





**ESTUDIO ECONOMICO DE LAS MICROEMPRESAS PANADRAS Y  
CERRAJERAS DE LA CIUDAD DE IPIALES**

**LEANDRO ODISCEL VILLOTA MENA**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA DE ECONOMIA  
IPIALES  
2004**

**ESTUDIO ECONOMICO DE LAS MICROEMPRESAS PANADRAS Y  
CERRAJERAS DE LA CIUDAD DE IPIALES**

**LEANDRO ODISCEL VILLOTA MENA**

**Trabajo de grado para optar al título de economista**

**Asesor:**

**VICENTE FIGUEROA  
Economista**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA DE ECONOMIA  
IPIALES  
2004**

“Las ideas y conclusiones aportadas en la tesis de grado, son responsabilidad exclusiva del autor”.

Artículo 1 del acuerdo No. 324 de octubre 11 de 1.966, emanada del honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

**Nota de aceptación:**

---

---

---

---

---

---

---

Firma del Jurado

---

Firma del Jurado

---

Firma de asesor

San Juan de Pasto, agosto de 2004

## **AGRADECIMIENTOS**

Al Doctor Diego Bastidas, Secretario de Desarrollo Comunitario de la Alcaldía de Ipiales, a la trabajadora Social Maria Jair Obando, por colaborarme en el trabajo dentro de la institución, a Vicente Figueroa, por la voluntad desinteresada de asesorarme en el transcurso del trabajo, a Armando Paz, por el interés de coordinar, corregir y guiar el trabajo, contrastando la práctica con la academia, a mis compañeros de trabajo que con su apoyo y colaboración incondicional, lograron que la práctica profesional fuera más agradable e interesante.

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a esta sociedad utópica e irracional, que no hace más que subyugarse y ser genoflexos este sistema de inquisidores y verdejos que funcionan para el mercado externo dominante.

A Leandro Odisce Villota Mena, artífice idealista y un poco loco, que cree que el mundo puede dar un vuelco total, que la única forma es dejar el egoísmo y la falta de identidad que caracteriza a la cultura latinoamericana.

A los economistas buenos y a los malos, ya que los primeros son el foco que da luz, porque ellos vivieron y muriendo creando siempre algo nuevo, a los segundos, por ser el cristal que la refleja, que se jactan de conocimiento en su propia ignorancia.

A los nuevos economistas, que vislumbran un futuro incierto, que aun creen y están seguros que vale la pena estudiar economía.

Aunque se diga que la economía no te da para comer, pero que por lo menos sabes por que estas así



## CONTENIDO

	<b>pág.</b>
INTRODUCCIÓN	20
1. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA	22
1.1 MISION	22
1.2 VISION	22
1.3 CARGO DENTRO DE LA EMPRESA	23
1.4 FUNCIONES	23
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	24
3. FORMULACION DEL PROBLEMA	25
4. OBJETIVOS	26
4.1 OBJETIVO GENERAL	26
4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	26
5. JUSTIFICACION	27
6. MARCO REFERENCIAL	29
6.1 MARCO CONTEXTUAL	29
6.1.1 Localización geográfica.	29
6.1.2 Extensión	29
6.1.3 Limites.	29
6.1.4 Topografía.	29
6.1.5 Situación geográfica.	29
6.1.6 Situación astronómica.	29

6.2 MARCO CONCEPTUAL	29
6.3 MARCO LEGAL	31
6.4 MARCO TEORICO	34
7. ESTUDIO ECONOMICO DE LAS MICROEMPRESAS PANADERAS	43
7.1 MICROEMPRESAS PANADERAS FORMALES E INFORMALES	43
7.2 PROPIEDAD DEL SITIO DONDE REALIZA LA ACTIVIDAD ECONOMICA EL PANADERO	43
7.3 LABOR DEL MICROEMPRESARIO PANADERO	44
7.4 EDUCACION DEL MICROEMPRESARIO PANADERO	45
7.5 PRODUCCIÓN DE LAS MICROEMPRESA PANADERAS DE IPIALES	45
7.5.1 Orientación de la producción.	46
7.5.2. Variación de la producción en las panaderías.	47
7.5.3 Insumos y materias primas utilizadas en la producción.	47
7.6 EMPLEOS Y SALARIOS EN LA MICROEMPRESAS PANADERAS EN EL 2003	47
7.6.1 EMPLEO SEGÚN GENERO EN LAS PANADERIAS EN EL 2003	47
7.6.2 Salarios de los empleados en las panaderías	48
7.7 CAPACITACIÓN DE LOS EMPLEADOS PANADEROS	49
7.7.1 Áreas de capacitación.	49
7.8 FINANCIAMIENTO DE LA MICROEMPRESA PANADERA	49
7.8.1 Uso del crédito en la microempresa panadera.	50
7.8.2 Fuentes de financiamiento.	50
7.9 ABASTECIMIENTO Y DESTINO DE LAS MATERIAS PRIMAS, MERCADOS Y MERCADEO EN LAS PANADERIAS	51

7.9.1	Abastecimiento de materias primas.	51
7.9.2	Mercados de las microempresas panaderas.	51
7.9.3	Mercadeo en las microempresas panaderas	52
7.10	ASOCIACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS PANADERAS	53
8.	ESTUDIO ECONOMICO DE LAS MICROEMPRESAS CERRAJERAS	54
8.1	MICROEMPRESAS CERRAJERAS FORMALES E INFORMALES	54
8.2	PROPIEDAD DEL SITIO DONDE REALIZA LA ACTIVIDAD ECONOMICA EL CERRAJERO	55
8.3	LABOR DE LOS MICROEMPRESARIOS CERRAJEROS	55
8.4	EDUCACIÓN DEL MICROEMPRESARIO CERRAAJERO	56
8.5	PRODUCCIÓN DE LAS MICROEMPRESAS CERRAJERAS DE IPIALES	57
8.5.1	Orientación de la producción.	58
8.5.2	Variación de la producción en las cerrajerías.	58
8.5.3	Insumos y materias primas utilizadas en la producción.	59
8.6	EMPLEOS Y SALARIOS EN LAS MICROEMPRESAS CERRAJERAS	59
8.6.1	Empleos según género en las cerrajerías.	59
8.6.2	Salario de los empleados en las cerrajerías.	60
8.7	CAPACITACION DE LOS EMPLEADOS CERRAJEROS	61
8.7.1	Áreas de capacitación	61
8.8	FINANCIAMIENTO DE LA MICROEMPRESA CERRAJERA	61
8.8.1	Uso del crédito en la microempresa cerrajería.	61
8.8.2	Fuentes de financiamiento.	62
8.9	ABASTECIMIENTO DE MATERIAS PRIMAS, MERCADOS Y MERCADEO EN LAS CERRAJERIAS	62

8.9.1 Abastecimiento de materias primas.	62
8.9.2 Mercados de las microempresas cerrajeras.	63
8.9.3 Mercadeo en las microempresas cerrajeras.	63
8.10 ESTE SECTOR MICROEMPRESARIAL ESTA ASOCIADO	64
CONCLUSIONES	65
RECOMENDACIONES	67
BIBLIOGRAFIA	68
ANEXOS	70

## LISTA DE CUADROS

	<b>pág.</b>
<b>Cuadro 1.</b> Empresas registradas en la cámara de comercio por sectores	36
<b>Cuadro 2.</b> Nivel educativo del microempresario panadero	45
<b>Cuadro 3.</b> Producción de pan y galleta en Ipiales en el 2003	46
<b>Cuadro 4.</b> Forma de vender en las microempresas panaderas	47
<b>Cuadro 5.</b> Variación de la producción durante los últimos 5 años	47
<b>Cuadro 6.</b> Empleos según género en las panaderías	48
<b>Cuadro 7.</b> Salario de los empleados según genero	49
<b>Cuadro 8.</b> Áreas en las que se ha capacitado el personal panadero	49
<b>Cuadro 9.</b> Destinación del crédito	50
<b>Cuadro 10.</b> Principales fuentes de financiamiento del microempresario panadero	51
<b>Cuadro 11.</b> Procedencia de materias primas para las panaderías	51
<b>Cuadro 12.</b> Destino de la producción panadera	52
<b>Cuadro 13.</b> Estrategias de mercadeo utilizadas en las panaderías	52
<b>Cuadro 14.</b> Tipo de propiedad donde funciona la microempresa cerrajera	55
<b>Cuadro 15.</b> Nivel educativo del microempresario cerrajero	56
<b>Cuadro 16.</b> Producción de puertas y ventanas en el año 2003	58
<b>Cuadro 17.</b> Formas de vender en las microempresas cerrajeras	58
<b>Cuadro 18.</b> Variación de la producción durante los últimos 5 años	59
<b>Cuadro 19.</b> Empleo según genero en el 2003	60
<b>Cuadro 20.</b> Salario de los empleados según genero	60
<b>Cuadro 21.</b> Áreas en las que se ha capacitado el personal cerrajero	61
<b>Cuadro 22.</b> Destinación del crédito	62
<b>Cuadro 23.</b> Principales fuentes de financiamiento del microempresario cerrajero	62
<b>Cuadro 24.</b> Procedencia de las materias primas para las cerrajerías	63

## LISTA DE FIGURAS

	<b>pág.</b>
<b>Figura 1</b> Microempresas registradas en la cámara de comercio	43
<b>Figura 2</b> Tipo de propiedad donde funcionan las microempresas panaderas	44
<b>Figura 3.</b> Actividades que realiza el propietario dentro de su microempresa	44
<b>Figura 4.</b> Solicitud de crédito	50
<b>Figura 5</b> Microempresas cerrajeras registradas en la cámara de comercio	54
<b>Figura 6</b> Actividad que realiza el cerrajero dentro de su microempresa	56
<b>Figura 7.</b> Destino de la producción cerrajera	63
<b>Figura 8.</b> Estrategias de mercadeo	64

## **LITA DE ANEXOS**

	<b>pág.</b>
<b>Anexo A.</b> Encuesta a la microempresa panadera y cerrajera año 2003	71
<b>Anexo B.</b> Censo de microempresarios del sector de panaderos	74
<b>Anexo C.</b> Censo de microempresarios del sector metalmecánica	76

## GLOSARIO

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

**ALCA:** área de libre comercio de las Ameritas. La declaración final de la cumbre extraordinaria de las Ameritas reafirma el apoyo de los 34 países participantes; en las fechas previstas, o sea 1 de enero de 2005.

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

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

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

**CAPITALISMO:** formación económica y social que siguió al feudalismo; es el último régimen basado en la explotación. Bajo el capitalismo la sociedad se divide en dos clases fundamentales: burguesía y proletariado.

**CONFECCIÓN:** sistema de fabricación en serie de prendas de vestir, según medidas estándar.

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

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

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



**DOLARIZACION:** se refiere a cualquier proceso donde el dinero extranjero reemplaza al dinero domestico en cualquier de sus tres funciones: reserva de valor, unidad de cuenta y como medio de pago y cambio.

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

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

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

**FACTOR:** típicamente se agrupan en tierra, trabajo y capital, pero siempre se ha recordado que esta no es una clasificación consistente, ya que un insumo dado puede ser clasificado de más de un grupo.

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

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

**INVERSION:** desembolso efectuado en bienes de capital.

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

**MICROEMPRESA:** para todos los efectos se entiende por microempresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana.

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

## **RESUMEN**

Las microempresas en Colombia y en América Latina como pequeñas Unidades productivas, han sido células creadoras de riqueza ya que tienen condiciones propicias para mantenerse en el mercado, además son indispensables para una región o nación, debido a que ellas son fuentes de ingresos y empleo para las familias.

A pesar de mostrar gran importancia en nuestra región, no existen muchos estudios que se hayan hecho a estos sectores microempresariales. De allí la dificultad de tener estadísticas más detalladas, que nos pueda decir, cuanto aporta al producto interno bruto nacional, regional o local.

Teniendo en cuenta lo anterior, en este trabajo se realizara un estudio económico de las panaderías y cerrajerías de Ipiales, el cual se vera reflejado en datos estadísticos, en los que se cuantificara factores productivos importantes como: la producción, empleo, ingresos, créditos.

También se identificara la formalidad e informalidad de estas microempresas, así como también la propiedad donde funcionan, la actividad que realiza el microempresario, el nivel educativo, el abastecimiento de materias primas, la capacitación de los empleados, el grado de asociación que presentan entre ellos, los mercados y las estrategias de mercadeo que utilizan los microempresarios panaderos y cerrajeros.

Por ultimo daremos conclusiones y recomendaciones acordes a esta investigación.

## **ABSTRACT**

The small enterprises in Colombia and in Latin America as small productive units, have been creator cells of wealth, since they have the appropriate conditions to maintain themselves in market, moreover, they are very important to region or country, due to they are an income and employment source to families.

Despite showing a big importance in our region, there are not many studies about small enterprises sector, so that, it is present a difficulty to obtain more detailed statistical data which can lead us how much many is given by Internal National net product

By taking into account the above-mentioned, it will be an economical study of bakeries and lock smith strade of Ipiales, which will give us statistical data showing important productive factors such as: production, employment, income capacity, credits.

On the other hand, it will identify the formal and informal character of these small enterprises as well as the property where they are, the activity made by small seller, the education present among them, the markets and the strategies of marketing used by small enterprises owners, bakeries and lock smith's trade .

Finally, we include some conclusions and in recommendations in agreement to thir research.

## INTRODUCCIÓN

La evolución del mundo de los negocios, la globalización de la economía, la mayor incidencia de la tecnología en los procesos industriales y el impacto de la electrónica, tanto en los aspectos productivos, como en los de gestión y control de las actividades económicas, hace que cada vez sea más necesaria, la constante actualización de los conceptos que marcan la dirección empresarial.

Además la incesante aparición de nuevos productos y la evolución de los mercados, llevan a la necesidad informarse día a día de lo que pasa a nivel mundial, en aspectos relacionados a su empresa, para poder reaccionar de manera ágil y eficaz, a fin de evitar ser marginados del mercado por la competencia o por la obsolescencia de los productos ofertados.

Por otro lado parece que anteriormente los empresarios se limitaban al ámbito de las grandes empresas nacionales o multinacionales ya que se pensaba que eran más eficientes, pero actualmente esa concepción a cambiado ya que gran parte de las economías de los grandes países se basan en pequeñas, medianas y microempresas, ya sea por su propia y directa actividad o como proveedor o subcontratista de las grandes empresas; Además las empresas han sentido la necesidad de reestructurarse y prepararse para competir en los mercados internacionales, nacional y local.

En Colombia y los países latinoamericanos las pequeñas y medianas empresas se han convertido en la célula creadora de riqueza ya que se puede encontrar condiciones propicias para el crecimiento o por lo menos para la permanencia en el mercado debido a su flexibilidad en la utilización de los factores productivos, por su tamaño, puesto que las grandes firmas industriales son incapaces de absorber todas las oportunidades generadas por el mercado, además promocionando la creación de microempresas se esta incentivando los empleos productivos que conllevan a un mayor desarrollo social y económico de un país, ya que la producción industrial a demostrado ser un motor fundamental de crecimiento de las economías en desarrollo donde su expansión se debe a la inserción dinámica a la economía mundial.

En conclusión se puede decir que las microempresas Ipialeñas, no están ajenas a estos problemas anteriormente mencionados. En este trabajo se realizará un estudio económico de las microempresas panaderas y cerrajeras, el cual estará reflejado en datos estadísticos, en los cuales se cuantificará y analizará factores productivos importantes de estas pequeñas unidades productivas como: la producción, empleo, créditos. También identificaremos si las microempresas de estos dos sectores se encuentran legalmente constituidas y el grado de escolaridad de su propietario.

De igual manera se establecerá la procedencia y el destino de las materias primas, los mercados y las estrategias de mercadeo que utilizan estas microempresas. Por último se dará unas conclusiones y recomendaciones detalladas de la investigación.

## **1. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA**

La Secretaria Social y de Desarrollo Comunitario, es una dependencia de la Alcaldía Municipal de Ipiales.

### **1.1 MISION**

Es la ejecución de los principios de la democracia participativa y la apertura de espacios de expresión, concertación, y tolerancia, para producir una ética de convivencia y paz dentro de la cotidianidad, para lograr el bienestar biofísico y social de los ciudadanos del Municipio.

### **1.2 VISION**

De esta entidad es la de prestar un servicio social a fin de humanizar y promover la participación activa de la comunidad a través de la comunicación y la capacitación continua y equitativa.

En cuanto a los servicios que presta:

- ? Sirve Como mediador ante la Administración Municipal creando un clima de aceptación y convivencia pacífica que permita Impulsar las propuestas de la comunidad.
- ? Coordina y canaliza recursos gubernamentales e institucionales para ser invertidos en el bienestar comunitario con participación y equidad.
- ? Moviliza a la comunidad para su organización y formulación de propuestas.
- ? Diseña políticas, programas y proyectos para el desarrollo socioeconómico del municipio, para dar participación a la mujer, tercera edad, niños, jóvenes y comunidad en general.
- ? Recepción y tramita documentos y requisitos de todas las organizaciones comunitarias ante las instituciones correspondientes.
- ? Promueve el fortalecimiento de las instituciones comunitarias y facilita su participación.
- ? Propicia y apoya la participación de la comunidad en programas de liderazgo y desarrollo humano.
- ? Contacta instituciones y organizaciones para generar compromisos mutuos.

? Convoca la formación de equipos de trabajo en las organizaciones e instituciones para potenciar las acciones comunitarias.

? Establece cronograma operativo y ejecutivo donde se contemple la presentación de propuestas locales.

? Educa para la participación a través del método Reflexión- Acción.

### **1.3 CARGO DENTRO DE LA EMPRESA**

Investigador y asesor de créditos a microempresarios de Ipiales, duración seis meses.

### **1.4 FUNCIONES**

Las funciones que se me otorgó en desarrollo comunitario, fue el de ser asesor de créditos a los distintos microempresarios, que se quisieran acoger al convenio Alcaldía de Ipiales – Fondo Nacional de Garantías; de allí surgió la idea de la entidad de realizar un estudio económico de los dos sectores microempresariales que se eligieron en primera instancia como son el cerrajero y el panadero que se interesaron en buscar créditos por este medio.

## **2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En países subdesarrollados es común la carencia de información, sobre todo de las pequeñas unidades productivas que usualmente estas se encuentran en el sector informal de la economía, se puede decir que Colombia no es la excepción y en nuestro caso Ipiales, por esta razón se hace necesario realizar un estudio económico, en el cual se puedan sacar estadísticos coherentes y confiables, que posteriormente servirán para realizar un diagnóstico de los sectores a estudiar.

La falta de información acerca de estos sectores micro empresariales “panadero y cerrajero”, ha sido la motivación para realizar este estudio económico, porque será de gran interés para la ciudad de Ipiales, ya que se dará a conocer las principales características de las variables económicas. Por otra parte se debe tener en cuenta que estas microempresas tienen una participación importante en la economía Ipialeña y que además son fuente de empleo e ingresos para una gran cantidad de familias



### **3. FORMULACION DEL PROBLEMA**

¿Porque es importante obtener información y un diagnostico sobre la situación económica de las microempresas pertenecientes a los sectores panadero y cerrajero de Ipiales, en el año 2003?

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1 OBJETIVO GENERAL**

Realizar un Estudio económico sobre las microempresas pertenecientes a los sectores panadero y cerrajero de Ipiales en el año 2003, con el fin de tener una información estadística más detallada por parte de la Alcaldía Municipal para trazarse políticas en pro de estos sectores.

### **4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- ? Identificar y clasificar las microempresas pertenecientes a los sectores panadero y cerrajero en el año 2003.
- ? Identificar el sitio donde funciona la microempresa, la labor del microempresario y su nivel educativo de los sectores micro empresariales panadero y cerrajero
- ? Cuantificar la producción y el empleo de la microempresas panaderas y cerrajeras de Ipiales en el 2003
- ? Identificar la fuente de financiamiento y el destino del crédito de los sectores micro empresariales panaderos y cerrajeros de Ipiales
- ? Identificar el abastecimiento de materias primas y el destino de las mismas de los sectores micro empresariales panadero y cerrajero
- ? Analizar si en las microempresas objeto de este estudio, se hace mercadeo y que estrategias de mercadeo utilizan para la venta de sus productos

## 5. JUSTIFICACION

Es importante el apoyo a la microempresas, como pequeña unidad productiva en la evolución de la industria y a su vez en el desarrollo económico y social de los países, ya que genera empleo, mejorando así los ingresos y la calidad de vida de las personas.

Pero se mira que hoy en día el sector micro empresarial ha presentado serias dificultades, en lo referente al acceso a la información de tecnologías, restricciones financieras, difícil acceso a los mercados, además encaran problemas de integración a economías globales, ya que los factores que alientan la productividad son débiles y a un están en formación.

De acuerdo a este orden de ideas, se mira que la microempresas de Ipiales, no esta ajena a estos problemas, por esto la Alcaldía Municipal de Ipiales, y en su dependencia, la Secretaria Social y de Desarrollo Comunitario, ha querido que se realice este estudio de las microempresas formales e informales en Ipiales, ya que no existen investigaciones anteriores de estos sectores, además se realiza este estudio para mirar en que condiciones se encuentra y cuales son los principales problemas por los cuales atraviesa el sector, teniendo como referencia las microempresas con las que viene trabajando dicha entidad. Entre las microempresas que hemos seleccionado para que sean objeto de este estudio se encuentran; las panaderas, cerrajerías, cuyo objetivo principal de la Alcaldía será buscar políticas que fortalezcan y emprendan los sectores micro empresariales, en esta ocasión la Alcaldía ha gestionado ante entidades crediticias nacionales para que se pueda facilitar créditos a los microempresarios en entidades financieras locales, a través del convenio Alcaldía de Ipiales y el Fondo Nacional de Garantías.

Por esta razón se hace necesario hacer este trabajo, con el fin de realizar un diagnostico y análisis del estado de las microempresas de las diferentes actividades económicas que necesiten un factor importante en la producción como es el crédito. El Fondo Nacional de Garantías, respaldará el crédito ante entidades financieras locales en un 70% del total del crédito a cada microempresario, además la tasa de interés será relativamente baja, aproximadamente en un 25% anual, a un plazo de 48 meses, siendo muy accesible a cada uno de ellos.

Los principales beneficiarios con este estudio será la Secretaria de Desarrollo Comunitario, cumpliendo así con el desarrollo económico y social de la población del municipio y los microempresarios. Sirviendo para futuras gestiones en pro del sector micro empresarial.

Este trabajo se verá reflejado en un documento que servirá como medio de consulta para nuevas investigaciones de la microempresas en Ipiales, ya que las microempresas que se inscriban para acceder a estos créditos se organizaran de acuerdo a la actividad económica que desempeñen con su respectivo análisis del os problemas de cada uno de estos sectores.

De igual manera será útil para hacer un seguimiento a estas microempresas, para futuras políticas en beneficio de este sector por parte de la Alcaldía de Ipiales, tomando como referencia que con este financiamiento y asesoría se tubo una mejoría en su producción, costos y utilidades, o por el contrario siguió en las mismas condiciones, además será importante para incluir este estudio en futuros planes de desarrollo para que se tenga en cuenta estos sectores micro empresarial.

También me será de vital importancia este trabajo como opción de grado para obtener el título de Economista de la Universidad de Nariño.

## 6. MARCO REFERENCIAL

### 6.1 MARCO CONTEXTUAL

**6.1.1 Localización geográfica.** El municipio de Ipiales se encuentra localizado en el departamento de Nariño al suroccidente del país, franja fronteriza con la República del Ecuador, puerto terrestre obligado para el tráfico de personas en el contexto de suramericano y de localización privilegiada en relación con los países del pacto andino

**6.1.2 Extensión.** Tiene una extensión aproximada de 164.600 hectáreas en las cuales se encuentra, cuatro importantes corregimientos; Las Lajas, La victoria, San Juan y Yaramal; el número de veredas que integran esta localidad es alrededor de 52. El perímetro urbano de Ipiales encierra alrededor de 789.37 hectáreas ocupando el 0.47% del área total.

**6.1.3 Limites.** Geográficamente el municipio de Ipiales esta ubicado a 0 grados 52 minutos de latitud norte y 77 grados y38 minutos de latitud oeste, limita al norte con los municipios del Contadero, Pupiales, Gualmatan, al sur con la República del Ecuador, al oriente con los municipios de Córdoba, Potosí y el departamento del Putumayo, al oriente con los municipios de Cuaspud, Aldana, y la república del Ecuador

**6.1.4 Topografía.** Es predominantemente ondulada, La ciudad cumple una función de apoyo para los municipios aledaños que integran la Exprovincia de Obando, hacia ella convergen habitantes y productos correspondientes a la actividad económica regional, predominante agropecuaria

**6.1.5 Situación geográfica.** El municipio de Ipiales tiene la figura de un camelido, se encuentra recostado al extremo sur oriental de la hermosa, fértil y poblada meseta de Tuquerres e Ipiales, en el callejón interandino amazónico, bellamente enmarcado por la bifurcación de la cordillera de los andes, de privilegio comercial y perspectivas económicas promisorias por ser puerto aéreo y terrestre fronterizo con la República del Ecuador.

**6.1.6 Situación astronómica.** El municipio de Ipiales se encuentra ubicado al norte a 0 grados, 54 minutos y 25 segundos de latitud norte del río Boquerón, limites con el municipio del Contadero; al sur 0 grados, 22 minutos y 10 segundos latitud norte, el río San Miguel, limita con la República del Ecuador, al occidente a 77 grados, 41 minutos y 0.4 segundos longitud occidente en el Cerro Troya y al oriente a 77 grados, 5 minutos y 38 segundos longitud occidental cerca de la desembocadura del río Churuyaco confluencia con el río San Miguel.

### 6.2 MARCO CONCEPTUAL

Las microempresas aunque han despertado gran interés en el desarrollo de las economías a nivel mundial, en la mayoría de los estudios que se han realizado no se ha dado una

definición clara de microempresa, puesto que se ha presentado muchas dificultades ya que su concepto es muy complejo.

La falta de una definición precisa de la microempresa, a llevado a muchos estudiosos de este tema a buscar un concepto a partir de: número de empleados, medios de producción, la organización, los mercados, la división del trabajo etc. que a menudo resulta insuficientes para aproximarse a un concepto real. Además la falta de cuantificación en forma estadística, impiden que se haga una aproximación mas acertada sobre la contribución a la economía nacional o regional.

Gómez, Tarazona y Londoño afirman que:

En el lenguaje ordinario y corriente la microempresa es una pequeñísima empresas, pero de inmediato surge la dificultad. ¿Dónde esta el limite de pequeñísima?, ¿se refiere a la escala de personal, a la de capital, a la de producción o a la de ventas?

En el lenguaje común ya permite tener conclusiones distintas de la microempresa, por lo cual conlleva por sus puestos distintos énfasis para el análisis y para la política.

La microempresa no es un concepto unidimensional, sino multidimensional y estas varias dimensiones se dan como cuestión a cada caso concreto, por ende la microempresa tiene potencial desigual, afronta problemas con intensidad dispareja y no debe ser sujeta a un tratamiento indiscriminado.

Las cinco dimensiones de la microempresa son:

- ✍ La microempresa es una forma de organización social para llevar a cavo actividades de bienes y servicios.
- ✍ Tales bienes y servicios se destinan en su mayoría al mercado.
- ✍ Las actividades tiene un mínimo de estabilidad y regularidad.
- ✍ La escala de operación es muy pequeñas (cualquier variable con la que se mida).
- ✍ No existe clara separación entre la propiedad de los medios de producción, la fuerza de trabajo aportada por el propietario, quien resulta ser empleado de si mismo”<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> GOMEZ, Hernando; TARAZONA, Lucia y LONDOÑO, Juan. La microempresa urbana: Perspectivas y promoción de políticas. Bogotá : Ediciones grupo social LITOSOCIAL, 1984. p. 19.

Se puede afirmar que las dimensiones de la microempresa dan una definición clara en donde abarca un ámbito social, ya que hay relaciones de personas, además la producción y el empleo se dan en pequeña escala.

Por otra parte el Instituto de investigaciones socio-económicas y tecnológicas del Ecuador la define como: “Unidad de producción de bienes y servicios que cuentan con un personal administrativo, mantiene un uso intensivo de mano de obra, sus utilidades retenidas son muy bajas y con limitadas posibilidades de expansión, se ubican en el sector informal de la economía y tienen un mínimo o ningún acceso al crédito”<sup>2</sup>

El anterior concepto se acerca mas a la realidad de nuestra región, teniendo en cuenta la problemática de las panaderías y cerrajerías que van a ser estudiadas, debido a que existe un gran numero de microempresas que se encuentran en el sector informal de la economía, además mantienen un uso intensivo en mano de obra y con limitada posibilidad de expansión.

Aunque para este estudio se podría adaptar cualquier concepto de microempresa citadas anteriormente, debemos regirnos por las leyes colombianas, por esta razón vamos a tener en cuenta la ley MYPIME 590 del 10 de julio del 2000, la cual dice que microempresa es: Toda unidad de explotación económica, realizada por personas naturales o jurídicas en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios que respondan a los siguientes parámetros: una planta de personal no superior a 10 trabajadores, con activos totales inferiores a (501) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Se puede dar cuenta que en la anterior definición se tiene en cuenta un limita dos factores económicos importantes los cuales son: los empleados y los activos totales, por este motivo se debe tener en cuenta los conceptos anteriormente mencionados, para entender mas detalladamente el termino microempresa, ya que en Ipiales la microempresa se caracteriza por estar ligada al trabajo familiar o a las actividades informales, además no cuentan con una tecnología avanzada que les permita una mayor producción, Pero por otra parte en la economía Ipialeña tiene una mayor participación y con expectativas de seguir en crecimiento, puesto que es una alternativa de empleo e ingresos para las familias.

### **6.3 MARCO LEGAL**

El congreso de la República, decreta en la Ley No. 590 del 10 de julio de 2000 lo siguiente:

Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas

---

<sup>2</sup> INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SOCIO-ECONOMICAS Y TECGNOLOGICAS. Programa de micro y Pequeña empresa en el Ecuador, Quito y Guayaquil. Ecuador : s.n., 1989. p. 21.

## **DISPOSICIONES GENERALES**

### **ARTÍCULO 1°. OBJETO DE LA LEY. La presente Ley tiene por objeto:**

- a) Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos.
- b) Estimular la formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, - MIPYMES-.
- c) Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas.
- d) Promover una más favorable dotación de factores para las micro, pequeñas y medianas empresas, facilitando el acceso a mercados de bienes y servicios, tanto para la adquisición de materias primas, insumos, bienes de capital, y equipos, como para la realización de sus productos y servicios a nivel nacional e internacional, la formación de capital humano, la asistencia para el desarrollo tecnológico y el acceso a los mercados financieros institucionales.
- e) Promover la permanente formulación, ejecución y evaluación de políticas públicas favorables al desarrollo y a la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas.
- f) Señalar criterios que orienten la acción del Estado y fortalezcan la coordinación entre sus organismos; así como entre estos y el sector privado, en la promoción del desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas.
- g) Coadyuvar en el desarrollo de las organizaciones empresariales, en la generación de esquemas de asociatividad empresarial y en alianzas estratégicas entre las entidades públicas y privadas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas.
- h) Apoyar a los micro, pequeños y medianos productores asentados en áreas de economía campesina, estimulando la creación y fortalecimiento de MIPYMES rurales.
- i) Asegurar la eficacia del derecho a la libre y leal competencia para las MIPYMES.
- j) Crear las bases de un sistema de incentivos a la capitalización de las micro, pequeñas y medianas empresas.



**ARTÍCULO 2º. DEFINICIONES.** Para todos los efectos, se entiende por micro, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicio, rural o urbano, que responda a los siguientes parámetros:

***1. Mediana Empresa:***

- a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores.
- b) Activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) y quince mil (15.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

***2. Pequeña Empresa:***

- a) Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores.
- b) Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil uno (5.001) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

***3. Microempresas:***

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

**PARÁGRAFO 1º.** Para la clasificación de aquellas micro, pequeñas y medianas empresas que presenten combinaciones de parámetros de planta de personal y activos totales diferentes a los indicados, el factor determinante para dicho efecto, será el de activos totales.

**PARÁGRAFO 2º.** Los estímulos, beneficios, planes y programas consagrados en la presente ley, se aplicarán igualmente a los artesanos colombianos, y favorecerán el cumplimiento de los preceptos del plan nacional de igualdad de oportunidades para la mujer.

**CONDICIONES ESPECIALES DE CRÉDITO A EMPRESAS GENERADORAS DE EMPLEO.** El Fondo Nacional de Garantías S.A. podrá otorgar condiciones especiales de garantía a empresas especialmente generadoras de empleo, por un ochenta por ciento (80%) del valor del crédito requerido para el emprendimiento, de conformidad con el reglamento que expida el Gobierno Nacional.

**PARÁGRAFO.** El Gobierno Nacional establecerá condiciones especiales que

permitan al Fondo Nacional de Garantías, la venta de los bienes recibidos como donación en pago, con el fin de volverlos líquidos con la mayor brevedad, y así otorgar nuevamente, con esos recursos, garantías a las micro, pequeñas y medianas empresas MIPYMES.

**ARTICULO 47°.** La presente ley rige a partir de la fecha de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias, en especial la ley 78 de 1988.<sup>3</sup>

#### **6.4 MARCO TEORICO**

Las microempresas como pequeñas unidades económicas con un mayor o menor grado de organización, que utilizan conocimientos y recursos para elaborar productos son de vital importancia, por su participación en la generación de empleo y de valor agregado, además por la posibilidad que tienen de evolucionar hacia empresas de mayor tamaño, por lo cual en muchos países han desarrollado programas especializados para su apoyo y fomento.

En Colombia según el DANE, en el cuarto trimestre del 2002 existían 95999 microempresas, dedicadas a la transformación de materias primas, con las micro empresas dedicadas al comercio y a los servicios se tendría un total de 856179 establecimientos, ademas estas microempresas absorbe el 63% del empleo según las MYPIME, de acuerdo a esto cave tener en cuenta que aunque existen gran cantidad de establecimientos, la producción bruta no tiene mucha significancia, debido a que no existe un alto grado de división del trabajo, además es casi nulo el progreso técnico, ya que en gran parte de las microempresas el trabajo es manual.

Nariño es una economía constituida por pequeñas empresas, estructuralmente débiles que necesitan de bases económicas, administrativas, financieras, productivas, etc. que les permitan mayores niveles de competitividad; por ejemplo la falta de capacitación que se refleja en carencia de habilidades y conocimientos de dirección por parte del empresario, ha ocasionado que la microempresa no tenga una visión hacia el futuro, y por lo tanto son vulnerables a los cambios económicos y políticos. Sin embargo las PYME constituye la célula creadora de progreso social. Según el informe de Cuentas Económicas de Nariño tubo un crecimiento importante entre (1989 -2000) en un 85.49%.

La microempresa ha demostrado mayor presencia en la producción manufacturera de Nariño, con respecto a la mediana empresa. Según la Universidad de Nariño:

La microempresa mantuvo un crecimiento hasta 1997, alcanzando a representar el 5.3% del PIB departamental, mientras que la segunda registró un descenso del PIB departamental del 3.7%, en 1989 a 2.8% en el 2.000. La desaceleración

---

<sup>3</sup> COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 590 10 de julio de 2000. Bogotá : Congreso de la Republica, 2000. p. 5-7, 36

de la mediana industria se compensa con el crecimiento de la microempresa, que sin embargo en 1998 cayó al 2.6%, permaneciendo constante hasta el año 2000.<sup>4</sup>

Si hacemos referencia a la ciudad de Ipiales, se caerá en cuenta que es una región poco industrializada, es mas, la actividad empresarial se caracteriza por ser de pequeña magnitud y de carácter familiar, utiliza técnicas rudimentarias y un bajo nivel organizativo; por otra parte se conoce obstáculos para que ésta región implemente industrias de gran tamaño, la principal dificultad es no contar con una infraestructura adecuada (energía eléctrica, medios y vías de comunicación) que solo se puede hacer realidad por medio de una gran inversión nacional considerando que Ipiales ostenta el título de Zona Económica Especial de Exportación.

CORPONARIÑO afirma: “El desenvolvimiento del sector microempresarial de Ipiales, ha sido muy lento y su participación a nivel departamental es mínima. Ipiales, participó con el 1.5% para el año 1986 de las factorías en las cuales sobresalía la de alimentos como producción de harina, derivados de la leche, la de textiles, la de madera, de materiales de construcción y la industria de bronce.”<sup>5</sup>

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

Situándose geográficamente en el tema de la investigación ha realizarse se describirá a continuación una visión general de la microempresa formal del municipio de Ipiales, según datos Cámara de Comercio:

---

<sup>4</sup> UNIVERSIDAD DE NARIÑO. Ensayos de economía En : Revista Tendencias. Pasto Vol. 3, No. 2 (Dic. 2002) p. 183.

<sup>5</sup> CORPORACIÓN AUTÓNOMA PARA EL DESARROLLO DE NARIÑO. Plan integral de desarrollo de Ipiales y la exprovincia de Obando adelantado por CORPONARIÑO. Pasto : CORPONARIÑO, 1986 p. 23.

**Cuadro 1. Empresas registradas en la cámara de comercio por sectores**

SECTOR ECONOMICO	MICRO EMPRESA		PEQUEÑA EMPRESA		MEDIANA EMPRESA		GRAN EMPRESA		TOTAL SECTOR	
	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002
PRIMARIO	30	38	1	1	-	1	-	-	31	40
SECUNDARIO	117	126	3	2	-	-	-	-	120	128
TERCIARIO	1459	1634	46	47	10	10	12	13	1517	1704
TOTAL	1606	1798	50	50	10	11	12	13	1678	1872

Fuente: CÁMARA DE COMERCIO DE IPIALES, (2001-2002)

La economía local se fundamenta en actividades agropecuarias, comerciales, de transporte, microempresarial y turísticas; su producción se orienta a la atención de mercados regionales, del interior del país y al Ecuador.

En este municipio, a pesar de que el sector rural basa su economía en la actividad agropecuaria, existe en algunos corregimientos en donde se observa la producción artesanal, de textiles y trabajos en madera, que sirve como ingresos adicionales para las familias campesinas.

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

“El resto del sector industrial puede clasificarse como microempresarial dedicado a actividades de carpintería, tejidos en lana, ebanistería, confecciones, elaboración de calzado, cerámicas y artesanías. Estas microempresas emplean en promedio tres (3) personas las cuales, generalmente son familiares.”\*

Rincón, Gille Nicolás afirma que:

El sector industrial en las primeras etapas del proceso de sustitución de importaciones partió de capacidades tecnológicas internas bastante pobres, pequeñas empresas de carácter familiar que lograron expandirse gradualmente copiando diseños de productos extranjeros anticuados y abasteciendo con piezas y partes construidas por ellas mismo, al tiempo, esas empresas acumularon habilidades de ingeniería y destrezas tecnológicas, pero a lo largo del tiempo han venido reestructurándose y teniendo una participación mayor en el desarrollo de las diferentes economías, aunque el tamaño reducido con el que

---

\* ENTREVISTA CON Álvaro Obando Reyes, Director Cámara de Comercio de Ipiiales. Ipiiales, 13 de agosto 2003.

toma impulso el capitalismo, se convierte con el tiempo en una traba a la reproducción ampliada<sup>6</sup>.

De acuerdo a lo anterior se puede decir que las pequeñas unidades productivas fueron los cimientos para que se creara la gran industria, además estas pequeñas empresas presentan una buena organización en términos de producto o de uso de estos, también en términos de la naturaleza de la actividad o en términos del tamaño.

Por otra parte, aunque la microempresa se convierte en obstáculo a la reproducción ampliada y al capitalismo, también es absolutamente necesaria cuando hay espacios del mercado que no hace posible el establecimiento de la gran empresa, también cuando existen diferentes procesos de producción que solo son rentables en establecimientos pequeños o medianos o cuando es conveniente para la gran empresa delegar todo o parte para su sistema de producción en pequeñas empresas y estas solo realizan el ensamblaje final del producto

En términos generales, se presenta tres grandes grupos de pequeñas empresas: las de subsistencia, las de acumulación simple y las de acumulación ampliada.

Porter, Michael afirma que:

Las de subsistencia no tienen un gran capital, no generan un excedente económico pero dan subsistencia a una familia. Las de acumulación simple tienen un capital en activos fijos, las utilidades les alcanzan para reponer un capital pero no crecen. Las de acumulación ampliada invierten sus utilidades en la misma empresa, van creciendo en activos y en ventas, tienen división del trabajo, el gerente tiene visión del mercado y gestión gerencial y se convierten en una mediana y posteriormente en una gran empresa.<sup>7</sup>.

Por otra parte, podría afirmarse que la producción a gran escala, sería el objetivo final para llegar a un desarrollo económico y social de las economías, pero nos podemos dar cuenta que esta premisa se ha venido reafirmando, ya que la producción a escala pequeña a sido el pilar de desarrollo de algunos países, dado que tienen estas empresas decisiva importancia sobre todo en términos de empleo y territorio, además involucra factores sociales, culturales y políticos.

Generalmente, las microempresas pueden generar un desarrollo económico de corte local, basada en una utilización de recursos endógenos, que han ido evolucionando sin ningún respaldo por parte del estado, en las actuales circunstancias, la competencia es dinámica y

---

<sup>6</sup> RINCON, Gille Nicolás. Pequeña y Mediana industria. Santa Fe de Bogotá : Facultad de ciencias económicas Universidad Nacional de Colombia, 1996. p. 13.

<sup>7</sup> PORTER, Michael. La ventaja competitiva de las Naciones. Buenos Aires : Vergara, 1990. p. 46.

evolutiva y no estática como esencialmente se pensaba, centrada en la eficiencia de costos debido a la ventaja de factores, una nueva concepción debe reconocer como elemento central la mejora y la innovación en los métodos y la tecnología.

Con respecto a esto, es preciso plantear conceptos que ayuden al análisis de la producción el empleo, para que las pequeñas unidades sean más competitivas, ya que estas no actúan encerradas, sino que sus actividades las realizan en un escenario, en donde actúan con diversos agentes del sistema económico, por esta razón el estado debe ser el que incentive a la formación de microempresas o ayuden a las que ya existen, con el fin de generar autoempleo y a su vez disminuir el desempleo, especialmente en Ipiales en donde se ve mas acentuado el flagelo.

El mejoramiento de la competitividad de los sectores productivos del país es la clave para acelerar las tasas de crecimiento económico y mejorar la opción que tiene la sociedad para asegurar el avance sostenido de las condiciones de la vida de la población.

Ospina Sardi, Jorge dice:

Los mecanismos tradicionales de protección de la industria viene desmontándose y las empresas nacionales están replanteando su misión, la alternativa de mayor realismo es aprestarse para la competencia internacional, aprovechando para ello ventajas tradicionales como la mano de obra barata, la proximidad a la fuente de recursos naturales, además las economías de escala, ya no parecen ser suficientes para la sobrevivencia de nuestras empresa, la innovación, la calidad, el dominio del conocimiento científico y la capacidad de convertirlo en industria, surgen como los determinantes de la competitividad en los tiempos actuales<sup>8</sup>.

Entonces, la competitividad no se basa en la acumulación de capital o mejoramiento de tecnologías, ya que la ventaja competitiva se crea y se mantiene mediante un proceso altamente localizado, teniendo en cuenta factores no solamente económicos, sino también culturales, sociales e institucionales que contribuyen al éxito competitivo.

La innovación debe manifestarse en el diseño de un nuevo producto en el proceso de producción, en la manera de enfocar el mercado o en un nuevo modo de capacitar u organizar.

Es importante aclarar que en la internacionalización, el concepto de mercado interno no pierde vigencia, sino que adquiere una dimensión estratégica, es decir, el éxito industrial en el ámbito mundial, esta íntimamente ligado con una intensa competencia interna, esta

---

<sup>8</sup> OSPINA SARDI, Jorge. Conocimiento y Competitividad: Base para un plan del programa nacional de desarrollo y tecnológico industria y calidad. Bogotá : COLCIENCIAS 1993. p. 1.

situación se da porque existe presión derivada por la saturación de los mercado interno, ya sea de la rivalidad local o de la demanda internacional.

Desde el punto de vista microeconomico, la microempresa puede generar empleo e ingresos a través de dos vías principalmente, que conviene distinguir aunque en la práctica se encuentran unidas.

López y Parra afirman que: “La primera es la vía extensiva: mediante la multiplicación del numero de pequeñas unidades productivas, que conservan estable el empleo y además la tecnología por unidad. La segunda es la vía intensiva: mediante el aumento progresivo tanto de la productividad, como del empleo por unidad”<sup>9</sup>.

Naturalmente el comportamiento de los ingresos dependerá del comportamiento dinámico de la oferta y de la demanda de los bienes y servicios producidos, creciendo si la demanda por los bienes se expande o cayendo si la oferta crece más que la demanda

Sin embargo como las microempresas se mueven en un mercado competitivo y la demanda se piensa que es favorable, la simple expansión extensiva dejara estables los ingresos, mientras que la intensiva deberá acompañarse de un alza de productividad empleo e ingresos.

Aunque las microempresas pueden generar empleo e ingresos, la variación del empleo obedecerá casi exclusivamente a una variación extensiva es decir por el incremento de unidades productivas, entonces se puede decir que el nacimiento o la quiebra de las microempresas variara el empleo y los ingresos.

Gómez, Tarazona y Londoño toman dos características principales para enmarcar a la microempresa, que son el reducido número de trabajadores y el bajo monto de capital, pero que ha pesar de sus condiciones es importante para: “asegurar la reproducción de la fuerza de trabajo, complementar el ingreso familiar, produce bienes a bajos precios, sirve como absorbente del ejercito industrial de reserva como lo llama Marx.”<sup>10</sup>. Es decir sirve como un amortiguador de las economías y pueden aminorar las coyunturas críticas de una región.

Si hacemos una descripción breve de la microempresa hay que empezar por decir que no son entidades homogéneas, mas bien cada unas de ellas tienen características internas y externas diferentes, y que es fundamental tenerlo claro para formular políticas de apoyo a estas unidades económicas. Las microempresas se caracterizan por tener una condición familiar por lo tanto se presenta el trabajo no remunerado, según el DANE es del 58.5%, en su mayoría son mujeres las que tienen mas representatividad que los hombres, las

---

<sup>9</sup> LOPEZ CASTAÑO, Hugo y PARRA, Ernesto. La calidad del empleo y la microempresa urbana en Colombia. Bogotá : Dnp. COLCIENCIAS, 1990. p. 11.

<sup>10</sup> GOMEZ, TARAZONA y LONDOÑO, Op.cit., p. 26.

personas involucradas en este trabajo por lo general reciben menos del salario mínimo legal, por lo tanto sus condiciones de vida no son las más adecuadas, se cuenta con escaso personal calificado, para el proceso productivo, se utilizan tecnologías obsoletas.

Quienes no encuentran un empleo en el sector moderno de la economía pueden acceder a la microempresa, y que a pesar de sus restricciones anteriormente mencionadas las microempresas muestran iniciativa y tenacidad para mejorar su situación económica y calidad de vida de la población.

Se habla de la estructura económica de Colombia, como la causante de malestares sociales y económicos como el desempleo. El vacío ocupacional ha sido llenado, en una parte importante por talleres es decir actividades microempresariales.

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

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

Así hay teorías que mencionan que la microempresa puede ser una poderosa palanca para el crecimiento económico o el llamado (*núcleo industrial*), es decir el germen que hace que las economías poco a poco se desarrollen y puedan lograr tener una industria sólida que abrace a los demás sectores generando las cadenas productivas, claro esta, que una parte muy importante, para que esto se cristalice, es el papel del Estado con políticas que vayan a remediar las falencias que impiden que estas pequeñas industrias, crezcan y se vuelvan competitivas. Mientras que otras teorías no toman mayor importancia del papel de la microempresa en el desarrollo. Pero las ideas no van solas en el tiempo, ellas se complementan con los hechos y son válidas dependiendo de su empalme con la realidad, se puede que con esto crece el temor a creer que en este sistema la microempresa no tenga permanencia.

La microempresa en todo caso es un sector que ha beneficiado a la población de bajos ingresos, pero es preocupante ver que en el país este sector de pequeños talleres no ha tenido políticas económicas claras por parte del estado.



Se puede dar cuenta que el estado no ha sido un importante aliado con el amplio sector microempresarial, debido a que a tenido una escasa participación en el mercado, con lo cual a contribuido a que las grandes empresas se enriquezcan bajo un comercio exterior abierto, teniendo la concepción que bajo la libertad del comercio todos los agentes económicos se desarrollaran a la par. Pero la experiencia ha demostrado que el desarrollo se canaliza a unas pocas empresas que en procura de maximización de ganancias aplastan a las demás que le siguen. La libertad por lo tanto en realidad se manifiesta en los grandes capitales que abarcan el mercado trascendiendo fronteras. Es ahí donde entra en juego la intervención del Estado planteada genialmente por Jhon Maynard Keynes, quien acertadamente hace caer en cuenta que todos necesitan de oportunidades de ingresos que a la vez se convertirán en demanda efectiva traducida al final en nuevos ingresos, creando así un ciclo de crecimiento. Oser argumenta que: “si velamos por el bienestar de la jirafas, no debemos pasar por alto los sufrimientos de las de cuello corto que se están muriendo de hambre, las hojas que caen al suelo son pisoteadas en la pugna, la sobrealimentación de los animales que tienen el cuello largo o la maligna mirada de ansiedad o de voraz deseo que oscurece los rasgos apacible del rebaño”<sup>11</sup>.

En consecuencia del desempleo masivo generado por la privatización de las entidades estatales, ha generado un fenómeno económico social que cada vez se hace más cotidiano. Estamos hablando del autoempleo, el cual es aprobado por el mismo en su idea de minimización de costos y maximización de ganancias. Teniendo en cuenta que el auto empleado es en su mayoría microempresario, podemos afirmar que el microempresario entonces viene a ser la consecuencia perversa del modelo económico actual, quien busca de alguna manera arrancar ingresos de las sobras del gran capital.

Por otra parte también se puede plantear que las microempresas tienen ventajas competitivas que les permitiría ser más fuertes en el mercado, entre las que se encuentran flexibilidad administrativa para cubrir mercados, diseñar productos y atender las relaciones de personal empleado, además no poseen una estructura burocrática, por eso le permite al propietario una atención personalizada con los clientes.

También existen desventajas competitivas, en cuanto a la inhabilidad para conseguir recursos económicos, atraso tecnológico, falta de experiencia empresarial del propietario, falta de registros contables, deficiencia en instalaciones físicas, el animo de la subsistencia familiar, además las microempresas actual en mercados saturados con baja calidad de los productos, la integración a cadenas productivas tampoco es la mejor en las microempresas.

En cuanto a la organización del trabajo, en las empresas grandes las tareas pueden ser programadas y subdivididas según las diferentes fases del proceso productivo, debido a esto hay rendimiento de las maquinas de los operarios, en los pequeños negocios las maquinas y herramientas son de uso genérico y no especializado, lo mismo puede decirse de los

---

<sup>11</sup> OSER, Jacob. Historia del pensamiento económico. Madrid : Aguilar , 1980. p. 463-464.

operarios, además no se puede imitar maquinas de mayor complejidad, por esto los negocios llegan a ser marginados del mercado.

En cambio en las empresas grandes tienen la ventaja sobre las pequeñas al poder utilizar operarios especializados, para funciones específicas de agregación de valor.

Por otro lado en los pequeños negocios los empresarios deben cuidar las tareas rutinarias para asegurar la sobrevivencia del negocio, caso contrario a las grandes empresas que dedican tiempo a los proyectos de modernización y expansión de operaciones

En todo caso la microempresa es una realidad que necesita de su atención pertinente, pues en ella, más que medios de producción y capital, encontramos personas trabajadoras que aportan a su país, ganas de progreso diario.

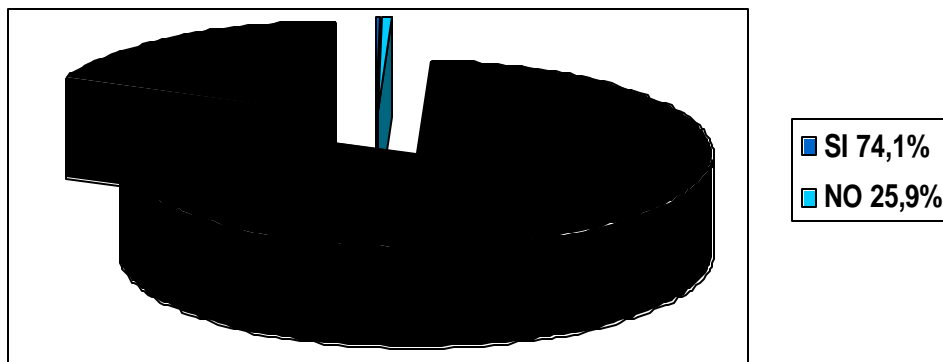
## 7. ESTUDIO ECONOMICO DE LAS MICROEMPRESAS PANADERAS

### 7.1 MICROEMPRESAS PANADERAS FORMALES E INFORMALES

El 74.1% de las micro empresas del sector panadero se encuentran inscritas en la Cámara de comercio ya que la mayoría de estas están ubicadas en la zona céntrica de la ciudad, además ellos piensan que tendrán ventajas al estar legalmente constituidos.

Por otra parte el 25.9% de estos establecimientos no se encuentran inscritos en la Cámara de Comercio, la causa de este fenómeno según el micro empresarios es debido que la mayoría de ellos no tienen conocimiento de los trámites a seguir para la inscripción. Por otra parte les resulta costoso y a las panaderías pequeñas no le es rentable ya que sus ingresos son reducidos y además en algunos casos estas microempresas solamente experimentan el negocio por unos dos meses hasta donde la demanda sea favorable y desaparecen (Ver Figura 1).

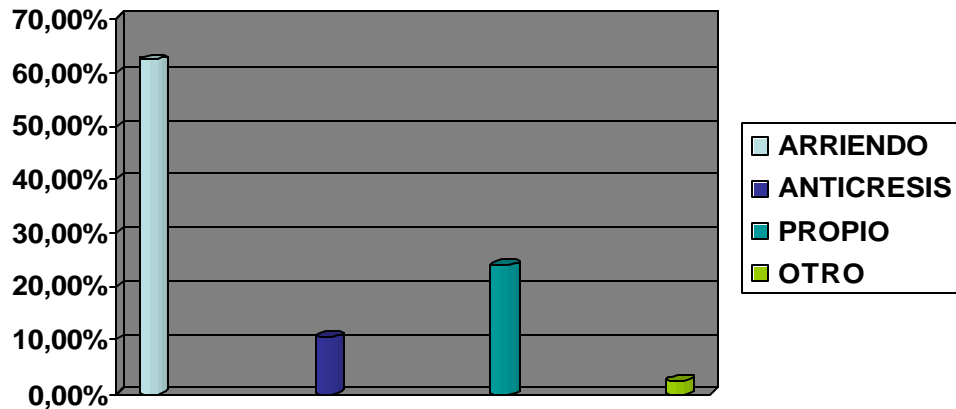
**Figura 1 Microempresas registradas en la cámara de comercio**



### 7.2 PROPIEDAD DEL SITIO DONDE REALIZA LA ACTIVIDAD ECONOMICA EL PANADERO

Según el tipo de propiedad donde se produce y se vende el pan es arrendado en un 62.3%; la razón de esto es que los lugares donde funcionan son comerciales y el costo de la propiedad es muy elevado por lo tanto le es mas conveniente trabajar arrendando. Por otra parte el 24.1% de los lugares donde funcionan es propio resaltando que estas trabajan en la casa que por lo general están ubicadas en los barrios mas alejados de la zona comercial de la ciudad. También se mira que hay un tipo de propiedad anticresis con un 10.5%, al parecer actualmente a disminuido esta modalidad ya que hay mas personas que demandan viviendas o locales en arriendo especialmente del norte del país. (Ver figura 2).

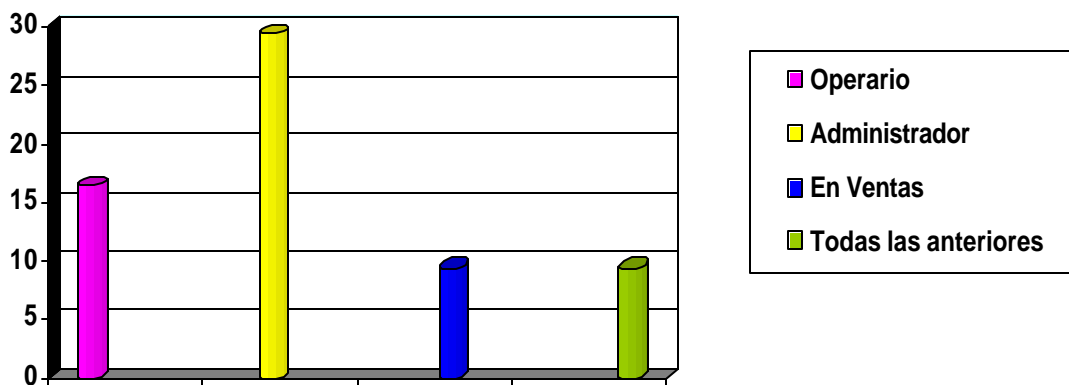
**Figura 2 Tipo de propiedad donde funcionan las microempresas panaderas**



### 7.3 LABOR DEL MICROEMPRESARIO PANADERO

El 29.4% de los micro empresarios panaderos laboran como administradores ya que ellos se encargan de controlar la producción y guiar su empresa. La labor de operario nos muestra un porcentaje del 16.4%, esto se debe a que en algunas panaderías el propietario trabaja en la producción de pan, en ventas y la opción todas las anteriores tienen un porcentaje igual del 9.4%, debido a que en las panaderías el microempresario tiene que hacer todas las labores antes mencionadas.

**Figura 3. Actividades que realiza el propietario dentro de su microempresa**



## 7.4 EDUCACION DEL MICROEMPRESARIO PANADERO

Se mira en el cuadro 2 que la mayoría de micro empresarios panaderos tienen un nivel educativo bajo con un porcentaje del 54.1%, que cursaron primaria y que por lo tanto el negocio funciona guiado por la experiencia y por herencia. Con un 40% participa la educación secundaria en el nivel educativo del microempresario panadero y que ellos cuentan con una organización empresarial mas adecuada a las exigencias del mercado. También se puede dar cuenta que el nivel educativo universitario es muy bajo representado en un 5.88% que se encuentran en las panaderías de mayor tamaño.

Muy bajo representado en un 5.88% que se encuentra en las panaderías de mayor tamaño

**Cuadro 2 Nivel educativo del microempresario panadero**

NIVEL EDUCATIVO	NUMERO DE MICROEMPRESARIOS	%
Primaria	46	54.1
Secundaria	34	40
universitario	5	5.88
TOTAL	85	100

## 7.5 PRODUCCIÓN DE LAS MICROEMPRESA PANADERAS DE IPIALES

Con respecto al cuadro 3 se puede observar que la producción del pan con sus respectivas presentaciones como son: pan de dulce, pan de sal, pan de mantequilla, pan de cáscara, etc., tiene una importante participación en la economía ipialeña; ya que la producción mensual de pan para Ipiales en el año 2003 de acuerdo a esta investigación es de 8.313.600 unidades, este dato se obtuvo sumado los bultos de harina que produce mensualmente las 85 panaderías estudiadas, estas producen aproximadamente 1440 bultos mensuales, teniendo en cuenta que de cada bulto de harina producido salen en promedio 1940 panes.

También podemos agregar que el 45.2% del total de la producción es producida por 19 panaderías, que se encuentran en la zona céntrica del municipio de Ipiales, cuya promoción es en promedio de 2 a 4 bultos de harina diarios, 51 microempresas producen de 1 a 2 bultos diarios y la restantes panaderías producen de 2 a 3 arrobas.

Como nos podemos dar cuenta el precio que se tomó para este trabajo es de \$ 100, que es un precio fijo estipulado por la oficina de pesos, pesas, y medidas de la alcaldía de Ipiales, que es al precio que usualmente se vende el pan.

En cuando las ventas mensuales, el ingreso que se percibe mensualmente es de \$ 861.360.000 que representa el 45.2% del total del ingreso que se distribuyen en todas las panaderías, concentrándose más en las 19 panaderías más grandes.

Con respecto a la producción de galletas se puede afirmar, que solamente 52 de las 85 panaderías del municipio producen galletas en sus respectivas presentaciones como son: moncaibas, galletas de chocolates, galletas de vainilla, etc., estas microempresas producen aproximadamente 630 bultos mensuales, que en promedio salen 2.650 galletas.

Los ingresos mensuales por ventas de galletas son de \$ 16.695.000 que son mucho menores que los del pan pero que no son muy demandados por los consumidores.

**Cuadro 3. Producción de pan y galleta en Ipiales en el 2003**

Nombre del producto	Número de microempresas	Cantidades Mensuales (en unidades)	Precios	Total Ventas Mensuales (en \$)
PAN	19	3899400	100	389940000
	33	2793600	100	279360000
	21	1455000	100	145500000
	11	465600	100	46560000
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>8613600</b>	<b>100</b>	<b>861360000</b>
GALLETAS	52	1669500	100	166950000
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>1669500</b>	<b>100</b>	<b>166950000</b>

El proceso productivo que se sigue en las panaderías, comienza cuando se revuelve la harina en un recipiente, en donde se mezcla los respectivos ingredientes, posteriormente se utiliza un cilindro eléctrico en donde se revuelve la masa hasta que listo para hacer el pan, en seguida se procede a realizar el pan manualmente, el cual se va dando forma y se lo colocara en unas latas, posteriormente a esto se coloca las latas con los panes artefacto, llamado por los panaderos cuarto de crecimiento, donde se espera durante un tiempo hasta que el pan este leudado, para posteriormente colocarlo a hornear, en hornos eléctricos, a gas o de A. C .P.M , etc. Finalmente se saca el pan y se pone a la venta, aquí nos podemos dar cuenta que no se da una división del trabajo, porque por lo general el panadero hace todo el proceso productivo, e incluso se dan casos que existen dos panaderos pero cada cual realiza su trabajo.

**7.5.1 Orientación de la producción.** Con un 57.7% los empresarios dijeron que las panaderías se orienta por el mercado, esto se debe a que la mayoría de estas venden sus productos en el lugar donde producen, esto se da particularmente en las panaderías centrales que tienen mayor tamaño.

Por otro lado los micro empresarios afirmaron que la producción se orienta por pedidos ya que gran parte de las panaderías de menor tamaño distribuyen a las tiendas de los diferentes barrios del municipio además hay algunas panaderías que venden en la Exprovincia de Obando.

#### **Cuadro 4. Forma de vender en las microempresas panaderas**

ORIENTACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	NUMERO DE PANADERIAS	%
Pedidos	36	42.3
Orientación del mercado	49	57.7
TOTAL	85	100

**7.5.2. Variación de la producción en las panaderías.** La variación de la producción en las microempresas panaderas en los últimos 5 años han disminuido en un 47.05%, principalmente por la competencia internacional del pan Bimbo, que esta acaparando mas mercado, por otra parte también por la competencia del producto sustituto como es el pan de maíz.

Por otro lado se aumento de la producción en un 23.3%, esto se dio en las panaderías que distribuyen a los diferentes barrios de Ipiales ya que los pedidos aumentaron. En cuanto la opción permaneció igual participo en un 17.64

#### **Cuadro 5. Variación de la producción durante los últimos 5 años**

VARIACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	NUMERO DE PANADERIAS	%
Aumento	20	23.85
Disminuyó	40	47.05
Permaneció igual	25	17.64
TOTAL	85	100

**7.5.3 Insumos y materias primas utilizadas en la producción.** En la producción de pan y sus derivados se utiliza los siguientes insumos y materias primas:

Harinas, Mantequilla, huevos, levaduras, grasas, polvo de hornear, extractos, esencias, dulces, azúcar, sal, mermeladas, cremas, etc. Estas últimas son para hacer pasteles decorados

### **7.6 EMPLEOS Y SALARIOS EN LA MICROEMPRESAS PANADERAS EN EL 2003**

#### **7.6.1 EMPLEO SEGÚN GENERO EN LAS PANADERIAS EN EL 2003**

En las 85 panaderías estudiadas se absorbe aproximadamente 743 empleados entre los que se encuentran panaderos, administrador, vendedores, meseros (as).

En la producción de pan los hombres participan en un 39% que principalmente son panaderos ayudantes y administradores, mientras que el 61% de la mano de obra requerida

en una panadería son mujeres, que participan como meseras y vendedoras, ya que estas microempresas prestan otros servicios entre los cuales están: restaurante y cafetería; cabe destacar que los empleados que están en la producción son de 4 a 5 empleados.

Por otra parte se debe tener en cuenta que la fuerza de trabajo en estas microempresas es de origen familiar y asalariado, con respecto al trabajo familiar presenta en las panaderías de menor tamaño, en las cuales colaboran en el trabajo la esposa y los hijos

Por otra parte el trabajo asalariado, se presenta en las grandes panaderías, donde el trabajador esta sometido a las leyes de la oferta y la demanda laboral, ya que es contratado por el microempresario en las condiciones que opere su microempresa; además el empleado por cambiar la situación de ser un desempleado mas, renuncia a las prestaciones sociales, en algunos casos con una mínima remuneración para su subsistencia

**Cuadro 6. Empleos según genero en las panaderías**

<b>GENERO</b>	<b>NUMERO DE EMPLEOS</b>	<b>%</b>
Hombres	290	39
Mujeres	453	61
<b>TOTAL</b>	<b>743</b>	<b>100</b>

**7.6.2 Salarios de los empleados en las panaderías.** Teniendo en cuenta que el salario mínimo legal vigente en Colombia se encuentra en \$358000, se puede decir que del total de los hombres empleados en las panaderías el 44.8% gana el salario mínimo que corresponde a panaderos, mientras que un 28.6 de los empleados ganan más del mínimo, que se encuentran en cargos administrativos.

Por otra parte los empleados que ganan menos del mínimo participan con el 28.6, del total de los empleados que generalmente son ayudantes en la producción.

Del total del personal femenino el 2.9 gana menos del salario mínimo, ya que la gran mayoría trabajan en ventas y como meseras, con un 29.3 participan las empleadas que ganan el salario mínimo, que generalmente son administradoras del negocio.

También hay que tener en cuenta que las reglamentaciones laborales en estas microempresas en materia de salarios mínimos y prestaciones sociales se aplican únicamente a los trabajadores asalariados, es decir a los que trabajan por contrato, no a los trabajadores independientes o familiares no remunerados. Usualmente se encuentran en las panaderas de menor tamaño, por esta razón aun si la flexibilidad en el manejo laboral resulta un requisito esencial para el enganche de asalariados por las pequeñas unidades productivas (adaptación a los ciclos de demanda ante la insuficiencia mano de obra familiar), su rentabilidad no puede provenir del pago de salarios tan bajos que apenas le alcance al obrero para su subsistencia.



### Cuadro 7. Salario de los empleados según género

SALARIO	HOMBRES	%	MUJERES	%
Salario mínimo	130	44.8	133	29.3
Menos del mínimo	77	26.5	285	62.9
Mas de salario mínimo	83	28.6	35	7.72
TOTAL	290	100	453	100

### 7.7 CAPACITACIÓN DE LOS EMPLEADOS PANADEROS

**7.7.1 Áreas de capacitación.** Los empleados del sector panadero que han recibido alguna capacitación son el 72%, y por el contrario los empleados que no han recibido alguna capacitación tienen un porcentaje de 27.5%.

La principal capacitación de los empleados ha sido en producción y diseños, participando en un 80.3%, especialmente capacitaciones hechas por el SENA, en manipulación de alimentos y las capacitaciones que les ofrecen Levapan y Distribuciones Fleisman.

Por otra parte con un 16.3% participan las relaciones interpersonales, que han ido dirigidas por mantener mejores relaciones humanas dentro de la microempresa

### Cuadro 8. Áreas en las que se ha capacitado el personal panadero

AREAS DE CAPACITACIÓN	NUMERO EMPLEADOS	%
Producción y diseños	49	80.3
Relaciones interpersonales	10	16.3
otras	2	0.32
TOTAL	61	100

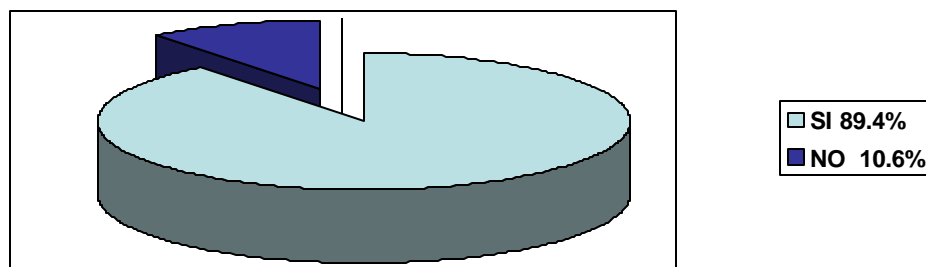
### 7.8 FINANCIAMIENTO DE LA MICROEMPRESA PANADERA

El 89.4% de las microempresas dijeron que si ha pedido crédito, para mejorar la empresa, por el contrario el 10.6% de los microempresarios respondió que no han solicitado créditos, porque los intereses son muy altos y además su ingreso no les alcanza para pagar el crédito mensual.

Por otra parte los requisitos exigidos y la tramitología son obstáculos para que las pequeñas unidades económicas pueda tener acceso a préstamos. Además un banco para conceder un préstamo le pide requisitos que el microempresario no puede cumplir como por ejemplo sus estados financieros que permite observar la capacidad de reintegro, algunas veces es importante estar legalizado, tener respaldo de un bien raíz o codeudores. Todas

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

**Figura 4. Solicitud de crédito**



**7.8.1 Uso del crédito en la microempresa panadera.** La destilación del crédito en la microempresa panadera en un 76.3%, ha ido destinada a comprar materias primas para la producción especialmente ala compra de harinas ya que afirmaron que en grandes cantidades les resulta mas barato.

En un 17.1%, se destino el crédito a comprar maquinaria principalmente hornos de gas para la producción de pan, también se a comprado cilindros para amasar el pan.

En un 2.63%, se utilizo para pagar arrendamiento puesto que en algunos casos se habían quedado sin pagar hasta 3 meses de arrendamiento. (Ver cuadro 9).

**Cuadro 9. Destinación del crédito**

DESTINACIÓN DEL CRÉDITO	NÚMERO DE MICROEMPRESARIOS	%
Paga arrendamiento	2	2.63
Adquisición de materias primas	58	76.3
Adquisición de maquinaria	13	17.1
otros	3	3.94
TOTAL		100

**7.8.2 Fuentes de financiamiento.** Los microempresarios panaderos principalmente han solicitado créditos a bancos en un 46%, esto se ha porque en las panaderías más grandes estas tienen mas activos con que responder sus créditos además los extractos bancarios son buenos y no tienen problemas con las centrales de riesgo financiero, además las tasas de interés para estos ha sido baja de un 2 a 3 %, por otra parte el 25.3%, de los créditos se han solicitado a familiares esto se a dado en las microempresas nuevas que han empezado a funcionar pero el crédito a sido mas caro aproximadamente en un 5%. Se han solicitado créditos a prestamistas que representa el 21%, que en algunas oportunidades se han pagado

tasa hasta del 10%, finalmente esta clase de crédito se paga diario por las microempresas más pequeñas

**Cuadro 10. Principales fuentes de financiamiento del microempresario panadero**

FUENTES	NUMERO DE MICROEMPRESARIOS	%
Familiares	20	25.3
Prestamistas	16	21.0
Bancos	35	46.0
Otros	5	6.57
TOTAL	76	100

## 7.9 ABASTECIMIENTO Y DESTINO DE LAS MATERIAS PRIMAS, MERCADOS Y MERCADEO EN LAS PANADERIAS

**7.9.1 Abastecimiento de materias primas.** El abastecimiento de materias primas, en un 67% es local, es decir que se compra en la ciudad de Ipiales, los principales proveedores son: Levapan, distribuidores Fleisman y algunos graneros.

Con un 17.6%, la compra de materias primas se compran en la ciudad de Pasto, y un 12.9%, se compra a nivel nacional generalmente en Cali. También con un 2.35%, la compra de materias primas se compra en Tulcán que es de menor calidad y no da los rendimientos esperados.

**Cuadro 11. Procedencia de materias primas para las panaderías**

PROCEDENCIA DE LAS MATERIAS PRIMAS	NUMERO DE PANADERIAS	%
Local	57	67
Regional	15	17.6
Nacional	11	12.9
Internacional	9	2.35
TOTAL	85	100

**7.9.2 Mercados de las microempresas panaderas.** El destino de la producción de pan es a nivel local en un 92.9%, es decir se vende dentro del municipio, a nivel internacional representa el 7.05%, que se vende principalmente pasteles, se puede dar cuenta que las panaderías no cubren a nivel Nacional ni Regional.

**Cuadro 12 Destino de la producción panadera**

<b>DESTINO DE LA PRODUCCIÓN</b>	<b>NUMERO DE PANADERIAS</b>	<b>%</b>
Local	79	92.9
Regional		
Nacional		
Internacional	6	7.05
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100</b>

### **7.9.3 Mercadeo en las microempresas panaderas.**

☞ **Estrategias de mercadeo.** Los microempresarios panaderos dijeron que si habían realizado mercadeo en un 75%, por otra parte no han realizado mercadeo en un 25%, esto se da porque no saben que es mercadeo y porque es muy costoso.

Las estrategias de mercadeo de las microempresas panaderas las mas utilizadas han sido las promociones, porque en la gran mayoría los productos son perecederos y se hace indispensable venderlos rápidamente, porque el pan no puede durar mas de 3 días.

La publicidad también a sido un factor importante para vender utilizada en un 32.8%, el medio que sé a utilizado a sido volantes y cuñas radiales. Las encuestas tienen un 18.75%, aunque no son muy utilizadas algunas microempresas las han utilizado para hacer enterar a la gente cuando inicio el negocio.

Las microempresas panaderas legalmente constituidas tienen un letrero en su establecimiento que las identifican y las dan a conocer al mercado, además utilizan bolsas con el nombre de su establecimiento. Nigua de estas microempresas utiliza las estrategias de empaqueo industrial como lo hacen las grandes panaderías. A diferencia de las panaderías formales los establecimientos informales no practican estrategias de mercadeo solamente una estrategia que es la del vendaje (dar dos panes por \$1000).

**Cuadro 13. Estrategias de mercadeo utilizadas en las panaderías**

<b>ESTRATEGIAS DE MERCADEO</b>	<b>NUMERO DE PANADERIAS</b>	<b>%</b>
Encuestas	12	18.75
Publicidad	21	32.8
Promociones	28	43.75
otras	3	4.68
<b>TOTAL</b>	<b>64</b>	<b>100</b>

## **7.10 ASOCIACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS PANADERAS**

El sector microempresarial respondió que no se encuentra asociado en un 95%, argumentando que no se tiene un compromiso serio en la toma de decisiones en conjunto ya que cada cual lucha por sus propios intereses. Por el contrario un 5%, si se encuentra asociado, bien sea con un familiar o amigo.

Se ha notado un desinterés muy grande por asociarse, el principal motivo es la desconfianza que existe entre los microempresarios dedicados a la producción de pan, argumentan que se ha tratado de conformar asociaciones pero que al corto tiempo han fracasado.

## 8. ESTUDIO ECONOMICO DE LAS MICROEMPRESAS CERRAJERAS

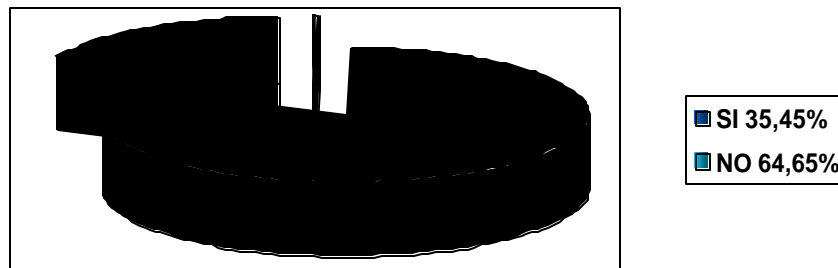
### 8.1 MICROEMPRESAS CERRAJERAS FORMALES E INFORMALES

El 64.6%, de las microempresas del sector cerrajero no se encuentra inscritas en la Cámara de Comercio de Ipiales, argumentando que es muy costoso registrarse. El 35.4%, si se encuentra inscrito en la Cámara de Comercio, estos afirmaron que es importante estar inscrito ya que actualmente para las empresas que contratan sus servicios les interesa que estén legalmente constituidas con su respectivo NIT.

Teniendo en cuenta que la mayoría de microempresas cerrajeras son informales se debe tener en cuenta las restricciones jurídicas que enfrentan, en muchos casos se los toma de manera secundaria, si analizamos los obstáculos económicos con los que cuenta. Por esto se necesita una política de apoyo para las unidades económicas pequeñas que exija una estrategia jurídica que supere las trabas legales que se oponen a su desarrollo, no puede consistir en excepcionarlas pura y simplemente de toda reglamentación, sino que se debe encontrar dentro de las leyes actuales formas adecuadas a su naturaleza o llegado el caso diseñar nuevas formas.

Es por eso que se hace necesario establecer un marco jurídico adecuado para la economía informal en donde se pueda diseñar un régimen especial favorable en materia de registro mercantil, licencias e impuestos etc. Por otra parte también se debería buscar dentro de la legislación existente formas jurídicas posibles que sin necesidad de un régimen de excepción produzcan los mismos resultados, pero para que se de esto sería necesario una definición operativa y clara de economía informal.

**Figura 5 Microempresas cerrajeras registradas en la cámara de comercio**



## **8.2 PROPIEDAD DEL SITIO DONDE REALIZA LA ACTIVIDAD ECONOMICA EL CERRAJERO**

El 52%, de las cerrajerías donde funcionan es propio, puesto que el taller se encuentra en la casa donde el microempresario vive; el tipo de propiedad arrendado participa con el 33.2%, de las cerrajerías, esto se da porque los microempresarios no tienen los recursos para comprarse una casa o un local propio, por lo general el arriendo no es muy costoso ya que las cerrajerías se encuentran alrededor de la ciudad de Ipiales.

El tipo de propiedad anticresis representa el 10.4%, el porcentaje es reducido, puesto que en Ipiales, esta tendiendo a desaparecer por que la gente de otras partes del país demanda casas y locales en arriendo, otros representa el 4.16 que por lo general son casas prestadas, por familiares del microempresario

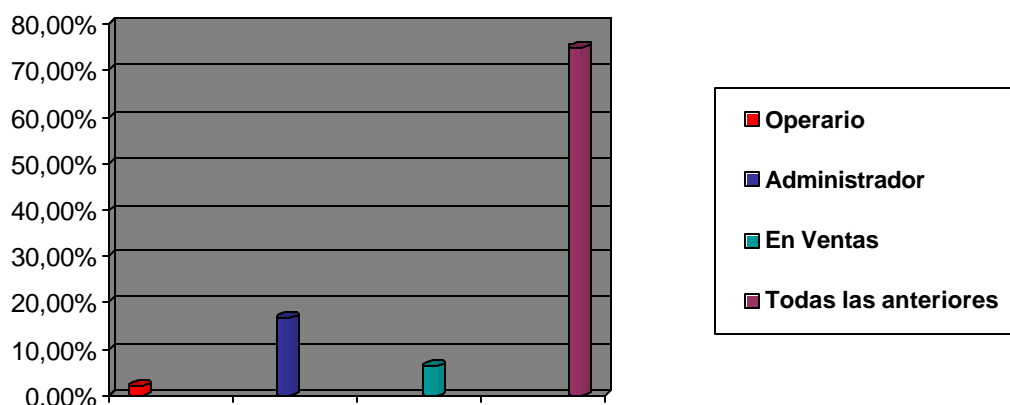
**Cuadro 14 Tipo de propiedad donde funciona la microempresa cerrajera**

<b>TIPO DE PROPIEDAD</b>	<b>NUMERO DE CERRAJERIAS</b>	<b>%</b>
Arriendo	16	33.2
Anticresis	5	10.4
propio	25	52
otro	2	4.16
<b>TOTAL</b>	<b>48</b>	<b>100</b>

## **8.3 LABOR DE LOS MICROEMPRESARIO CERRAJEROS**

La labor del microempresario en su empresa por ser de pequeño tamaño realiza diferentes labores, entre las cuales se encuentra administrador, operario, en ventas, por esta razón la opción todas las anteriores representa un 75%. La labor de administrador representa un 16.6%, ya que en algunos contratan a maestros u oficiales para trabajo operario. (Ver Figura 6)

**Figura 6 Actividad que realiza el cerrajero dentro de su microempresa**



#### **8.4 EDUCACIÓN DEL MICROEMPRESARIO CERRAJERO**

El nivel educativo del microempresario es primaria completa con una participación del 54.1%, lo cual da entender que de acuerdo al grado de educación los microempresarios no tiene conocimientos suficientes para dirigir su microempresa, pero por el contrario según lo que se pudo observar, nos damos cuenta que el microempresario cerrajero es muy hábil en su oficio y que además su negocio lo tiene desde hace mucho tiempo. También cabe agregar que esta clase de actividad se ha transmitido de padres a hijos.

La mayoría de cerrajeros su edad oscila entre 35 a 60 años, por esta razón la mayoría de estos tienen nivel de educación primaria, ya que en la época no pudieron acceder a otro grado de educación, o porque no contaban con los recursos económicos

Por otra parte el 25% de los cerrajeros tienen educación secundaria, aunque estos son hábiles en su oficio, no son tan hábiles para diseñar como los microempresarios que cursaron primaria, además muchos de estos aprendieron el oficio de los cerrajeros más viejos.

En cuanto a la educación universitaria en las cerrajerías participa con el 0%, es decir no existe ni un solo universitario

**Cuadro 15 Nivel educativo del microempresario cerrajero**

NIVEL EDUCATIVO	NUMERO DE MICROEMPRESARIOS	%
Primaria	36	75
Secundaria	12	25
universitario		
<b>TOTAL</b>	<b>48</b>	<b>100</b>



## **8.5 PRODUCCIÓN DE LAS MICROEMPRESAS CERRAJERAS DE IPIALES**

En la cerrajería los principales que productos que se producen son: puertas y ventanas metálicas; la cantidad de puertas metálicas que se venden mensualmente son de aproximadamente 244 unidades de las cuales 21 cerrajerías producen de 4 a 15 puertas mensuales, es decir, 113 unidades al mes que representa el 46.3% del total de las cerrajerías estudiadas, el restante microempresas producen de 2 a 3 puertas mensuales.

Por otra parte se puede observar que los precios de las puertas son muy variadas esto depende de los materiales que se utilice. En algunos casos se utiliza lámina galvanizada, y en otros casos lámina negra, el precio más sobresaliente y al que se vende más unidades es de \$ 150.000 por puerta metálica.

Las puertas que se venden a \$130000, sus propietarios tiene cortadoras y dobladora, por esta razón pueden colocar este precio

Los ingresos por totales por venta metálicas son de \$ 37.000.000 mensuales, siendo las 21 cerrajerías las que más ingreso percibe, ya que su producción es mayor; cabe aclarar que en la gran mayoría de la cerrajería sus ingresos se ven disminuidos debido a que tienen que pagar por el servicio de cortadora y dobladora para realizar sus productos.

Las ventanas también es un producto importante en las cerrajerías, por esta razón se las ha tenido en cuenta para este estudio, la producción mensual de ventanas es de aproximadamente 434 ventanas mensuales de las cuales 14 microempresas producen el 36.3%, las otras microempresas producen el restante.

Los ingresos por las ventanas vendidas mensualmente es de \$ 10794000 que se distribuyen en las 48 cerrajerías según las unidades que produzcan.

El procesos productivo que se presenta en las cerrajerías empieza cuando el operario corta la lámina o varilla de acuerdo a lo que quiera realizar, bien sea puertas o ventanas, posteriormente utiliza una máquina que se llama dobladora para darle las formas o el diseño al producto, que usualmente esta máquina tiene un reducido número de microempresarios debido que su costo es muy alto. Después de esto se solda las piezas para darle acabado al artículo, por último se pinta para darle un toque final teniendo en cuenta lo anterior se puede afirmar que en estas microempresas se da la división del trabajo, ya que cada empleado u operario realiza una actividad específica.

**Cuadro 16 Producción de puertas y ventanas en el año 2003**

Nombre de producto	Número de micro empresa	Cantidad mensual (en unidades)	precios	Ingreso por Ventas (mensual)
PUERTAS	21	113	150000	16950000
	13	67	160000	10720000
	5	31	140000	4340000
	4	19	130000	2470000
	5	14	180000	2520000
TOTAL	48	244		37000000
VENTANAS	14	126	25000	3150000
	11	24	30000	720000
	8	87	32000	2784000
	6	63	35000	2205000
	5	36	40000	1440000
	4	11	45000	495000
TOTAL	48	434		10794000

**8.5.1 Orientación de la producción.** En un 93.75%, La producción cerrajera se orienta de acuerdo a pedidos ya que los clientes bien sean personas naturales o jurídicas dicen que y cuanto producir de cada uno de sus productos bien sea puertas o ventanas. Un 6.25%, de la producción se orienta por el mercado ya que realizan artículos metálicos y los ponen de venta al publico.

**Cuadro 17. Formas de vender en las microempresas cerrajeras**

ORIENTACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	NUMERO DE PANADERIAS	%
Pedidos	45	93.75
Orientación del mercado	3	6.25
TOTAL	48	100

**8.5.2 Variación de la producción en las cerrajerías.** La variación de la producción cerrajera durante los últimos años a disminuido en un 89.5%, debido a que hay una competencia desleal especialmente de las cerrajerías mas pequeñas ya que realizan los trabajos a un menor precio con materiales de mala calidad y además son informales

Con un 6.25%, aumento esto se dio porque algunas cerrajerías incursionaron en nuevos mercados especialmente en Tulcán Ecuador especialmente en la venta de puertas. La producción permaneció igual en un 4.16%.

**Cuadro 18. Variación de la producción durante los últimos 5 años**

<b>VARIACIÓN DE LA PRODUCCIÓN</b>	<b>NUMERO DE CERRAJERIAS</b>	<b>%</b>
Aumento	3	6.25
Disminuyo	43	89.5
Permaneció igual	2	4.16
<b>TOTAL</b>	<b>48</b>	<b>100</b>

**8.5.3 Insumos y materias primas utilizadas en la producción.** En la producción de artículos de cerrajerías se utilizan las siguientes materias primas e insumos:

Lamina, varillas redonda y cuadrada, tubos, hierro, platino, soldadura, pinturas, ángulos, flejes, seguetas, aluminio, madera etc.

## **8.6 EMPLEOS Y SALARIOS EN LAS MICROEMPRESAS CERRAJERAS**

**8.6.1 Empleos según género en las cerrajerías.** En las 48 cerrajerías estudiadas el número de empleos asciende a 192 de los cuales el 91% son hombres y un 9% son mujeres. En cuanto al género masculino, los empleos se ubican entre administradores, maestros, oficiales y ayudantes.

Por otra parte el genero femenino, representa un 9% del total de empleos en las cerrajerías, esto nos da ha entender que el trabajo es solamente parta hombres, las pocas mujeres que trabajan en las cerrajerías, lo hacen en trabajos administrativos o domésticos.

También hay que tener en cuenta que en las microempresas cerrajeras tiene también una característica igual a la gran mayoría de las microempresas, la cual consiste en que no hay diferenciación entre el trabajo aportado por el dueño y el capital, ya que el propietario es un operario mas, además en alguna de estas microempresas, el dueño monopoliza las funciones directivas y no da pie a la colaboración de su cónyuge o a la colaboración de sus hijos. Hay que tener en cuneta que en estas microempresas carecen de un contrato escrito de trabajo acorde en lo establecido en la legislación laboral colombiana, predominando el contrato verbal con un límite de horario de trabajo.

Se puede decir que en Ipiales, las únicas alternativas de empleo en la zona urbana son las microempresas ya que hay ausencia de procesos de industrialización pese a contar con recursos y factores productivos óptimos en la región que pueden ser ventajas competitivas. Por esto la causa estructural de desocupación da origen a que la población este buscando constantemente sus propios medios de empleo e ingreso, es decir buscando un autoempleo constituyendo microempresas.

**Cuadro 19. Empleo según genero en el 2003**

<b>GENERO</b>	<b>NUMERO DE EMPLEOS</b>	<b>%</b>
Hombres	175	91%
Mujeres	17	9%
<b>TOTAL</b>	<b>192</b>	<b>100</b>

**8.6.2 Salario de los empleados en las cerrajerías.** Teniendo en cuenta que el salario mínimo legal en Colombia se encuentra en \$358000, En cuanto al salario del genero masculino en las cerrajerías, se puede decir que la gran mayoría de estos ganan menos del salario mínimo con un 63.4%, esto se debe a que el trabajo generalmente se hace por obra y hay coacciones que el trabajo anda mal por que los clientes no hacen pedidos, aquí se ubican los ayudantes y oficiales y personal nuevo

Por otra parte los que gana el salario mínimo representa un 21.7 del total de empleados, aquí ubicamos los maestros que tienen una trayectoria en la empresa además, estos pueden percibir ingresos de los arreglos a elementos metálicos por lo general en tares de soldar. Los que ganan más del salario mínimo, son por lo general, los que trabajan en la administración, esto representa un 14.8 del total de hombres

En cuanto al género femenino, el salario que recibe es por lo general salario mínimo, que representa un 47% del total de personal femenino, estas principalmente son las que administran el negocio.

También nos podemos dar cuenta que el trabajador asalariado se ve sometido a los rigores de la oferta y demanda del trabajo y a su vez con la mano de obra adicional, siendo contratadas en las condiciones que opera la microempresa viéndose obligado a renunciar a sus prestaciones sociales, a cambio de transformar su situación de desempleo, e incluso algunos cerrajeros afirmaron que crearon su microempresa por lo general informal para percibir ingresos ya que estaban desempleados, también se puede decir que en estas cerrajerías una parte del trabajo es familiar y la otra parte es asalariado.

En las cerrajerías hay que tener en cuenta que la remuneración es por tareas, esto se da para evitar un contrato de trabajo formal, por esta razón el pago se hace mensual, semanal, diario, según las obras realizadas.

**Cuadro 20. Salario de los empleados según genero**

<b>SALARIO</b>	<b>HOMBRES</b>	<b>%</b>	<b>MUJERES</b>	<b>%</b>
Salario mínimo	38	21.7	8	47
Menos del mínimo	111	63.4	6	35.2
Mas de salario mínimo	26	14.8	3	17.8
<b>TOTAL</b>	<b>197</b>	<b>100</b>	<b>17</b>	<b>100</b>

## 8.7 CAPACITACION DE LOS EMPLEADOS CERRAJEROS

**8.7.1 Áreas de capacitación.** En las cerrajerías el personal no se ha capacitado en ninguna área en un 93%, por el contrario si se ha capacitado un 7%. Con un 50%, los empleados que se han capacitado lo han hecho en producción y diseño especialmente en forjes de metales, nuevos diseños de los productos que realizan, algunos se han actualizado con revistas, enciclopedias etc. Que le permite realizar mejor su trabajo y ser más competitivo en el mercado. En un 25%, se han capacitado en relaciones humanas para mejorar el clima labora entre patronos y obreros, la minoría de los cerrajeros que se han capacitado dijeron, que las capacitaciones no tienen que ir dirigidas tanto a relaciones humanas o historia de este oficio sino mas bien que las capacitaciones deben ser practica, con un profesional altamente capacitado que les enseñe las nuevas tendencias en manipulación y forge de metales que ellos no saben de su oficio

**Cuadro 21. Áreas en las que se ha capacitado el personal cerrajero**

AREAS DE CAPACITACION	NUMERO EMPLEADOS	%
Producción y diseños	2	50
Relaciones interpersonales	1	25
Otras	1	25
TOTAL	4	100

## 8.8 FINANCIAMIENTO DE LA MICROEMPRESA CERRAJERA

**8.8.1 Uso del crédito en la microempresa cerrajería.** Los microempresarios cerrajeros han afirmado en un 85%, que no han solicitado créditos y en un 15% que si han solicitado créditos, según ellos esto se debe a que los tramites son muy engorrosos y además les exigen cosas que ellos no poseen

Con un 57.1%, el crédito que han pedido los microempresarios cerrajeros han ido destinados a la adquisición de maquinaria empleada para la fabricación de puertas y ventanas, las maquinarias que se compro fueron: dobladoras, cortadoras, soldadores y pulidoras, especialmente se compro dobladoras y cortadoras ya que estas tienen que alquilarlas.

Con un 14.2%, el crédito se destino por igual entre los cerrajeros a pagar arrendamientos, adquisición de materias primas y otros

**Cuadro 22. Destinación del crédito**

DESTINACIÓN DEL CRÉDITO	NÚMERO DE MICROEMPRESARIOS	%
Paga arrendamiento	1	14.2
Adquisición de materias primas	1	14.2
Adquisición de maquinaria	4	57.1
otros	1	14.2
TOTAL	7	100

**8.8.2 Fuentes de financiamiento.** La mayoría de los microempresarios cerrajeros han solicitado crédito a bancos en un 57.1%, a tasa de interés bajas que oscilan entre 2 y 3%, que a sido muy accesible para poder pagar mensualmente ya que los ingresos eran relativamente altos, pero que hoy en día se les hace muy difícil endeudarse.

Con 14.2% dijeron que han pedido a prestamos por igual a familiares, prestamistas y otros a tasas de interés que oscilan entre 5y 10%, que en algunos casos han tenido que pedir estos prestamos para inyectar capital a su empresa para que pueda sostenerse o para pagar deudas atrasadas.

**Cuadro 23. Principales fuentes de financiamiento del microempresario cerrajero**

	NUMERO DE MICROEMPRESARIOS	%
Familiares	1	14.2
Prestamistas	1	14.2
Bancos	4	57.1
Otros	1	14.2
TOTAL	41	100

## **8.9 ABASTECIMIENTO DE MATERIAS PRIMAS, MERCADOS Y MERCADEO EN LAS CERRAJERIAS**

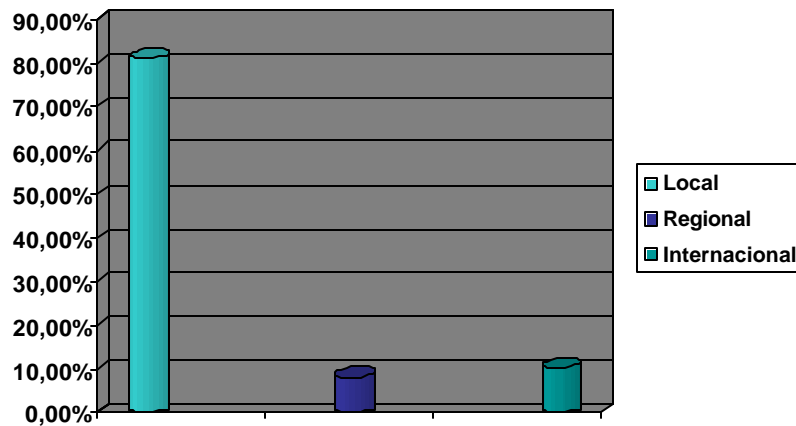
**8.9.1 Abastecimiento de materias primas.** El abastecimiento de materias primas e insumos para el sector cerrajero en un 75%, es local es decir que se compra en la ciudad de Ipiales, cuyos principales proveedores son almacenes como el cerrajero, el plomero, la frontera, etc. En un 10.4%, los insumos y materias primas se los compra en la ciudad de Pasto, en un 8.3%, las cerrajerías compran materias primas a nivel internacional especialmente en Tulcán, cuyos principales proveedores son Gromac y Comercial Carchi.

**Cuadro 24. Procedencia de las materias primas para las cerrajerías**

PROCEDENCIA DE LAS MATERIAS PRIMAS	NUMERO DE CERRAJERIAS	%
Local	36	75
Regional	5	10.4
Nacional	3	6.25
Internacional	4	8.33
TOTAL	48	100

**8.9.2 Mercados de las microempresas cerrajeras.** El 81.25 de la producción se destina a nivel local, ya que son los principales clientes, que compran sus productos especialmente para la construcción, a nivel regional el destino de la producción participa en un 8.33, que se vende principalmente a los municipios de la Exprovincia de Obando, El destino de la producción a nivel internacional participa con el 10.4, ya que algunas cerrajerías venden sus productos a cliente de Tulcán, que hacen contratos con ingenieros, que utilizan sus productos para la construcción

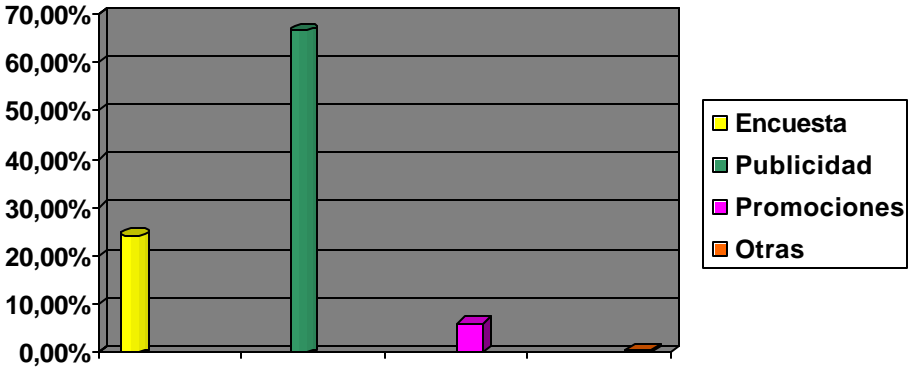
**Figura 7. Destino de la producción cerraje ra**



**8.9.3 Mercadeo en las microempresas cerrajeras.** El microempresario cerrajero, afirma que no ha hecho mercadeo a su microempresa en un 68%, por el contrario el 32% respondió que si ha hecho mercadeo. De los microempresarios que respondieron que si han realizado mercadeo el 66.6%, ha hecho publicidad, principalmente en radio, volantes y calendarios. El 24.2% afirmaron que han hecho encuestas para mirar las preferencias del consumidor.

Con un 6.06% esta representado las promociones que en estas cerrajerías no es muy utilizado

**Figura 8. Estrategias de mercadeo**



**8.10 ESTE SECTOR MICROEMPRESARIAL ESTA ASOCIADO**

Este sector microempresarial no esta asociado con un 98%, ya que argumentaron que la mayoría de los microempresarios tienen apatía a la unión, principalmente porque cada quien vela por sus intereses.

Con un 0.2% manifiesta que están asociados entre familiares o amigos.



## CONCLUSIONES

Las microempresas panaderas en su gran mayoría se encuentran registradas en la cámara de comercio, por el contrario las microempresas cerrajerías no se encuentran registradas ante la cámara de comercio

El lugar donde se produce y se vende los productos de las panaderías es arrendado, en cambio en las cerrajerías es propio

La labor del microempresario panadero es administrador, en las cerrajerías la labor del microempresario es muy diversa, ya que se encuentra en trabajos operativos, administrativos y en ventas

El nivel educativo del microempresario panadero y cerrajero es primaria completa.

La producción de la microempresa panadera se orienta por el mercado, es decir se vende en el lugar donde se produce en la gran mayoría de estas, en la microempresas cerrajera la producción se orienta de acuerdo a pedidos que haga el consumidor, es decir este decide en ultimas cuanto producir

En las microempresas panaderas se emplean mas mujeres, ya que la mayoría son meseras, puesto que muchas las panaderías tiene servicio de cafetería y restaurante. En las microempresas cerrajerías se emplea mas hombres, debido ha que las labores son arduas.

Los microempresarios cerrajeros no han solicitado créditos, por el contrario los microempresarios panaderos si han solicitado créditos a entidades financieras, cuyo destino se ha dirigido a la compra de materias primas

Las microempresa panaderas y cerrajerías en su gran mayoría no han tenido ninguna capacitación y los pocos que han recibido alguna capacitación lo han hecho en producción y diseños

El abastecimiento de las materias primas tanto de las cerrajerías y de las panaderías es a nivel local, es decir se compran en Ipiales, el destino de la producción también se dirige a la ciudad de Ipiales

Tanto el microempresario cerrajero como el panadero no tienen ninguna clase de asociación (gremios, sindicatos, cooperativas etc).

El nacimiento de una microempresa panadera o cerrajera según nuestro estudio se da por el desempleo y los bajos salario, es decir que el crecimiento de microempresas tiene una relación directa con el desempleo e inversa con el salario

Las microempresas panaderas pequeñas desaparecen del mercado en algunas ocasiones por la estrategia de dar vendaje produciendo pocas unidades

## RECOMENDACIONES

Las microempresas cerrajerías y panaderías, no deberían contentarse solamente con vender en el sitio donde producen o que las ventas se hagan por pedidos, sino que se debería ampliar su producción, buscando canales de distribución para sus productos y con esto a su vez buscar nuevos nichos de mercado, tanto a nivel nacional, regional o local

Se debería prestar asistencia técnica a las microempresas cerrajerías y panaderías, por parte de entidades gubernamentales y no gubernamentales, en aspectos relacionados con la producción, diseños, diversificación de productos etc.

De parte de la secretaria social y de desarrollo comunitario, se debería motivar y colaborar a los microempresarios para que formen sindicatos, asociaciones, cooperativas, gremios etc., ya que esta iniciativa les traerá grandes beneficios económicos, ya sea para adquirir materias primas a menor precio o fijar un precio más estable puesto que en conjunto se podrá pactar un precio más bajo con el proveedor, además esta estrategia les servirá como una arma para ser más fuertes y defenderse de la competencia externa, especialmente del Área de Libre Comercio para las Américas.

Realizar capacitaciones a través de entes municipales y nacionales para que el sector panadero y cerrajero, puedan ser más competitivos en el mercado, ya que con esto se tendrá la capacidad de informarse de las nuevas formas de producción que se están siguiendo en la actualidad.

Crear una oficina de información y asesoría por parte de la Alcaldía Municipal y ponerla a disposición de cada sector microempresarial, en donde el microempresario pueda conocer, difundir y utilizarla para mejorar su trabajo, además esta oficina les deberá prestar gratuitamente el servicio de Internet, para que el microempresario se actualice en lo relacionado a producción, diseños etc., que se estén siguiendo en otros países.

Buscar mecanismos en lo posible por parte del patrono, para afiliarse a los trabajadores panaderos y cerrajeros, en especial estos últimos a la seguridad social y riesgos profesionales.

Realizar exposiciones o ferias semestral o anualmente, para mostrar al público, los productos de las cerrajerías y las panaderías

Realizar un catálogo o revista individual o colectiva para que el consumidor pueda apreciar sus productos, además este les servirá como medio publicitario

## BIBLIOGRAFIA

ANZOLA, Sérvulo. Administración de pequeñas empresas. México : Mc. Graw Hill, 2001. 280 p.

BEJARANO, Jesús Antonio. Industrialización y política económica. Bogotá : Editorial la carreta. 245 p.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 590 10 de julio de 2000. Bogotá : CONGRESO DE LA REPUBLICA, 2000. 258 p.

CORPORACIÓN AUTÓNOMA PARA EL DESARROLLO DE NARIÑO. Plan integral de desarrollo de Ipiales y la exprovincia de Obando adelantado por CORPONARIÑO. Pasto : CORPONARIÑO, 1986 85 p.

\_\_\_\_\_. Diagnostico técnico económico y social de la microempresa en las ciudades de Pasto, Ipiales y Tumaco. Pasto : CORPONARIÑO, 1984 67 p.

GAITAN, Ángel Gabriel. Productividad y relaciones laborales en Colombia. En : SEMINARIO NACIONAL SOBRE PRODUCTIVIDAD. (1° : 1997 : Bogotá). Memorias del 1 Seminario de trabajo y seguridad social, 1997. 93 p.

GOMEZ, Hernando; TARAZONA, Lucia y LONDOÑO, Juan. La microempresa urbana: Perspectivas y promoción de políticas. Bogotá : Ediciones grupo social LITOSOCIAL, 1984. 233 p.

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SOCIO-ECONOMICAS Y TECGNOLOGICAS. Programa de micro y Pequeña empresa en el Ecuador, Quito y Guayaquil. Ecuador : s.n., 1989. 135 p.

LOPEZ CASTAÑO, Hugo y PARRA, Ernesto. La calidad del empleo y la microempresa urbana en Colombia. Bogotá : Dnp. COLCIENCIAS, 1990. 51 p.

OSER, Jacob. Historia del pensamiento económico. Madrid : Aguilar , 1980. p. 463-464.

OSPINA SARDI, Jorge. Conocimiento y Competitividad: Base para un plan del programa nacional de desarrollo y tecnológico industria y calidad. Bogotá : COLCIENCIAS 1993. 262 p.

PORTER, Michael. La ventaja competitiva de las Naciones. Buenos Aires : Vergara, 1990. 1025 p.

RINCON, Gille Nicolás. Pequeña y Mediana industria. Santa Fe de Bogotá : Facultad de ciencias económicas Universidad Nacional de Colombia, 1996. 226 p.

UNIVERSIDAD DE NARIÑO. Ensayos de economía En : Revista Tendencias. Pasto Vol. 3, No. 2 (Dic. 2002) 183 p.

URIBE ECHEVARRIA, Francisco y FORERO, Edgar. El sector informal en las ciudades intermedias. Bogotá : Líder, 1991, 152 p.

ZERDA SARMIENTO, Álvaro. Pequeñas y medianas empresas industriales. Bogotá : Universidad Nacional de Colombia, 1996. 105 p.

ZONKEL, Oswaldo. El desarrollo desde dentro un enfoque neoestructuralista. Chile : *s.n.*, 1997. 458 p.

# ANEXOS

**Anexo A. Encuesta a la microempresa panadera y cerrajera año 2003**

UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
ENCUESTA A LA MICROEMPRESA PANADERA Y CERRAJERA  
AÑO 2003.

DATOS GENERALES DE LA MICROEMPRESA

1 Nombre del establecimiento \_\_\_\_\_ Dirección  
\_\_\_\_\_ Teléfono \_\_\_\_\_

1.1 Actividad económica que realiza su  
microempresa \_\_\_\_\_

1.2 Donde funciona su microempresa es: arrendado \_\_\_\_ anticresis \_\_\_\_\_  
Propio \_\_\_\_ otro \_\_\_\_\_

1.3 Usted como microempresario en la empresa labora como:  
operario \_\_\_\_ Administrador \_\_\_\_ en ventas \_\_\_\_ todas las anteriores \_\_\_\_ otro \_\_\_\_\_

1.4 Su nivel educativo es: P.I. \_\_ PC \_\_ S.C \_\_ SI \_\_ U.C \_\_ U.I \_\_\_\_\_

2. PRODUCCION

2.1 Producción mensual (toneladas, unidades, otros) producto 1 \_\_\_\_\_ Precio  
\$ \_\_\_\_\_ producto 2 \_\_\_\_\_ precio \$ \_\_\_\_\_ Otro  
\_\_\_\_\_ \$ \_\_\_\_\_

2.2 La producción se orienta de acuerdo a: pedidos \_\_\_\_ por orientación del  
mercado \_\_\_\_\_

2.3 Durante los últimos 5 años su producción: aumento \_\_\_\_ disminuyo \_\_\_\_ Permaneció  
igual \_\_\_\_\_  
porqué \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2.4 Insumos y materias primas utilizadas en la producción:  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2.5 Maquinaria y herramientas utilizadas en la producción: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### 3. EMPLEO

3.1 Cuantos empleados trabajan actualmente en su microempresa: \_\_\_\_\_ de los cuales cuantos son Hombres \_\_\_\_\_ mujeres \_\_\_\_\_

3.2 De los empleados cuantos ganan: salario mínimo \_\_\_\_\_ mas del mínimo \_\_\_\_\_ menos del mínimo \_\_\_\_\_

3.3 Han recibido sus empleados alguna capacitación: si \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_  
Porque \_\_\_\_\_

3.4 Los empleados que han recibido capacitación lo han hecho en: producción y diseño \_\_\_\_\_ relaciones \_\_\_\_\_ interpersonales \_\_\_\_\_  
otras \_\_\_\_\_ Cuales \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### 4. CREDITOS

4.1 Ha solicitado créditos: si \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_

4.2 Ha quienes ha solicitado crédito: familiares \_\_\_\_\_ prestamistas \_\_\_\_\_  
Bancos \_\_\_\_\_ proveedores \_\_\_\_\_ otros \_\_\_\_\_ cuales \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

4.3 El crédito se ha destinado a: adquisición de materias primas \_\_\_\_\_ Pagar arrendamiento \_\_\_\_\_ adquisición \_\_\_\_\_ de maquinaria \_\_\_\_\_ Otros \_\_\_\_\_  
cuales \_\_\_\_\_

### 5 ABASTECIMIENTO DE MATERIAS PRIMAS, MERCADO Y MERCADEO

5.1 El abastecimiento de materias primas es: local \_\_\_\_\_ regional \_\_\_\_\_ nacional \_\_\_\_\_ internacional \_\_\_\_\_

5.2 El destino de la producción es: Local \_\_\_\_\_ regional \_\_\_\_\_ naciona \_\_\_\_\_ internacional \_\_\_\_\_

5.3 Actualmente ha realizado mercadeo para su empresa: si \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_ Porque \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



5.4 Que estrategia de mercadeo ha utilizado:  
encuestas\_\_\_\_\_promociones\_\_\_\_\_publicidad\_\_\_\_\_otras

\_\_\_\_\_cuales\_\_\_\_\_

5.5 Este sector microempresarial esta asociado: si\_\_\_\_\_ no\_\_\_\_\_  
porque\_\_\_\_\_

## 6. OBSERVACIONES

---

---

---

**Anexo B. Censo de microempresarios del sector de panaderos****ALCALDÍA MUNICIPAL DE IPIALES  
SECRETARIA SOCIAL Y DE DESARROLLO COMUNITARIO  
CENSO DE MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR DE PANADEROS**

<b>No.</b>	<b>RAZON SOCIAL</b>	<b>NOMBRE DEL PROPIETARIO</b>	<b>DICRECCIÓN</b>	<b>TELEFONO</b>
1	PUNTO INTERNACIONAL	FELIPE LEON	CARR 6# 17XX	7730427
2	PAN PAN	JOSE ARMANDO RUIZ	CAR 6 # 12-76	7733861
3	LA INTERNACIONAL	ALVARO ORTEGA	CAR 6 # 15-64	7735341
4	PANADERIA LA 14	ANA YASMIN BILBAO	CLL 14 # 7-90	7732654
5	LA SULTANA DEL SUR	AMPARO CHAMORRO	CAR 7 # 12A79	7732654
6	LA GALAXIA	MARINO NARVAEZ	CAL 9 # 6-40	7733878
7	PAN FINO	SANTIAGO ROJAS	CAR 6 # 10-45	7732554
8	ALPINA	LUIS BOLAÑOS	CAL 14 # 8-14	7733677
9	PANEXTRA	GERMAN IBARRA	CAR 7 # 15-09	
10	LA ESPECIAL	HUMBERTO ORTEGA	CAR 7 # 12 A100	
11	LA COLMENA	DIEGO RAMIREZ	CAR 7 # 10-52	
12	LAS LAJAS	ROCIO MEJIA	CAR 6 # 3-103	
13	PANESA	ALICIA PARRA	CAR 6 # 3-95	
14	EL BUEN PAN	RUPERTO NARVAEZ	CAR 5 #4-32	
15	PONQUE ROMEL		CAR 7 # 10-61	7734051
16	LA INTERNACIONAL	MARINO ROJAS	EL TERMINAL	
17	MAX PAN	PEDRO SANTACRUZ	CAR 7 # 25-35	7733395
18	SAN FERNANDO	ROSA CASTRO	CAR 7 # 25-75	
19	FRESCO PAN	TERESA PASQUEL	CAR 7 # 26-03	7252275
20	LOS TRIGALES	LUZ MARINA VARGAS	CAR 7 # 21-161	7251378
21	PANEXTRA		CAL 13 # 5-42	
22	LA ESPIGA	LUIS EDUARDO ANDRADE	CAR 7 # 26-84	
23	S/N	MARTIN ALONSO	CAR 7 # 27-182	
24	MI PONQUE CASERO		CAL 10 # 6-21	7255592
25	NUTRIPAN	FANY LUCERO	CAL 22 # 4-54	
26	COMAPAN	ALICIA CUASAPAS	CAR 6 # 7-08	7737890
27	MR PAN	JAIME SALAZAR	CAR 7 # 26B	
28	ORO PAN	ISAIS BACA	B/LAGO C120 C4	
29	S/N	MIGUEL A MENESES	CAR 5 Mz E C21	7251431
30	S/N	ANGEL TEZ	B/LA FLORIDA	7734468
31	RAICES INDIGENAS	JOSE SANTA PANTOJA	B/LAS CRUCES	7739340
32	S/N	LIGIA AREVALO	CAR 7 # 27-182	7732650
33	DORA PAN	JAIME RIVAS	CAL 27 CASA 8	7736971
34	LA MARIA	FRANCO LA TORRE	CAR 6 # 0-65	
35	CREMAPAN	GLORIA LA TORRE	Mz 5 c 14BB/FLOR	
36	GRANADA	GERMAN BOLAÑOS	CAR 6 # 7-16	7738148

37	S/N	SERVIO TULIO CUASQUER	LAS CRUCES	7739341
38	S/N	SEGUNDO R. QUENGUAN	YANALA	
39	S/N	ALONSO ROSERO	CALLE 24	7737279
40	JAVIER	JAVIER TATICUAN	LCALL 7 No. 2-63	
41	MAMI PAN	ARMANDO REVELO	CAR 1 # 17-56	
42	PAN DORADO	MARINA ROJAS	CALL 18 # 1 N-14	
43	S/N	GUSTAVO ORTIZ	CAR 1 # 1-38	7720116
44	S/N	ESPERANZA	CALL 18 # 2-02	
45	LOS FARALLONES	CARMEN SANTACRUZ	CAR 3 # 11-17	
46	MARIA BONITA	SEGUNDO ESPAÑA	CALL 16 # 3N-06	
47	LA ESPECIAL	TERESA LUNA	CAR 6 # 20-96	7732289
48	PAN DEL DIA	CARLOS RUIZ	CAR 7 # 8-25	7732677
49	TRIGUEÑITA	MANUEL QUENGUAN	CAR 7 · 30-15	7250373

**Anexo C. Censo de microempresarios del sector metalmecánica**

**ALCALDÍA MUNICIPAL DE IPIALES  
SECRETARIA SOCIAL Y DE DESARROLLO COMUNITARIO  
CENSO DE MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR METALMECÁNICA**

<b>No.</b>	<b>RAZON SOCIAL</b>	<b>NOMBRE DEL PROPIETARIO</b>	<b>DICRECCIÓN</b>	<b>TELEFONO</b>
1	TALLE J-L	LUIS ROSERO Y OTRO	CARR 5# 16-39	7731035
2	METALICAS MANFER	LEONEL TAPIA	CAR 5 # 16-07	7737577
3	ALUMETAL	ROCIO PATRICIA GUEVARA	CAR 4 # 18-05	3155163714
4	INDUSTRIAS LANDFOR	OLIVER TORO	CLL 22 # 3-27	7252578
5	CASA ALUM		CAR 1 # 14-10	7258078
6	METALICAS PROGRESAR	ALEJANDRO RAMIREZ	CALL 18 # 2N-20	
7	TALLER FERRETERIA ESPINOZA	MANUEL PEPINOZA	CAR 3 # 21-22	7253617
8	INDUSTRIAS ZUTA-WOLF		CAR 6 B # 26-39	7734420
9	METALICAS SAN PEDRO	HERNAN MIPAZ	CAR 7 # 26-82	3154821950
10	METALICAS GJ	GERARDO JACOME	CLL 27 # 6-87	3155308835
11		SEGUNDO REINA	CAR 7 # 29-183	7254276
12		ARMANDO BRAVO	CAR 7 # 29-201	7254276
13	METALICAS MONTECARLO		VUEL BOROJO	
14	METALICA S PEPINOZA	FELIPE PEPINOZA	CAR 8 # 25-57	7731214
15	METALICAS CABRERA	CARLOS CABRERA	CAR 13 # 25-30	MANZANO
16			CAR 12 # 24-69	7253520
17	METALICAS PREFABRICAR	LUIS E. HERNANDEZ	CLL 24 # 9-33	7736110
18	CAMBINAUTOS	JUAN INAGAN	CAR 7 # 24-165	7737309
19	METALICAS LA 25	CAMPO E. VERDUGO	CLL 25 # 6B-70	7731290
20	METALICAS SNATANDER	GONZALO BENAVIDES	CAR 6 # 31-32	3155991690
21	METALICAS EL OBRERO	JAIME ROSERO	CAR 1 # 4-25	FRENTE CICI
22	METALICAS WELDING	SERGIO REINA	EL ROSAL	
23	METALICAS REINA	LUIS ALBERTO REINA	CAR 2 CLL 4B	7730142
24		JAIRO BRAVO	CAR 2 # 2-43	7250724
25		LUIS ANTONIO MUESES	CRA 2 # 3-21	7736571
26	METALICAS CENTENARIO	EDUARCO ARCOS	CRA 2 # 3-11	7251626
27	METLICAS CENTENARIO	EDMUNDO ARCOS	CRA 2 # 3-11	7251626
28	TALLER FAEM	FRANCISCO ESTUPIÑAN	CRA 1 # 3A est 28	7736891
29	CARRAJERIA ITALIA	CARLOS H. PINCHAO M.	CRA 2 BIS #3A-72	7738915
30	CERRAJERIA SNA JORGE	LUIS MANRIQUE	CRA 1 # 2-113	7731057
31	HIERRO Y FORJA	WILLIAM SANCHEZ	CRA 3 # 7-17	LA LAGUNA
32	CERRAJERIA MARTINEZ	RAUL HUERTAS	CRA 2 # 13-47	7737205
33		ALVARO BENAVIDES	CRA 2 CLL 21	7738861
34	METALICAS SEBASTIAN	FRANCISCO A. JURADO	CLL 26 # 6C-51	7737043
35	METALICAS ALBERTO	JOSE A. CUASQUER	CRA 7 # 27-05	7253144
36		ALBERTO CHAMORRO	CAR 6C # 28-143	PROGRESO

37		MIGUEL D, CHAMORRO	CRA 6C # 28-69	7251301
38	METALICAS RAMIREZ	EDUARDO RAMIREZ	CLL 17 # 13-80	7735936
39		WUILSON ARCINIEGAS	CRA 12 # 16-38	7738960
40		JHON JAIRO NARVAEZ	CRA 12 # 15-58	7736223
41		MANUEL QUICE	CAR 12 # 15-52	
42	CERRAJERIA ALUMINIO Y VIDRIO	PABLO ROSERO	CAR 10 # 9-84	7730160
43	CERRAJERIA CRISTIAN	RODRIGO ROSERO	CAR 10 CLL 10B04	7737323
44	METALICAS ALVARADO	SERVIO ALVARADO	CAR 10 # 12A-45	7254195
45	METALICAS LA 13	LUIS ALBERTO CHILANGUAY	CALL 13 # 10-47	7735623
46	METALICAS CRUZ	VICENTE CRUZ	CAR 9 # 10-26	7736580
47		RAUL CHITAN	EL PLACER	7737008
48	CERRAJERIA AVANZAR	OMAR SOLARTE	CRA 7 C 30	7251266