trabajo o al colegio observe lo que pasa alrededor suyo, examínelo, anote detalles, recuerde expresiones, momentos y grábelos, encontrará nuevas cosas que para usted antes no existían.

Ármese de Valor: nadie puede decirles cómo armarse de suficiente coraje para seguir adelante, hacer caso omiso de las dudas o sarcasmos de la gente cuando dicen lo que piensan. Hay cinco cosas le serán de gran ayuda para armarse de valor:

Todo el mundo siente temor, todos. Recuerde que aquellos que se burlan y actúan con desprecio también tienen miedo, sobre todo a las ideas de usted, al fin y al cabo, las ideas – por su naturaleza misma– son potencialmente destructivas, pueden cambiar cosas, y cuanto más originales sean, más radicales serán los cambios, y cuantos más cambios produzcan, más amenazada se sentirá la gente.

No hay malas ideas. Madame Curie tuvo una “mala” idea y así logró aislar el radio, Richard Drew tuvo otra “mala” idea que se convirtió en cinta adhesiva, Joseph Priestley inventó el agua gaseosa cuando investigaba la química del aire, Blaise Pascal inventó la ruleta cuando estudiaba el movimiento continuo, en fin muchos científicos y grandes ilustres han logrado generar ideas que en un inicio fueron catalogadas como malas. Hay un dicho “nunca hay que llorar sobre la leche derramada”, entonces búsquele algún uso.

A uno siempre se le ocurre otra idea... Inclusive mejor. No piense que su idea final es el final del camino, es apenas el comienzo de otro nuevo.

Nunca se critica a la gente por tener demasiadas ideas. Tal vez una de las cosas que más nos inhibe es el temor a que nuestra reputación inclusive nuestro futuro, dependen de la única idea que estamos apunto de sugerir. Tal vez así sea; tal vez se venga el mundo

encima, tal vez la gente se burle de uno o talvez la idea no funcione. Bueno. Entonces no apoyemos todos nuestros sueños sobre una sola idea, produzcamos varias, así lo reconocerán a uno como “el genio de todas esas ideas” y no como “el tonto con una mala idea”.

Vale la pena tener una idea. Generar ideas estimula el conocimiento, o bien es un ejercicio mental para ejecutar proyectos o planes que se tengan. En últimas aunque sea por tener la satisfacción de que se intentó.

Piense en Cómo Piensa: cuantos más pensamiento tengamos, más materia prima habrá para producir ideas. He aquí diferentes formas de pensar:

Piense Visualmente: usted y yo fuimos educados en pensar en palabras, y cuando armamos un pensamiento cualquiera, generalmente lo hacemos en forma de enunciado. “Quien mucho abarca, poco aprieta”. “El mundo no funciona”. “La confianza nace del éxito”. Sin embargo, muchas de las mentes más creativas de la historia pensaban en imágenes en lugar de palabras. Einstein dijo: “Raras veces pensaba en palabras, los conceptos venían en imágenes que después trataba de expresar en palabras o en formulas”.

Piense Lateralmente: a usted y a mi nos enseñaron a pensar linealmente o verticalmente; a pensar con lógica desde un punto hasta el siguiente, hasta llegar a una conclusión, a colocar un ladrillo sobre el otro. Tal forma de pensar es analítica, secuencial, con un propósito. Si algo en el camino carece de sentido, nos detenemos y buscamos otra dirección, dando un

paso lógico tras otro hasta llegar a una conclusión válida. Pero hay otra forma de pensar, popularizada por Edward de Bono, llamada pensamiento lateral donde uno da saltos, ello porque no se tiene que seguir el camino lógico, sino que puede tomar caminos secundarios que aparentemente no conducen a ninguna parte.

No vea barreras donde no existen: si usted es como la mayoría de personas, muchas veces su pensamiento se ve inhibido porque inconscientemente se da por sentado que un problema tiene restricciones y limitaciones, cuando en verdad no es así. La próxima vez que tenga dificultades para resolver un problema pregúntese “¿Que supuestos estoy haciendo que no debería hacer?”, “¿Cuáles limitaciones innecesarias estoy imponiéndome a mi mismo?”.

Establezca algunos límites: “Un momento – lo oigo reclamar -. Acaba de decir que no imponga limitaciones innecesarias, y ahora dice que hay que establecer algunos límites. ¿Qué pasa entonces? ”.

Las limitaciones a las que me refería al comienzo son fronteras imaginarias, los supuestos subconscientes que uno hace sobre la naturaleza del problema. Ahora me refiero a la necesidad de tener un marco de referencia dentro del cual buscar una solución. Sé que esto suena paradójico: pero la mente creativa tiene que ser libre para moverse, explorar, buscar todo lo que quiere. La limitación más estimulante que jamás se ha tenido es el tiempo, las fechas límites hacen que uno logre cosas. Impóngase metas en función del tiempo.

Aprenda a Combinar: si una nueva idea no es más que la combinación de viejos elementos, se deduce que la persona que sabe combinar viejos elementos tiene más opciones que de producir una nueva idea que aquella que no sabe combinarlos. He aquí algunas sugerencias que le ayudarán a combinar:

Defina el Problema: puesto que todos los problemas tienen solución, es indispensable definir correctamente el de uno. Si no se hace así, podría estar resolviendo el equivocado, por ejemplo las personas de negocios siempre están formulando las preguntas equivocadas, muchas veces las preguntas se basan en supuestos tan arraigados que estas personas ni siquiera se dan cuenta de ello.

Busque Parecidos: parta del problema al cual busca una solución y por ende quiere generar una idea, así sabiendo qué pasa, cuestiónese sobre si ¿Su problema se parece a otros?, ¿Qué tiene de diferente?. Cuestiónese y busque otros problemas que se asemejen a lo que espera encontrar.

Rompa todas las normas: toda actividad tiene normas, convenciones y formas de hacer las cosas, puede que no estén grabadas en la roca, pero si lo están en la mente de las personas. La mayoría de los grandes avances en las artes y las ciencias – en todo, realmente – han sido el resultado de que alguien rompiera las normas.

Juegue a “¿Que Tal Si?”: es el juego de muchas personas en agencias de publicidad cuando quieren producir formas diferentes de presentar las cualidades de un producto o

servicio. Practique este juego cuando necesite resolver un problema. ¿Qué tal si el problema fuese mucho peor de lo que es? ¿Qué tal si fuese 10 veces peor? ¿O solo medianamente peor?.

Busque ayuda en otros campos: en este momento hay cosas que pasan en otros campos que podrían ayudarle a solucionar su problema, que podrían darle una solución diferente, que podrían darle otro sentido a su manera de pensar, que usted podría combinar con algo que ya conoce, que podría emplear para descubrir un misterio. Mantenga los ojos y oídos despiertos.

Arriéguese: tener una idea implica muchas veces combinar cosas que nunca antes estuvieron juntas; en otras palabras, correr riesgos. Así que por definición, uno debe correr riesgos si quiere tener ideas.

Reúna Información: uno tiene que preguntar, leer e informarse. Pero lo más importante es concentrarse mentalmente en ello.

Busque la idea: no espere como otros a que se resuelva solo el problema o que alguien lo haga, todos tenemos capacidades, debemos intentarlo pensando que se logrará llegar al éxito.

Olvide el Asunto: así que cuando esté atascado en alguna idea, proyecto o problema, o cuando las pequeñas ideas dejen de llegar tan rápido como antes y no logre esa gran idea, o

cuando sienta que se da de cabeza contra barrotes de hierro, o cuando las cosas se compliquen, o cuando esa vocecilla interna le diga que “Esto no está funcionando”, entonces olvídelo y trabaje en otra cosa. El secreto está en cambiar de flanco más no en dejar de trabajar. No piense que su cerebro necesita un descanso, porque no lo necesita, ya que no es un músculo y por ende no se fatiga.

Esta es la razón por la cual las personas muy ocupadas logran muchas cosas y siempre pueden cargar con otros proyectos: han aprendido a conducir sus esfuerzos hacia proyectos significativos y han permitido que buena parte de su trabajo se realice inconscientemente.

Ponga la idea en acción

Comience ya mismo: hay que empezar ya, una vez usted rompa la inercia y empieza a hacerlas rodar, las ideas toman vida propia y empiezan a entrar en terrenos que nunca se imaginó.

Si lo va hacer hágalo: si no se compromete para que su idea funcione, seguramente estará lamentándose dentro de unas cuantas semanas o meses diciendo: “si hubiera hecho tal cosa...” Una de las mejores formas de comprometerse es comprometiéndolo su dinero, invierta algo de dinero en alguna cosa necesaria para que su proyecto funcione.

Impóngase un Plazo Límite (cuanto más corto mejor): es asombroso lo que se puede lograr con sólo saber que hay que lograrlo.

Escriba una lista de las cosas que tiene que hacer para poner a funcionar su idea: después realice cada día al menos una de las cosas de la lista, si siente que la idea esta por fuera de su campo de competencia y le está costando dificultades, váyase a la biblioteca y estudie sobre el tema, busque soluciones para alcanzarla.

Queme las naves: Julio Cesar y otros grandes generales emplearon esa táctica para invadir naciones extranjeras, era una manera dramática de decirles a sus tropas que cualquier retirada era impensable. Levántese una o dos horas más temprano todas las mañanas y trabaje su idea.

Si no tiene a alguien a quien venderle la idea , póngala en práctica usted mismo: Thomas Adams trató de venderle la idea del chicle a una compañía importante, le dijeron que no, así que se la vendió a sí mismo, comenzó toda una nueva industria y cada uno de sus 4 hijos heredó una fortuna.

Persevere: Todos tienen una historia acerca de tener ideas para alguna inversión o algún invento, producto, servicio o una manera de ahorrar dinero, etc, pero nunca nadie hace nada con sus ideas, y otra persona se lleva el crédito y hace fortuna.

5. CONCLUSIONES

El trabajo de pasantía realizado en el Departamento de Planeación y Estudios Económicos de la Cámara de Comercio de Pasto permitió alcanzar diferentes cosas, en diferentes aspectos, es decir no solo los objetivos planteados y alcanzados, sino otras metas y desarrollo profesional como personal, una desarrollo integro como persona, de esta manera se puede decir:

- El trabajo de Empleo permitió conocer la situación real y entender el comportamiento del empleo en la ciudad, sus manifestaciones, las medidas que ha obligado a tomar a gobernantes, dirigentes y ante todo empresarios, es decir entender no solo causas sino consecuencias. Como economista que se es, debe existir claridad en cuanto a temas económicos se refiere, además debía manejarse estadísticas como soportes y de esa manera es importante partir de realidades para lograr supuestos.
- Otro punto importante es que permitió un análisis de la situación, de tal manera que permitió conseguir o buscar estrategias que podían generar empleo, es decir buscar soluciones al problema, de esta manera poner en práctica teorías, teoremas, hipótesis y posiblemente generar leyes.
- El Diagnóstico del Sector Cárnico permitió conocer la situación real y entender el comportamiento de este sector en la ciudad, sus manifestaciones, las características que

lo definen. Igualmente como economista que se es, debe existir claridad en cuanto a temas económicos se refiere, además debía manejarse estadísticas como soportes y de esa manera es importante partir de realidades para lograr supuestos.

- Otro punto importante es que permitió un análisis de la situación para conseguir o buscar estrategias que generarían el desarrollo sector, es decir buscar soluciones a las deferentes debilidades, o al menos buscar alternativas que apacigüen esos defectos, de esta manera poner en práctica teorías, teoremas, hipótesis y posiblemente generar leyes. Esto se fundamenta en el Plan de Acción el cual es una propuesta de solución para fortalecer al sector.
- El Documento de la Monografía de la Ciudad de Pasto permitió conocer la situación de la ciudad en diferentes aspectos, no solo por la no existencia de documentos de este tipo sino por la información precedente en él, así se convierte en un medio importante y novedoso de divulgación de información, porque recopila la década de los noventa hasta los presentes días.
- Otras conclusión es que se logró estructurar informes o documentos que se encuentran disponibles a la comunidad, como herramientas útiles, o bien como recursos de información indispensables para la toma futura de decisiones, esto comprueba una dinámica que impresa expresa un hecho.

- Los trabajos complementarios que se realizaron como el diseño de la encuesta permitieron experimentarse en la formulación de preguntas, preguntas que debían ser concisas, claras, que llevarán a conocer una respuesta lógica, coherente y precisa para poderse tabular y graficar, como también permitir elaborar un análisis de la misma.

- Otro factor importante de las otras actividades anexas que se realizaron fue el manejo de personal. Como profesionales debemos estar dispuestos a interactuar con más personas, muchas veces tomar decisiones y saber delegarlas, por ello es importante desde ahora manejar grupos de personas, coordinar y supervisar. El cual implica desarrollo de la responsabilidad y seriedad, para ganar respeto y lograr los objetivos que se propone.

- Otro punto es el desarrollo del manejo de información estadística, la cual no solo es procesar, sino que el tabular y realizar cuadros y gráficos es la base fundamental para realizar análisis, debían por ende ser claros, específicos y coherentes. Debían ser capaces de expresar lo suficiente sin ni siquiera agregarle alguna palabra. Cuadros y gráficos que llevaron a expresar muchas cosas.

- El formar parte de una mesa de trabajo, permitió coordinar pensamientos, el saber escuchar, el hablar, el opinar con bases, el entender otros puntos de vista y ante todo trabajar en equipo donde cada resultado y cada parte debe responder al nivel para lograr lo esperado.

- Las capacitaciones a las cuales se asistieron permitieron fortalecer conocimientos y adquirir nuevos, los cuales ampliaron el margen de conocimientos adquiridos durante la universidad.

- La razón de proponer un Banco de Programas y Proyectos lleva como profesional a encontrar fuentes para proponer alternativas de crecimiento y desarrollo, las cuales no solo logran generar recursos para proyectos sino que llevarán a lograr un desarrollo regional que involucra la parte social y económica.

- Las capacitaciones en sí requirieron preparación y estudios, de esta manera el hecho de encaminar una llevaba a prepararse y estar en una continúa capacitación, manejando no solo la palabra sino el conocimiento, la teoría e igualmente adquiriendo experiencia.

- Finalmente y según lo anterior y los trabajos que se han hecho permitieron tener claridad en que un trabajo no se hace solo, necesita de opiniones, del esfuerzo de otras personas, en este caso para el desarrollo de la Monografía del Municipio de Pasto era necesario el trabajo interinstitucional, el cual se basó en la solicitud y entrega oportuna de información que se trabajó y por la colaboración y esfuerzo de otras entidades que se comprometieron con nuestros objetivos y metas, se logro desarrollar un trabajo completo llenando las expectativas que se tenían.

BIBLIOGRAFIA

ANKER, Richard. "*La segregación profesional entre hombres y mujeres*". Repaso de las Teorías. En: Revista Internacional del Trabajo. Volumen 116. No. 3. Ginebra, 1997. p. 8

CÁMARA DE COMERCIO DE PASTO. Departamentos: Planeación y Estudios Económicos, Registro, CID (Centro de Información y Documentación). San Juan de Pasto.

CONFECÁMARAS, CÁMARA DE COMERCIO DE PASTO, DANE y la REPÚBLICA DE COLOMBIA. Monografía del Municipio de Pasto. 4ta Edición. San Juan de Pasto, 1984. 78 p.

CONTACTAR. Caracterización del Microempresario en Pasto. Formas Asociativas De Trabajo. San Juan de Pasto, 1993. 87 p.

DANE. Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Oficina de Planeación. San Juan de Pasto.

DIAZ DEL CASTILLO, Emiliano. Conmemoración a los 450 años de Pasto. 3ra Edición. San Juan de Pasto : Siglo XXI, 1987. 110 p.

DRUCKER, Peter. La Sociedad Postcapitalista. Santafé de Bogotá : Norma, 1992. p. 23.

DUEÑAS, José Vicente. “Nariño 93 años, Sinopsis Histórica, Geográfica, Económica y Social del Departamento de Nariño.” San Juan de Pasto, 1996. 98 p.

ESPINAL, Carlos Federico. Director Convenio de Competitividad del Sector. IICA. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Acuerdo de Competitividad de la Cadena Agroalimentaria de la Papa. Colección Documentos IICA Serie Competitividad No. 14. Bogotá : Tercer Mundo, 1997. 82 p.

FEDEGAN. El Mercado Urbano de la Carne. Cega No. 3. Santafe de Bogotá : San Martín Obregón & Cía, Mayo de 1999. 40 p.

----- La Estructura de Comercialización y Sacrificio del Ganado Gordo en Colombia. Cega No. 1. Santafe de Bogotá : San Martín Obregón & Cía, 1999. 63 p.

FENALCO. En: Revista Bitácora Económica: “*Subiendo La Cuesta*”. Marzo de 2002, “*Reactivación Bajo Sospecha*”. Abril de 2002, “*En Abril Mejoró la Situación*”. Mayo de 2002, “*El Efecto Uribe*”. Junio de 2002, “*El Clima de los Negocios*”. Julio 2002, “*Difícil, pero positivo*”. Agosto de 2002.

GUILLERMO Narváez y GERARDO Dulce H. “El Municipio de Pasto. Estudios Sociales”. San Juan de Pasto, 1985. 54 p.

IICA. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Acuerdo de Competitividad de la Cadena Láctea Colombiana. Colección IICA Serie Competitividad No. 12. Santafé de Bogotá : Tercer Mundo, 1997. 69 p.

JACKSON, Terence. Evaluación del Desempeño. Santafé de Bogotá : Legis, 1992. p. 9.

LEE, Eddy. *"Mundialización y empleo: ¿Se justifican los Temores?"*. En: Revista Internacional del Trabajo. Vol. 115. p. 10.

<http://www.oit.org/public/spanish/180revue/articles/lee.htm>.

ZARAUZ SUAREZ, Luis. *III Diálogo para el Desarrollo y Lucha contra la Pobreza.* Estrategias para crear oportunidades de empleo. Arequipa, Noviembre 2000. 38 p.

MACMILLAN y ST. PRESS, Martín. *"Ensayo: ¿El Final del Trabajo?"*. Trabajo. Núm. 31. Septiembre / Octubre de 1999.

<http://www.oit.org/public/spanish/bureau/inf/magazine/31/essay.htm>.

PALTRINIERI, Gaetano Dott. Profesor. Manuales para Educación Agropecuaria. Taller de Carne de Industria Rurales. 2da. Edición. México : Trillas, 1981. 46 p.

SANZ PEREZ, Bernabé. (Director del Departamento de Microbiología de la Facultad de Veterinaria de la Universidad Complutense de Madrid). Fundamento de Ciencia de la Carne. Zaragoza (España) : Acribia, 1975. 52 p.

SENA. Servicio Nacional de Aprendizaje. Oficina de Planeación. San Juan de Pasto.

TELLO FERNÁNDEZ, Hernán, LIMACHI HUALLPA Luis. *III Foro Pobreza: Generación de Empleo e Ingresos.* IIAP. Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana. Acuerdo IIAP-SADE/PNUD. Iquitos, Septiembre de 2000. 25 p.

UNIVERSIDAD DE NARIÑO. Departamento de Planeación. San Juan de Pasto.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. Sistema Banco de Proyectos. Oficina Nacional de Planeación. Documento y Formato MS – Word (formato_bpun.zip – 254 KB). Documento Institucional y Bases para su Operación. Santafe de Bogotá, 1997.

ZAIAT, Alfredo. Reportaje a Alfredo Monza. *"El trabajo en el mundo. El fin puede esperar"*. Diario Página/12 (Argentina).

<http://www.sht.com.ar/mundo.htm>.



ANEXO A

ENCUESTA DE OPINIÓN LABORAL

2002

NOMBRE REPRESENTANTE INSTITUCIÓN: _____

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN: _____

1. Cómo consideraría usted fue la situación económica entre los meses de Enero a Diciembre del 2001: • Buena _____ • Regular _____ • Mala _____

2. Existen diferentes factores que han contribuido en el incremento del desempleo en la ciudad de Pasto, clasifique los siguientes factores en orden de importancia de 1 a 12, (considerando 1 como el factor más importante), según su criterio:

- Bloqueo de las Vías _____, • Migración _____, • Cambios Climáticos _____,
- Altas tasas de Interés _____, • Inseguridad _____, • Situación Social _____,
- Inestabilidad Política y Económica _____, • Cambio Tecnológico _____,
- Contrabando _____, • Inestabilidad Política de los Países Vecinos _____,
- Medidas tomadas por EE.UU. contra el terrorismo _____,
- Otros, Cuáles? _____

3. Frente a la situación económica antes mencionada, que medidas ha adoptado usted frente al manejo del personal:

- Despidos _____ ° Contratos Temporales _____
- Licencias no Remuneradas _____ ° Reducción de Turnos _____
- Vacaciones _____ ° Reestructuración Organizacional _____
- Reingeniería _____ ° Nivel salarial _____
- Contratos Ocasionales _____ ° Disminución de Subsidios _____
- Disolución de Horas Extras _____ ° Eliminación de Capacitaciones _____
- Disminución Aportes de Prima, Cesantía, Salud, Transporte. _____
- Otro, Cuál? _____

4. Al momento de contratar mano de obra para su Empresa, cuáles considera usted han sido los problemas más frecuentes para conseguir la mano de obra adecuada con el perfil requerido:

- * Escasez de Mano de Obra Calificada _____ * Edad de Trabajador _____
- * Falta de Experiencia _____ * Adaptación al Trabajo _____

* Dificultad de Expresión y Desarrollo _____ * Falta de Compromiso y Ética _____
* El Género del Trabajador _____ * Otros, Cuáles _____

5. De acuerdo a su experiencia y conocimiento, que oficios o profesiones relacionados con la actividad de su empresa, considera usted que tienen mayores dificultades para conseguir trabajo?:

1. _____ 2. _____
3. _____ 4. _____

6. Según lo anterior, porqué considera usted que estos oficios o profesiones presentan problemas de vinculación laboral?

1. Baja Capacidad de Absorción de Profesionales _____
2. Fuerte Competencia Profesional _____
3. Calificación Inadecuada de Profesionales _____
4. Otros, Cuáles? _____

7. Cuáles considera usted como principales canales de búsqueda por parte del Empresario para contratar mano de obra:

DIRECTIVOS

Referencias _____
Avisos Clasificados _____
Empresas de Servicios Temporales _____
Centro Información para Empleo Sena _____
Otros, Cuáles? _____

PROFESIONALES

Referencias _____
Avisos Clasificados _____
Empresas de Servicios Temporales _____
Centro Información para Empleo Sena _____
Otros, Cuáles? _____

TÉCNICOS

Referencias _____
Avisos Clasificados _____
Empresas de Servicios Temporales _____
Centro Información para Empleo Sena _____
Otros, Cuáles? _____

TECNÓLOGOS

Referencias _____
Avisos Clasificados _____
Empresas de Servicios Temporales _____
Centro Información para Empleo Sena _____
Otros, Cuáles? _____

BACHILLERES

Referencias _____
Avisos Clasificados _____
Empresas de Servicios Temporales _____
Centro Información para Empleo Sena _____
Otros, Cuáles? _____

TRABAJADORES DE OFICIO

Referencias _____
Avisos Clasificados _____
Empresas de Servicios Temporales _____
Centro Información para Empleo Sena _____
Otros, Cuáles? _____

8. Considera usted que la Micro y Pequeña Empresa, han sido solución para la generación de empleo, en la actual coyuntura de recesión: SI _____ NO _____

9. Existen diferentes problemas que han afectado a las Empresas en la generación de empleo, cuáles consideraría usted como principales?

- ♣ Falta de Crédito _____
- ♣ Tasas de Interés Altas _____
- ♣ Falta de Tecnología _____
- ♣ Incertidumbre _____
- ♣ Baja Productividad _____
- ♣ Desconocimiento de Costos Reales _____
- ♣ Falta de Asesoramiento _____
- ♣ Otro, Cuál? _____

10. Principales fortalezas que tienen las Empresas para generar empleo:

- ∞ Capacidad de Adaptación _____
- ∞ Inventarios _____
- ∞ Otros, Cuáles? _____
- ∞ Calidad de los Productos _____
- ∞ Voluntad de mantenerse en el mercado _____

11. Cómo considera usted que fueron las expectativas de trabajo para los siguientes grupos de personas:

	BUENA	REGULAR	MALA
Universitarios			
Tecnólogos			
Técnicos			
Bachilleres			
Sin Estudios			

12. Considera usted que la situación laboral de los trabajadores en la ciudad :

⇒ Mejoró _____ ⇒ Desmejoró _____ ⇒ Sigue Igual _____

13. Considera usted que la estabilidad laboral de los trabajadores:

⇒ Mejoró _____ ⇒ Desmejoró _____ ⇒ Sigue Igual _____

14. El Nivel de los Salarios en su Empresa:

Aumento _____ Se Mantuvo _____ Disminuyó _____

15. El Nivel de los Salarios es un factor determinante dentro de toda Empresa, considera que el nivel de los salarios dentro de las Empresas fue:

- Igual al índice de Inflación _____
- Igual al Mínimo _____
- Otro, Cuál? _____
- Por Debajo _____
- Por Encima _____

16. Qué solicitudes en materia económica han hecho los trabajadores a raíz de la situación económica actual (Califique de 1 a 3, siendo 1 la más importante):

∂ Vacaciones ___ ∂ Salarios Anticipados ___ ∂ Préstamos ___ ∂ Otros, Cuáles _____

17. De las siguientes fortalezas cuáles considera usted posee la mano de obra de la ciudad de Pasto (Califique de 1 a 3, siendo 1 la más importante):

▲ Responsabilidad ___ ▲ Creatividad ___ ▲ Honradez ___ ▲ Cumplimiento ___
▲ Dedicación ___ ▲ Compromiso ___ ▲ Otra, Cuál? _____

18. De las siguientes debilidades cuáles considera usted posee la mano de obra de la ciudad de Pasto (Califique de 1 a 3, siendo 1 la más importante):

▼ Falta de Calificación ___ ▼ Incumplimiento ___ ▼ Conformidad ___ ▼ Timidez ___
▼ Falta de Trabajo en Equipo ___ ▼ Falta de Iniciativa ___ ▼ Otra, Cuál? _____

19. Qué cursos de formación para sus empleados desearía que se organicen (En orden de importancia):

1. _____ 2. _____
3. _____ 4. _____

20. Este año, considera usted que la contratación de mano de obra va a:

Aumentar _____ Disminuir _____ Seguirá Igual _____

21. Cuáles considera usted podrían ser las políticas, estrategias o acciones que se deben emprender para la generación de empleo en la ciudad de Pasto? (Priorice).

- | | |
|-----------------------------------------|------------------------------------------------|
| ✓ Educación _____ | ✓ Cadenas Productivas _____ |
| ✓ Procesos de Competitividad _____ | ✓ Estimulo a las Exportaciones _____ |
| ✓ Inversión Pública _____ | ✓ Asesoramiento Eficiente _____ |
| ✓ Calificación de la Mano de Obra _____ | ✓ Sistemas de Costos dirigido a Empresas _____ |
| ✓ Agro industrializar _____ | ✓ Generar Compromiso _____ |
| ✓ Alianzas Estratégicas _____ | ✓ Espacios de Estudio _____ |
| ✓ Acciones Interinstitucionales _____ | ✓ Generar Ventajas Competitivas _____ |
| ✓ Aplicar Proyectos de Desarrollo _____ | ✓ Otros, Cuáles? _____ |

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO B



ENCUESTA PARA EMPRESARIOS DEL SECTOR CARNICO DIRIGO A EXPENDIOS

OBJETIVO: Realizar diagnóstico de la situación del sector cárnico del Municipio de Pasto.

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Nombre del Establecimiento: _____

Nombre del Empresario: _____

Dirección: _____ Teléfono: _____

1.1. Tiempo de Funcionamiento (años, meses, días): _____

1.2. Tipo de Negocio: Empresa Unipersonal __ Sociedad Comandita __ Sociedad Anónima __
Persona Natural __ Sociedad Limitada __ Otro, Cuál? _____

1.3. Las Instalaciones son: Propias _____ Arrendadas _____ Anticresadas _____

1.4. La actividad de su negocio se enfoca a (Si o No):

1.4.1. Producir alimentos cárnicos _____

1.4.2. Producir y distribuir productos cárnicos _____

1.4.3. Vender alimentos cárnicos _____

II. AREA EMPRESARIAL:

Responda afirmativa o negativamente según elementos corporativos que se manejen dentro de su negocio, teniendo en cuenta las siguientes afirmaciones:

No.	Ítem	SI	NO
1	Su negocio tiene nombre comercial		
2	Su negocio se preocupa por su imagen corporativa (logotipo)		
3	Su negocio conoce y ha desarrollado alguna estrategia de negocios		
4	Su negocio conoce sus Fortalezas y Debilidades		
5	Su negocio conoce sus Amenazas y Oportunidades		
6	Su negocio ha realizado algún proceso de planeación.		
7	Su negocio conoce y ha desarrollado normas de calidad e higiene.		
8	Su negocio conoce y ha desarrollado normas ambientales.		
9	Su negocio conoce y ha desarrollado condiciones mínimas de salubridad		
10	Su negocio maneja sistema de contabilidad		
11	Su negocio maneja sistema de costos		

III. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVA:

3.1. Informe de Personal:

Cargo	No. de Trabajadores	Salario (Promedio)	Tipo de Contrato	Forma de Pago	Empleado es particular o familiar
		\$			
		\$			
		\$			

3.2. Ha recibido algún tipo de capacitación usted o el personal : Si ___ No ___
En qué área? _____

3.3. La frecuencia con que se realiza la capacitación es: Semanal ___ Mensual ___
Trimestral ___ Semestral ___ Anual ___ Otro, cuál? _____

3.4. Desearía recibir cursos de capacitación en: Administración de negocios ___
Mercadeo ___ Relaciones Humanas ___ Salud Ocupacional ___ Atención al
Cliente ___ Motivación Personal ___ Otros, Cuáles? _____

IV. ADECUACIÓN DEL LOCAL:

4.1. Cuenta con zona de almacenamiento o bodega: SI ___ NO ___

4.2. En su negocio utiliza algún sistema de refrigeración? Si ___ No ___
este es: Permanente (24 h) ___ Mixto (día colgado y noche refrigerado) ___

4.3. Que productos se almacenan: Visceras ___ Retazos ___ Grasas ___ Carne de Res ___ Carne de
Cerdo ___ Carne Condimentada ___ Producto Terminado ___ Pescado ___ Pollo ___ Otros, Cuáles? ___

4.4. Considera que la iluminación es la adecuada para realizar su proceso productivo?
 SI ___ NO ___ Porque? _____

4.5. De las siguientes áreas, cuales dispone dentro de su negocio?

1.	Área de recepción y pesaje.		4.	Área de Empaque	
2.	Área de almacenamiento.		5.	Área de exhibición y ventas	
3.	Área de deshuese y desposte.		6.	Otro, Cuál?	

V. MATERIA PRIMA:

5.1. Determine la materia prima que consume (priorice):

Tipo	Cantidad Consumida Mensual	Origen
1. Carne de Res		
2. Carne de Cerdo		
3. Viseras		
4. Embutidos		
5. Pollo		
6. Pescado		
7. Otros?		

5.2. De donde provienen las materias primas que expende? _____

5.3. Cómo es su sistema de compra o de abastecimiento? Compra directamente ___ Lo recibe arrobado a los mayoristas ___ Lo transporta de otras ciudades _____

5.4. En que medio de transporte llega la materia prima a su establecimiento? _____

5.5. Son proveedores son: Fijos ___ Variable ___ Otro, cuál? _____

5.6. Califique de 1 a 5 (siendo 5 la mejor) la calidad de la materia prima: _____

5.7. El sistema de pago de la materia prima es a: Crédito ___ Contado ___

VI. ASPECTOS TECNOLÓGICOS:

6.1. Describa los equipos y maquinaria utilizada en su expendio (priorice 5):

Nombre Maquinaria y equipo	Antigüedad de la Maquinaria (Años)	Estado de la Maquinaria (A)	Origen de la Maquinaria (B)	Costo	Capacidad	Mantenimientos (C)
1.						
2.						
3.						

(A). Pésimo (1), Deficiente (2), Regular (3), Bueno (4), Excelente (5).

(B). Nacional (1), Importada (2), Tecnología Propia (3).

(C). Diario (1), Semanal (2), Mensual (3), Trimestral (4), Semestral (5), Anual (6), Otro (7).

6.2. Cuáles son los principales problemas para adquirir esta maquinaria? (enumere los 3 más importantes). 1. _____ 2. _____ 3. _____

6.3. Cuáles son los principales problemas para manejar esa maquinaria y equipos? (enumere los 3 más importantes). 1. _____ 2. _____ 3. _____

6.4. Marque con una X, las herramientas que se manejan dentro de su negocio:

Instrumento	SI		SI
1. Mesa para despiece y procesamiento.		2. Cuerpo (moldes)	
3. Tajo cuadrado de madera.		4. Cámara de ahumado y secado.	
5. Carro para traslado de carne.		6. Cuchillo pelador.	
7. Hacha.		8. Cuchillo cortador.	
9. Barra de acero (limar). (chaira)		10. Cuchillo para carnicero.	
11. Roedor de huesos.		12. Cuchillo picador.	
13. Otros, cuáles?			

VII. PRODUCCIÓN:

7.1. Qué productos fabrica o comercializa? _____

7.2. Cuánto produce o vende mensualmente? En cantidad (kilos) _____

7.3. Que problemas tiene en su empresa para realizar su actividad? (3 principales).

1. _____ 2. _____ 3. _____

7.4. La producción la hace por: Pedido _____ Inventario _____

7.5. Desarrolla nuevos productos? Si _____ No _____

7.6. Identifique tres fortalezas y tres debilidades del proceso productivo o comercialización (Priorice)

Fortalezas

▲ _____
 ▲ _____
 ▲ _____

Debilidades

▼ _____
 ▼ _____
 ▼ _____

VIII. COMERCIALIZACIÓN Y MERCADEO:

8.1. El mercado de su producto es: Local__ Regional__ Nacional__ Internacional__

8.2. ¿Qué canales de distribución utiliza? Vía directa al consumidor__ Almacenes __ Intermediarios __

8.3. Cuenta con servicio de transporte para la entrega de sus productos? SI__ NO__
 Cuál? _____

8.4. Sus ventas las realiza: Contado__ Crédito__

8.5. Qué estrategias de mercadeo emplea? Promoción__ Publicidad__ Impulsadoras__

Otro, Cuál? _____

8.6. Cómo califica sus productos frente a la competencia, (de 1 a 5: siendo 5 el mayor y 1 el menor desempeño), de acuerdo a:

1. Precio	1	2	3	4	5
2. Calidad del producto	1	2	3	4	5
3. Marca	1	2	3	4	5
4. Empaque	1	2	3	4	5
5. Promoción	1	2	3	4	5
6. Distribución	1	2	3	4	5
7. Servicio	1	2	3	4	5
8. Entrega	1	2	3	4	5
9. Otro, Cuál?	1	2	3	4	5

IX. RENTABILIDAD:

9.1. Complete el siguiente cuadro determinando el costo de adquisición o producción y el precio de venta de los 5 productos que más se venden en el mercado (por Kilo):

Producto	Costo	Precio de Venta
1.	\$	\$
2.	\$	\$
3.	\$	\$
4.	\$	\$
5.	\$	\$

9.2. Qué problemas afectan su rentabilidad? (los tres principales).

1. _____ 2. _____ 3. _____

X. FUENTES DE FINANCIAMIENTO:

10.1. Las fuentes de financiamiento son: Propias _____ Externas _____

10.2. De fuentes externas, prefiere: Crédito Bancario _____ Crédito Particular _____ Otros _____

10.3. Las principales dificultades para acceder al financiamiento son? (califique de 1 a 4, siendo 3 el más importante y 1 el menos importante). Intereses _____ Plazos _____ Garantías _____ Otro, Cuál? _____

XI. IMPACTO AMBIENTAL:

11.1. Qué tipos de residuos genera durante la producción) (los tres más importantes):

1. _____
 2. _____
 3. _____

- 11.2. Cuál es el destino de esos residuos? _____
- 11.3. Controla el proceso para evitar al máximo generación de residuos? SI ____ NO ____
 Qué hace? _____

OBSERVACIONES _____

NOMBRE DEL ENCUESTADOR: _____
 FECHA: _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO C



ENCUESTA PARA EMPRESARIOS DEL SECTOR CARNICO DIRIGO A EMPRESARIOS

OBJETIVO: Realizar diagnóstico de la situación del sector cárnico del Municipio de Pasto.

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Nombre del Establecimiento: _____
 Nombre del Empresario: _____
 Dirección: _____ Teléfono: _____

- 1.1. Tiempo de Funcionamiento (años, meses, días): _____
- 1.2. Tipo de Empresa: Empresa Unipersonal ____ Sociedad Comandita ____ Sociedad Anónima ____ Persona Natural ____ Otro, cuál? _____
- 1.3. Las Instalaciones son: Propias ____ Arrendadas ____ Anticresadas ____
- 1.4. La actividad de su empresa se enfoca a:
- 1.4.1. Producir alimentos cárnicos _____
 - 1.4.2. Producir y distribuir productos cárnicos _____
 - 1.4.3. Vender alimentos cárnicos _____

II. AREA EMPRESARIAL:

Responda afirmativa o negativamente según elementos corporativos que se manejen dentro de su empresa, teniendo en cuenta las siguientes afirmaciones:

No.	Ítem	SI	NO
1	Su empresa tiene nombre comercial		
2	Su empresa se preocupa por su imagen corporativa (logotipo)		
3	Su empresa conoce y ha desarrollado alguna estrategia de negocios		
4	Su empresa conoce sus Fortalezas y Debilidades		
5	Su empresa conoce sus Amenazas y Oportunidades		
6	Su empresa ha realizado algún proceso de planeación.		
7	Su empresa conoce y ha desarrollado normas de calidad e higiene.		
8	Su empresa conoce y ha desarrollado normas ambientales.		
9	Su empresa conoce y ha desarrollado condiciones mínimas de salubridad		
10	Su empresa maneja sistema de contabilidad		
11	Su empresa maneja sistema de costos		

III. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVA:

3.1. Informe de Personal:

Tipo	Número de Trabajadores	Salario (Promedio)
Área Administrativa		\$
Área Productiva		\$
Área Comercial		\$

3.2. Modalidad de Contrato: indique la cantidad o número de trabajadores según la modalidad de contrato que se maneje o que se convino con ellos.

Cargo	Término Indefinido	Termino Definido (<= a 1 año)	Destajo	Por Honorarios	Por Empresas Temporales	Otros, Cuáles?

3.3. Indique el número de obreros, empleados y administrativos según sexo y escolaridad, además califique su desempeño, de 1 a 3 siendo: 1. Deficiente, 2. Bueno y 3. Excelente.

Cargo	Sexo		Nivel de Escolaridad					Calificación		
	Masculino	Femenino	Primaria	Bachiller	Técnico o Tecnólogo	Profesional	Especialista	1	2	3

3.4. Capacitación del personal:

- 3.4.1. Se dirige especialmente al Área: Administrativa__ Productiva__ Comercial__
- 3.4.2. La frecuencia con que se realiza la capacitación es: Semanal__ Mensual__
Trimestral__ Semestral__ Anual__ Otro, cuál? _____
- 3.4.3. Cuales de los siguientes cursos se realiza: Cursos de Actualización__
Mercadeo__ Sistemas__ Formación Básica Profesional__ Relaciones Humanas__
Salud Ocupacional__ Áreas Técnicas__ Atención al Cliente__ Motivación
Personal__ Otros, cuáles? _____

IV. PLANTA FÍSICA:

- 4.1. Cuenta con zona de almacenamiento: SI__ NO__
- 4.2. Que tanto se almacena: Vísceras__ Despojos__ Carne Desgrasada__ Carne
Destazada__ Sangre__ Carne sometida al curado__ producto terminado__ Otros,
Cuáles? _____
- 4.3. Considera que la iluminación es la adecuada para realizar su proceso productivo?
SI__ NO__
- 4.4. Utiliza: Luz natural__ o Luz eléctrica__ Otra, cual? _____
- 4.5. De las siguientes áreas, cuales dispone dentro de su empresa?

1.	Corral de ayuno, pesado y lavado.	8.	Almacén de producto terminado	
2.	Sala de matanza	9.	Laboratorio de control de calidad	
3.	Cuarto de curado	10.	Cubículo para herramientas y repuestos	
4.	Cuarto de maduración	11.	Local para personal	
5.	Cuarto de secado	12.	Almacén de ingredientes	
6.	Sala de elaboración	13.	Cuarto de caldera y calentamiento	
7.	Cuarto de refrigeración	14.	Mostrador	
Otros, Cuáles?				

V. MATERIA PRIMA:

- 5.1. Determine la materia prima que consume (priorice):

Tipo	Cantidad Consumida Mensual	Precio de la Cantidad
1.		
2.		
3.		
4.		

- 5.2. Qué insumos utiliza en el proceso de transformación? _____
- 5.3. De donde provienen las materias primas que consume? _____
- 5.4. En que medio de transporte llega la materia prima a su establecimiento? _____
- 5.5. Son proveedores son: Fijos__ Variable__ Otro, cuál? _____
- 5.6. La Calidad de la materia prima es: Excelente__ Buena__ Deficiente__

5.7. Realiza algún tipo de pretratamiento a la materia prima antes del proceso de producción o venta: Si ____ No ____ En que consiste? _____

VI. ASPECTOS TECNOLÓGICOS:

6.1. Describa la maquinaria utilizada en los procesos de producción (priorice 3):

Nombre Maquinaria y equipo	Propiedad de la Maquinaria (A)	Clase de Tecnología (B)	Antigüedad de la Maquinaria (Años)	Estado de la Maquinaria (C)	Origen de la Maquinaria (D)	Co sto	Capa cidad	Nó. Opera rios	Manteni mientos (E)
1.									
2.									
3.									

(A). Propia (1), Alquilada (2), Leasing (3), prestada (4), otro (5).

(B). Manual (1), Eléctrica (2), Electromecánica (3), Mecánica (4), Control Numérico (5), Automática (6), Semiautomática (7). Mixta (8).

(C). Pésimo (1), Deficiente (2), Regular (3), Bueno (4), Excelente (5).

(D). Nacional (1), Importada (2), Tecnología Propia (3).

(E). Diario(1), Semanal(2), Mensual(3), Trimestral(4), Semestral(5), Anual(6), Otro(7).

6.2. Cuáles son los principales problemas para adquirir esta maquinaria? (enumere los 3 más importantes). 1. _____ 2. _____ 3. _____

6.3. Cuáles son los principales problemas para manejar esa maquinaria y equipos? (enumere los 3 más importantes). 1. _____ 2. _____ 3. _____

6.4. Marque con una X, los instrumentos que se manejan dentro de su empresa:

Instrumento	SI		SI
1. Báscula plataforma para pesado en vivo.		21. Prensa manual.	
2. Trampa de sujeción en sala de matanza.		22. Cámara de ahumado y secado.	
3. Pinza para aturdimiento.		23. Cuchillo pelador.	
4. Garrucha para levantamiento.		24. Cuchillo cortador.	
5. Monorriel para transporte del animal.		25. Cuchillo para carnicero.	
6. Mesa de Pelado.		26. Cuchillo picador.	
7. Dispositivo abridor de patas.		27. Roedor de huesos.	
8. Sierra eléctrica.		28. Cuchilla.	
9. Mesa para despiece y procesamiento.		29. Hacha.	
10. Tajo cuadrado de madera.		30. Barra de acero (limar).	
11. Báscula de piso.		31. Sierra de acero.	
12. Molino triturador.		32. Sierra de hasta	
13. Máquina mezcladora.		33. Tenedor	
14. Máquina embutidora.		34. Cucharón.	
15. Estufones con tina.		35. Molde rectangular.	

16. Prensa para extracción de manteca.		36. Molde para jamones	
17. Carro para traslado de carne.		37. Cuerpo (moldes)	
18. Cerrador Manual.		38. Jeringa manual.	
19. Autoclave de esterilizante.		39. Jeringa (1 o 3 agujas).	
20. Túnel de preesterilizante.		40. Otros, cuáles?	

VII. PRODUCCIÓN:

7.1. Qué productos fabrica o comercializa? _____

7.2. Cuánto produce o vende mensualmente? En cantidad _____ y en Pesos \$ _____

7.3. Que problemas tiene en su empresa para realizar su producción? (3 principales).

1. _____ 2. _____ 3. _____

7.4. La producción la hace por: Pedido ____ Inventario ____

7.5. Desarrolla nuevos productos? Si ____ No ____

7.6. Que actividad realiza para la innovación y desarrollo de nuevos productos?

7.6.1. Posee su propio laboratorio de investigación _____

7.6.2. Compra prototipos de productos elaborados _____

7.6.3. Copia productos ya elaborados por otros _____

7.6.4. Otro,Cuál? _____

7.7. Identifique tres fortalezas y tres debilidades del proceso productivo o comercialización (Priorice)

Fortalezas

▲ _____
 ▲ _____
 ▲ _____

Debilidades

▼ _____
 ▼ _____
 ▼ _____

VIII. COMERCIALIZACIÓN Y MERCADEO:

8.1. El mercado de su producto es: Local ____ Regional ____ Nacional ____ Internacional ____

8.2. ¿Qué canales de distribución utiliza? Vía directa consumidor ____ Almacenes ____
 Intermediarios ____

8.3. Cuenta con servicio de transporte para la entrega de sus productos? SI ____ NO ____

8.4. Sus ventas las realiza: Contado ____ Crédito ____

8.5. Qué estrategias de mercadeo emplea? Promoción ____ Publicidad ____
 Impulsadoras ____ Otro,Cuál? _____

8.6. Cómo califica sus productos frente a la competencia, (de 1 a 5: siendo 5 el mayor y 1 el menor desempeño), de acuerdo a:

1. Precio	1	2	3	4	5
2. Calidad del producto	1	2	3	4	5

3. Marca	1	2	3	4	5
4. Empaque	1	2	3	4	5
5. Promoción	1	2	3	4	5
6. Distribución	1	2	3	4	5
7. Servicio	1	2	3	4	5
8. Entrega	1	2	3	4	5
9. Otro, Cuál?	1	2	3	4	5

IX. RENTABILIDAD:

9.1. Complete el siguiente cuadro determinando el costo de adquisición o producción y el precio de venta de los 5 productos que más se venden en el mercado (por Kilo):

Producto	Costo de Producción	Precio de Venta
1.	\$	\$
2.	\$	\$
3.	\$	\$
4.	\$	\$
5.	\$	\$

9.2. Qué problemas afectan su rentabilidad? (los tres principales).

1. _____
2. _____
3. _____

X. FUENTES DE FINANCIAMIENTO:

10.1. Las fuentes de financiamiento son: Propias ___ Externas ___

10.2. De las fuentes externas, prefiere: Crédito Bancario ___ Crédito Particular ___ Otros ___

10.3. Las principales dificultades para acceder al financiamiento son? (califique de 1 a 4, siendo 3 el más importante y 1 el menos importante). Intereses _____ Plazos _____ Garantías _____ Otro, Cuál? _____

XI. IMPACTO AMBIENTAL:

11.1. Qué tipos de residuos genera durante la producción) (los tres más importantes):

1. _____
2. _____
3. _____

11.2.Cuál es el destino de esos residuos? _____

11.3. Controla el proceso para evitar al máximo la generación de residuos? SI ___ NO ___ Qué hace? _____

OBSERVACIONES _____

NOMBRE DEL ENCUESTADOR: _____
FECHA: _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



ANEXO D

ENCUESTA DE COMPORTAMIENTO ECONÓMICO Y OPINIÓN COMERCIAL

OBJETIVO: Señor empresario, la Cámara de Comercio desea conocer su opinión respecto al comportamiento económico de la ciudad en el primer semestre del año 2002 y las perspectivas para lo que resta del año, solicitamos su participación y colaboración porque detectando la problemática empresarial podemos mejorar el trabajo de gestión que viene desempeñando la institución y de esta forma, lograr el desarrollo empresarial de la región.

Nombre de la Empresa: _____
Nombre del Encuestado: _____
Actividad Principal de la Empresa: _____
Dirección _____ Teléfono: _____

1.El desempeño económico de su empresa en los seis primeros meses del año 2002 fue:
1.1. Bueno _____ 1.2. Regular _____ 1.3. Malo _____

2.Compare la anterior respuesta con el primer semestre del año anterior (señale una respuesta por año):

	2001	2002
2.1. Bueno	_____	Bueno _____
2.2. Regular	_____	Regular _____
2.3. Malo	_____	Malo _____

3. Qué factores positivos o negativos incidieron en el desarrollo de su empresa en el primer semestre del año 2002:

3.1. Positivos (en orden de importancia)

1. _____
2. _____
3. _____

3.2. Negativos (en orden de importancia)

1. _____
2. _____
3. _____

4. Señale como fueron sus ventas en el primer semestre del año 2002 y en qué proporción se dieron:

4.1. Incrementaron _____ Proporción _____%

4.1. Disminuyeron _____ Proporción _____%

5. En el primer trimestre del año, en su empresa fue necesario:

5.1. Contratar personal _____ Cuantos _____

5.2. Despedir personal _____ Cuantos _____

6. Si su empresa generó empleos en este primer semestre, cómo fue el tipo de contrato que se estableció?

6.1. Término Fijo ____ Por cuanto tiempo _____ 6.2. Término Indefinido ____

7. Si su empresa despidió empleados, qué causas lo motivaron a tomar esa decisión (en orden de importancia):

7.1. _____ 7.2. _____ 7.3. _____

8. Qué otras medidas ha adoptado usted frente al manejo del personal (tres más importantes):

8.1. _____ 8.2. _____ 8.3. _____

9. Que estrategias se implementaron en su empresa para mejorar su situación económica:

9.1. _____ 9.2. _____ 9.3. _____

10. Cómo considera usted va a incidir el nuevo gobierno en la actividad económica de la ciudad?

10.1. Positivamente: _____ porqué? _____

10.2. Negativamente _____ porqué? _____

11. Qué políticas gubernamentales, considera usted deben implementarse para mejorar la situación de las empresas:

11.1. _____ 11.2. _____ 11.3. _____

12. Cómo podría apoyar la Cámara de Comercio al desarrollo de sus actividades económicas:

12.1. Capacitaciones _____ En qué áreas _____

12.2. Asesoría _____ En qué áreas _____

12.3. Otras _____ Cuáles _____

13. Según su opinión cuál fue el sector que más se reactivo en el primer semestre del año? _____ Porqué _____

14. Considera usted que la dinámica empresarial en el resto del año en la ciudad de Pasto va a: Mejorar ___ Seguir igual___ Empeorar___ Será Incierta___

OBSERVACIONES: _____

Nombre del Encuestador: _____ Fecha: _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN