

CARACTERIZACIÓN DE LA ASOCIACIÓN DE ORNAMENTADORES Y HERREROS DE SINCELEJO



**TRAICY DEL CARMEN MORALES VILLAMIZAR
JULIETH MARGARITA VARGAS BELTRÁN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA ASOCIACIÓN DE ORNAMENTADORES Y
HERREROS DE SINCELEJO**

**TRAICY DEL CARMEN MORALES VILLAMIZAR
JULIETH MARGARITA VARGAS BELTRÁN**

**Docente:
SANTIAGO VERGARA**

**UNIVERSIDAD DE SUCRE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMITIVAS
PROGRAMA DE DIRECCIÓN Y ADMÓN DE EMPRESAS
ASIGNATURA PLAN DE EMPRESAS II
SINCELEJO JUNIO DE 2004**

**CARACTERIZACIÓN DE LA ASOCIACIÓN DE ORNAMENTADORES Y
HERREROS DE SINCELEJO**

**TRAICY DEL CARMEN MORALES VILLAMIZAR
JULIETH MARGARITA VARGAS BELTRÁN**

**UNIVERSIDAD DE SUCRE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMITIVAS
PROGRAMA DE DIRECCIÓN Y ADMÓN DE EMPRESAS
ASIGNATURA PLAN DE EMPRESAS II
SINCELEJO JUNIO DE 2004**

Nota de Aceptación

Firma del Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Sincelejo, Junio de 2004

Doy gracias a Dios por haberme permitido alcanzar una de mis metas, por estar conmigo cuando más lo he necesitado.

A mi esposo Diomar por ser mi apoyo incondicional y motor de mi vida.

A mi familia por apoyarme.

A la mujer más hermosa mi mamá, Alicia por haberme permitido ser quien soy, sin ti no lo habría logrado.

Traicy Morales Villamizar

Dios, hoy te dedico este triunfo porque en los momentos difíciles siempre me distes fortaleza y mucha fuerza para salir adelante.

A mis hijas Luisa Fernanda y María Camila, la inspiración de mi vida y el motor que me mueve a salir adelante.

Gracias a mi esposo, a mi madre y a mi hermano y a todas las personas que de una u otra forma contribuyeron a que este sueño se hiciera realidad.

Julietth Vargas Beltrán

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Dios, por habernos permitido despertar cada día con las fuerzas necesarias para cumplir esta meta, Gracias porque hoy se cumple uno de nuestros grandes sueños.

Gracias a los Profesores Ramón Taboada, Santiago Vergara, José María Rodríguez, Alvaro Santa María, por contribuir al cumplimiento de nuestra meta.

Gracias a la Asociación de Ornamentadores y Herreros de Sincelejo, por permitirnos trabajar con ellos y cumplir con el trabajo propuesto.

RESUMEN

La presente investigación denominada caracterización socioeconómica de la Asociación de Ornamentadores y Herreros de Sincelejo se realizó en los años 2003 y 2004 con el fin de identificar y dar posibles soluciones a los problemas encontrados.

El estudio fue de carácter descriptivo, la información se obtuvo a partir de los nueve asociados existentes mediante la aplicación de una encuesta.

Los resultados encontrados muestran las dificultades que tienen en el área financiera, social y con los proveedores y permite replantear los propósitos de la misma.

ABSTRACT

The present investigation, called social and economical characterization of the association of ornators and smiths of Sincelejo, was carried out in the years 2003 and 2004, and its main purpose is to identify and give solutions to the problems found.

The study was of a descriptive nature, and the information was obtained from the nine existing associates through the application of a survey.

The results found show the difficulties they face in the financial, social and the suppliers areas, and these results allow the members of the association to set out its purposes once more.

INTRODUCCIÓN

La economía nacional y en particular la de Sincelejo está en periodo de recesión, esto afecta a todos los sectores de la economía y el de la herrería no está exento de este fenómeno ; por esta razón se deben encaminar esfuerzos para lograr el bienestar social, económico y ambiental de los herreros y todo el personal que de manera directa e indirecta dependan de esto. Por ello es una necesidad preparar al sector herrero para buscar su integración , mejorar sus condiciones de trabajo , capacitarlos y proyectarlos hacia el futuro.

El presente trabajo está direccionado a caracterizar socioeconómica y administrativamente la Asociación de Ornamentadores y Herreros de Sincelejo, con el fin de determinar cuales son los problemas que tiene el sector, que posibilita establecer un plan de mejoramiento a corto y mediano plazo.

Como asociación tienen la posibilidad de mejorar su nivel de vida y de ingresos, regular los precios de venta y además esto les facilita la vinculación a un régimen de seguridad social y riesgos profesionales y ser reconocidos en el medio donde se desarrollan.

Unidos podrán alcanzar las metas propuestas, buscando cada día la tecnificación de sus trabajos para ser mas competitivos en el mercado.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El sector de la herrería no se muestra como un sector fuerte para la economía ya que se vienen presentando una serie de inconvenientes que les afecta para su crecimiento económico debido que no cuentan con un capital de trabajo, no tiene acceso a entidades financieras, la materia prima es de mala calidad y precios altos, individualmente les es difícil comercializar sus productos. Es necesario fortalecerlos como cooperativa con el fin de mejorar la problemática que presentan de aquí la necesidad de caracterizar la gestión y desarrollo económico de los mismo.

2. FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Definir estrategias y aplicación de instrumentos apropiados que permita determinar las características socioeconómica y la problemática organizativa de la Asociación de Ornamentadores y Herreros de Sincelejo?

3. JUSTIFICACIÓN

La problemática actual justifica la implementación de tipo descriptivo, la aplicación de un instrumento que va a identificar los problemas que tiene la Asociación de Ornamentadores y Herreros de Sincelejo con el fin de mejorar su nivel de vida e impulsar a la organización.

4. OBJETIVOS

4.1 GENERAL

Caracterizar socioeconómicamente a la Asociación de Ornamentadores y Herreros de Sincelejo y proponer alternativas de solución a la problemática de la organización.

4.2 ESPECIFICOS

- ✓ Caracterizar socioeconómicamente a cada uno de los asociados mediante la aplicación de una encuesta.
- ✓ Conocer la gestión de la organización.
- ✓ Formular las estrategias tendientes al mejoramiento de los problemas socioeconómico y administrativo de la Asociación.

5. MARCO TEORICO

5.1 ESCENARIO DE REFERENCIA

El campo de acción de esta investigación es Sincelejo la capital del departamento de Sucre, situado en las últimas y bajas estribaciones de la Serranía de San Jerónimo, prolongación de las Sabanas de Corozal. Su posición geográfica en el país es de 9°.18' latitud Norte y 75°.23' Longitud al Oeste de Greenwich, con altitud de 212mts sobre el nivel del mar, temperatura media de 27° C y precipitación media anual de 1050 mm.

El área municipal es de 261 Km² y limita por el Norte con Tolúviejo, al Sur con Sampués, al Occidente con San Andrés de Sotavento y San Antonio de Palmito, al Oriente con Corozal, al Nororiente con Morroa.

La población total en el municipio de Sincelejo es de 174345 habitantes, de los cuales el 52.13% son mujeres y el 47.7% son hombres.

En la medida en que Sincelejo se ha consolidado en su crecimiento urbano y disminuido su población rural, ha variado significativamente la participación de algunas actividades en la generación de empleo.

La actividad de mayor ocupación de mano de obra en su orden son: la actividad informal, entendida sin oficio específico u ocupación definida y servicios domésticos, con el 29.83%. Comercio con el 26.9%, la industria y la manufactura 8.69% y la agricultura y la ganadería 7.36% generando en conjunto el 72.85% de los empleos.

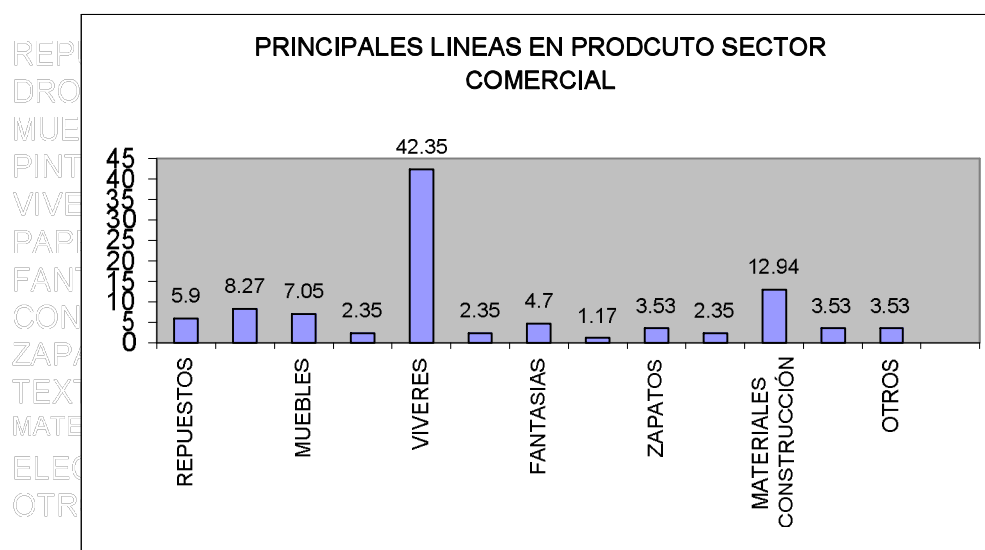
En relación con la PEA, el 72.5% no tiene estudios secundarios completos, por consiguiente, los empleos a los que puede aspirar la mayoría de esta población, son aquellos que requieren poco nivel académico, situación que los hace poco competitivos, llevándolos a economías de tipo informal o a empleos de baja remuneración.

Como podemos observar en el Municipio de Sincelejo la población económicamente activa no está capacitada para desenvolverse en trabajos de mayor conocimiento debido a su difícil acceso a las instituciones educativas ya sea por falta de cupos, ingresos bajos, etc.

TABLA 1. PRINCIPALES LINEAS DE PRODUCTOS SECTOR COMERCIAL

PRODUCTO	PARTICIPACIÓN %
REPUESTOS	5.90
DROGAS	8.27
MUEBLES	7.05
PINTURAS	2.35
VIVERES	42.35
PAPELERIA	2.35
FANTASIAS	4.70
CONCENTRADOS	1.17
ZAPATOS	3.53
TEXTILES	2.35
MATERIALES CONSTRUCCIÓN	12.94
ELECTRICO	3.53
OTROS	3.53
TOTAL	100.0

FUENTE: Cámara de Comercio de Sincelejo



Como puede observarse en el cuadro anterior, la actividad que más se destaca dentro del sector comercial son los víveres con una participación del 42.35%, integrado por tiendas y pequeñas colmenas, seguido en importancia por materiales de construcción y drogas con el 12.94% y 8.27% respectivamente.

Otra de las actividades que realizan las personas en municipio de Sincelejo son los ornamentadores y herreros, ellos son artesanos que participan en el sector de la construcción la cual representa una rama de la economía.

5.2 ANTECEDENTES

La industria colombiana, en sentido técnico, es el proceso mecanizado de transformación de materias primas que rebasa las meras necesidades domésticas y esto destinado a un gran mercado tuvo varios nacimientos y varias muertes antes de su consolidación decisiva.

El mejor auspicio, fue el de la producción de hierro, cuyo origen se confunde con las gestas de independencia en la búsqueda de minerales de plomo y hierro para fabricar municiones y cañones con los cuales enfrentar la reconquista española. Empezó a surgir, entonces, el sector de las ferrerías, es decir, las pequeñas fábricas de hierro con altos hornos, martinets, refinación y fundición de hierro primero en la población de Pacho en 1827, donde la

instalación, de este capital fijo inicial, exigió la asociación de embrionarios capitales que provinieron de las minas de sal, esmeraldas, oro y plata, y del comercio. Pronto el negocio se consolidó, atrajo capital extranjero, y fue objeto de varios golpes de mano para apoderarse de él, como el de la crisis financiera de Bogotá de 1842.

Promisorio, el pequeño sector de hierro se diversificó regionalmente con la ferrería de Samacó en 1856, la de La Pradera en 1860 y la de Amagó en 1865, donde *'iron-masters'* ingleses traídos a Pacho o ingenieros franceses aportaron su pericia¹.

El mercado del hierro nacional pareció consolidarse, aunque la dependencia de la energía hidráulica determinó que los altos hornos permanecieran apagados a veces hasta seis meses.

El vapor solo llegó en la década de 1880 a Samacó y La Pradera, quizá un poco tarde, porque la vinculación estratégica entre este sector siderúrgico y su principal cliente, los ferrocarriles, nunca se dio. Los primeros rieles nacionales, objeto de inusitado entusiasmo patriótico, se fabricaron, ciertamente en La Pradera en 1884. Sin embargo, como los yacimientos de hierro nunca fueron objeto de una prospección geológica estricta para determinar su calidad y su

¹ Banco de la República Biblioteca Luis Ángel Arango

cantidad, el hierro producido resultó a la postre rechazado por el gran consumidor, que exigía acero para rieles y equipos en vez del quebradizo hierro. Las ferrerías se fueron cerrando y sucedió que los altos hornos tuvieron una vida útil más larga que los yacimientos, cuando lo lógico hubiera sido lo contrario .

El nacimiento y desarrollo de la herrería en Sincelejo se da por la llegada de personas a la ciudad que tienen el conocimiento de la herrería, entre los primeros talleres que tuvo la ciudad de Sincelejo estaba el del señor Carmelo Corrales hace cuarenta años aproximadamente.

La existencia de este sector es necesario puesto que a través del hierro se remplaza la madera, en muebles, ventanas etc y se producen muchos artículos para la seguridad.

Este sector tiene gran acogida en la ciudad puesto que su aprendizaje es empírico, esto se va perfeccionando en el que hacer diario, todos han sido ayudantes y con el tiempo se independizan poniendo en marcha sus propios negocios².

² Banco de la República Biblioteca Luis Ángel Arango

6. METODOLOGIA

6.1 TIPO DE ESTUDIO.

Se definió el estudio como descriptivo con fuentes primarias que permite identificar los problemas de la Asociación de Ornamentadores y Herreros de Sincelejo.

6.2 INFORMACION SECUNDARIA:

La fuente secundaria se obtuvo de la Cámara de Comercio e Internet.

6.3 INFORMACION PRIMARIA:

Para la recolección se utilizó como instrumento la encuesta, que incluye aspectos generales, comerciales, del negocio y financiero. Como apoyo a la investigación se hicieron entrevistas con cada uno de los Asociados.

6.4 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN:

Para los estilos en la encuesta se utilizó el tipo de pregunta abierta y cerrada.

El tipo de estudio es descriptivo por lo cual se realizaron varias actividades:

1. Una reunión con los asociados para definir los criterios de análisis.
2. Una revisión del modelo de encuesta.
3. Aplicación de encuesta y revisión de estas.
4. Tabulación de encuesta.
5. Análisis y resultados del estudio.
6. Anexo el instrumento de aplicación

6.5 TÉCNICAS ESTADÍSTICA:

Teniendo en cuenta que nuestro tipo de estudio es descriptivo, por ser la población tan pequeña se tomó el 100% de la misma y lo que permite determinar objetivamente y sin sesgo la información.

6.6 METODO DE INVESTIGACIÓN:

Una vez definido el tipo de estudio como descriptivo, se determino el método de investigación como inductivo; por cuanto se pretende formular premisas y recomendaciones de carácter general.

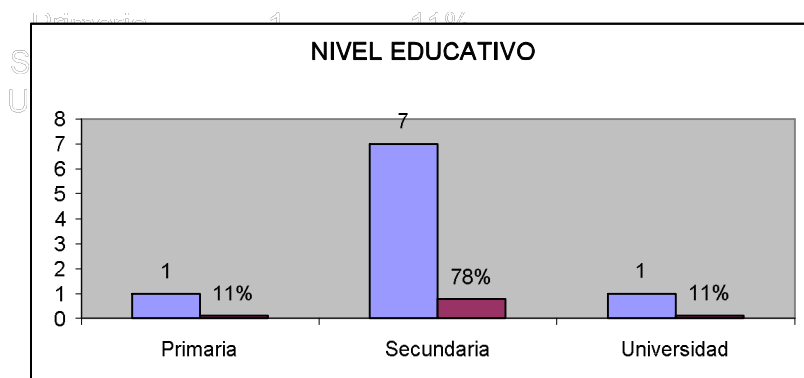
7. RESULTADOS, INTERPRETACION Y ANALISIS

A continuación se muestran los resultados que se obtuvieron a partir de las encuestas.

La siguiente tabla nos muestra el nivel educativo que tienen los asociados.

TABLA 2. NIVEL EDUCATIVO

CATEGORÍAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
Primaria	1	11%
Secundaria	7	78%
Universidad	1	11%
TOTAL	9	100%

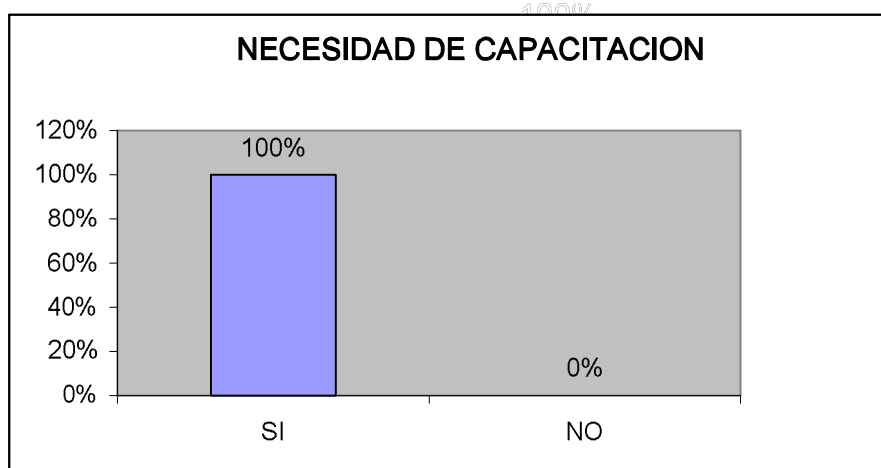


De los miembros de la asociación el 78% llegan a estudios secundarios, el 11% llegan a estudios universitarios y el 11% restante a estudios primarios.

Las tabla 3 y 3.1 nos muestran que los asociados están dispuestos a capacitarse y los cursos a los cuales quieren acceder.

TABLA 3. NECESIDAD DE CAPACITACIÓN

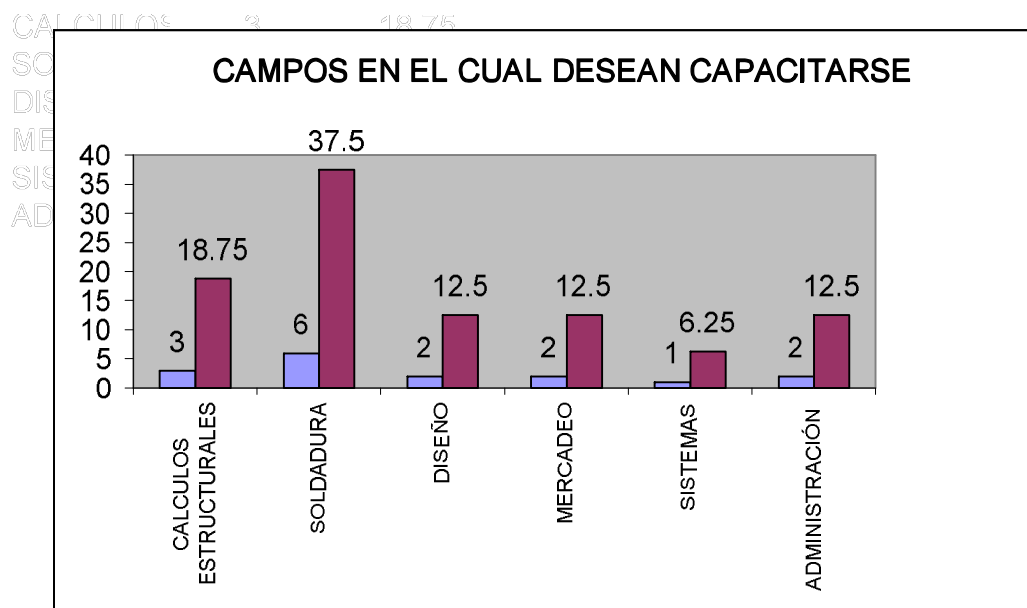
CATEGORÍAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
SI	9	100%
NO	0	0%
TOTAL	9	1.00



El 100% de los asociados quiere capacitarse para aplicar los conocimientos a los productos que elaboran, y así ofrecer a los clientes trabajos que satisfagan las necesidades y expectativas, que el mercado demanda.

TABLA 3.1. CAMPOS EN EL CUAL DESEAN CAPACITARSE

CATEGORÍAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
CALCULOS ESTRUCTURALES	3	18.75
SOLDADURA	6	37.5
DISEÑO	2	12.5
MERCADEO	2	12.5
SISTEMAS	1	6.25
ADMINISTRACIÓN	2	12.5
TOTAL	16	100

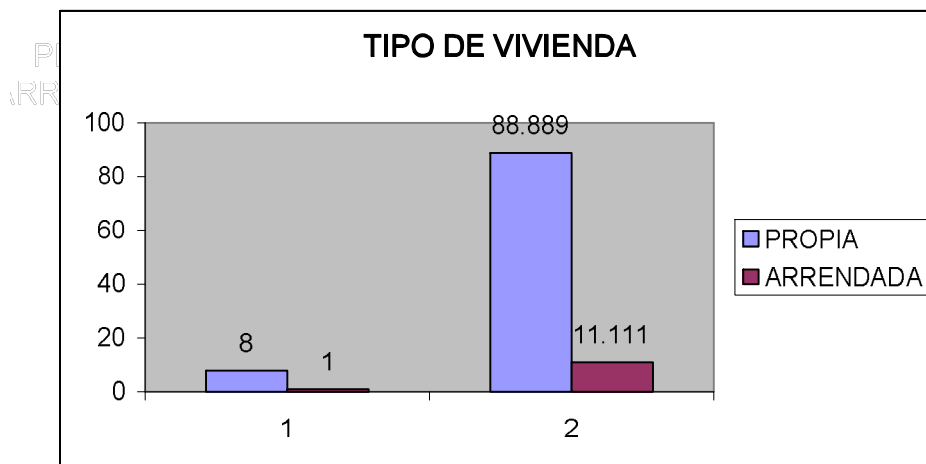


El 37.5% de los asociados desea hacer cursos de soldadura, el 18.7% desea hacer cursos de cálculos estructurales, el 12.5% desea hacer cursos de diseño, el 12.5% desea hacer cursos de mercadeo, el 12.5% desea hacer cursos de administración y el 6.25% desea hacer cursos de sistemas.

La siguiente tabla nos muestra el tipo de vivienda en que ellos habitan.

TABLA 4. TIPO DE VIVIENDA

CATEGORÍAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
PROPIA	8	88.889
ARRENDADA	1	11.111
TOTAL	9	100

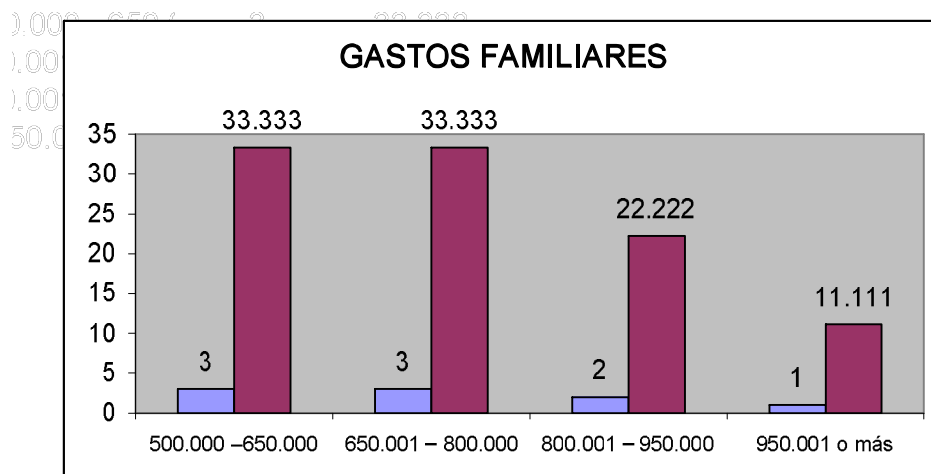


El 88.8% de lo asociados tienen vivienda propia y solo el 11.1% vive en arriendo.

La siguiente tabla muestra los gastos mensuales que ellos tienen por concepto de agua, luz, teléfono, gas, parabólica, transporte y alimentación.

TABLA 5. GASTOS FAMILIARES

CATEGORIAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
500.000 – 650.000	3	33.333
650.001 – 800.000	3	33.333
800.001 – 950.000	2	22.222
950.001 o más	1	11.111
TOTAL	9	100



Los gastos familiares de los miembros de la asociación son el 33% entre \$500.000 y \$650.000, del 33% entre \$650.001 y \$800.000, del 22% entre \$800.001 y \$950.000, del 11.1% entre \$950.001 o más.

La siguiente tabla nos muestra cuántas personas conforman el núcleo familiar. El núcleo familiar de los asociados es del 88% de 4 a 6 personas, y del 11.1% de 7 a 9 personas.

La siguiente tabla muestra si ellos están vinculados a algún régimen de seguridad social.

TABLA 6. ESTAN VINCULADO A ALGUN REGIMEN DE SEGURIDAD SOCIAL

CATEGORÍAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
SI	8	88.889
NO	1	11.111
TOTAL	9	100

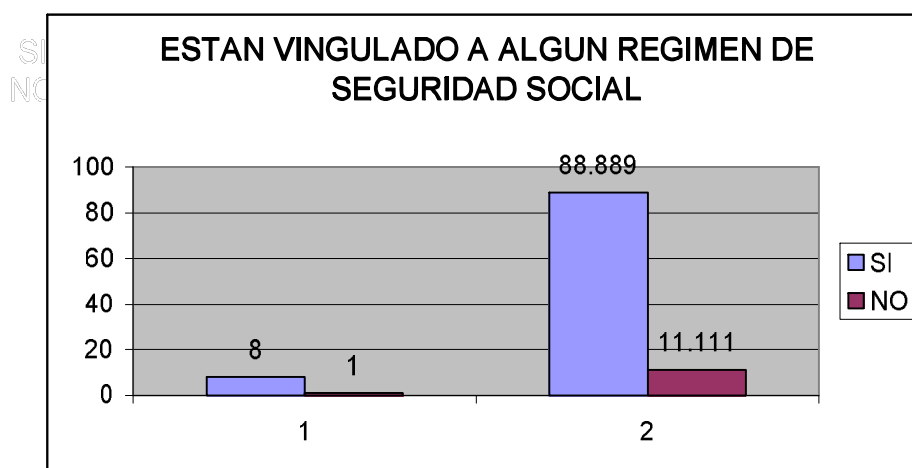
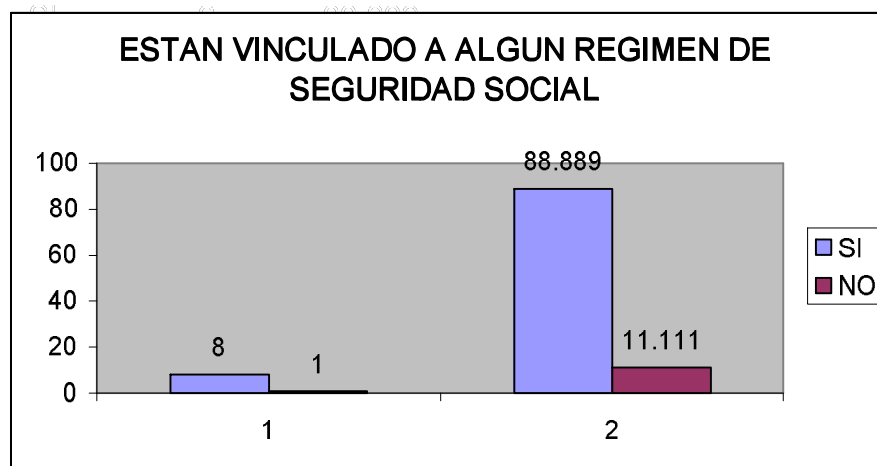


TABLA 7. ESTAN VINCULADO A ALGUN REGIMEN DE SEGURIDAD SOCIAL

CATEGORÍAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
SI	8	88.889
NO	1	11.111
TOTAL	9	100



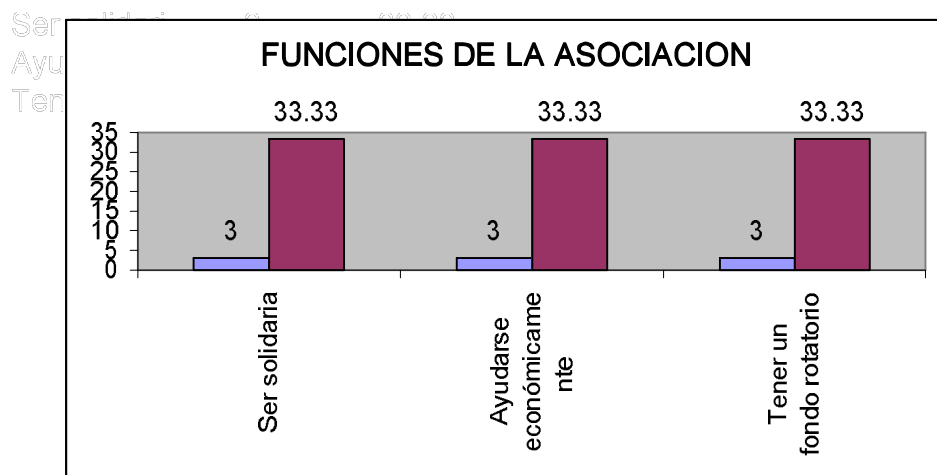
El 88% de los miembros de la asociación están vinculados a una IPS, solo el 11.1% no lo esta.

La siguiente tabla nos muestra el aspecto de la demanda cautiva, se estudio preguntando por el número de clientes que visitan su taller.

El siguiente cuadro contiene la función de la Asociación de Ornamentadores y Herreros de Sincelejo.

TABLA 8. FUNCIONES DE LA ASOCIACIÓN

CATEGORIAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
Ser solidaria	3	33.33
Ayudarse económicamente	3	33.33
Tener un fondo rotatorio	3	33.33
Total	9	100.00

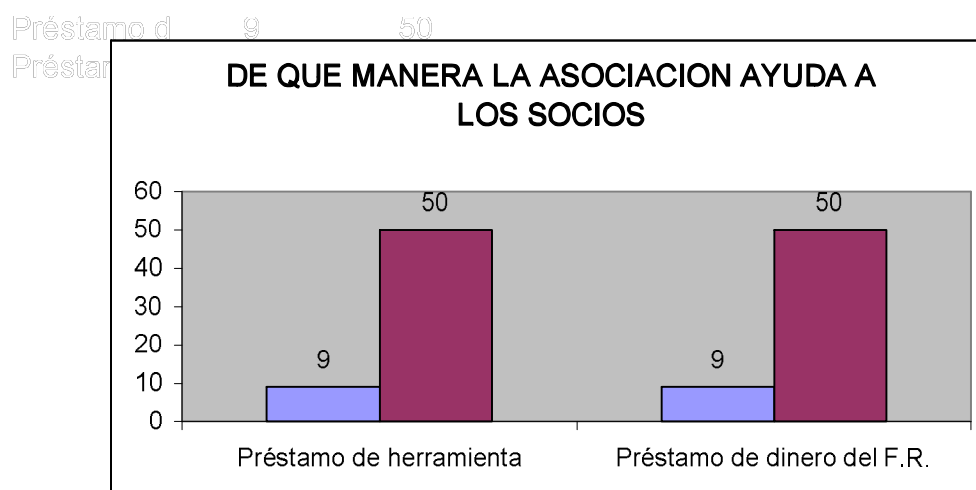


Estas son las funciones de la asociación el 33.33% es ser solidaria, el 33.33% es ayudarse económicamente, y el 33.33% restante es tener un fondo rotatorio.

TABLA 9. DE QUE MANERA LA ASOCIACIÓN AYUDA A LOS ASOCIADOS

CATEGORIAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
Préstamo de herramienta	9	50.00
Préstamo de dinero del F.R.	9	50.00
TOTAL	18	100.00

El 50% de los asociados dice que la asociación le ayuda en el préstamo de herramientas y el otro 50% dice que en préstamo de dinero del fondo rotatorio.



La siguiente tabla nos muestra que es lo que más les gustaría a los asociados que la asociación hiciera por ellos.

TABLA 10. LO QUE A LOS ASOCIADOS LES GUSTARIA QUE LA ASOCIACIÓN HICIERA

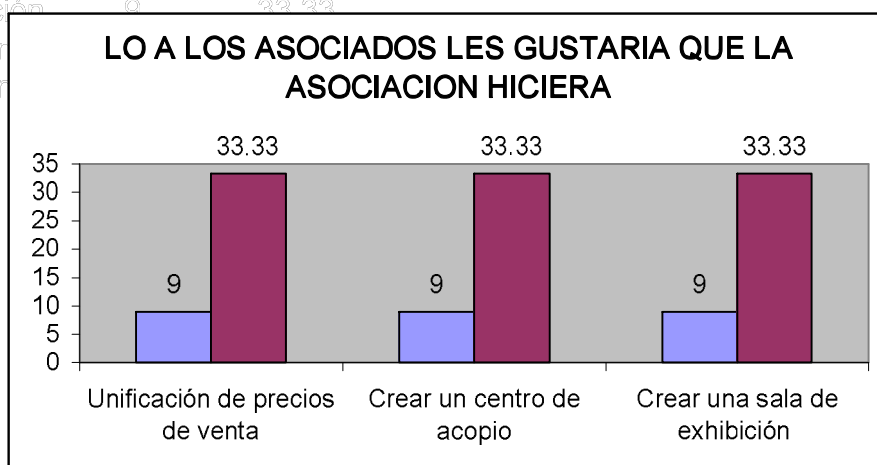
CATEGORIAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
Unificación de precios de venta	9	33.33
Crear un centro de acopio	9	33.33
Crear una sala de exhibición	9	33.33
TOTAL	27	100.00

El 33.33% de los asociados les gustaría que la asociación pueda unificar los precios de ventas, el 33.33% les gustaría que la asociación creara un centro de acopio para la compra de materia prima y el 33.33% restante le gustaría que la asociación creara una sala de exhibición.

Unificación

Crear un

Crear un

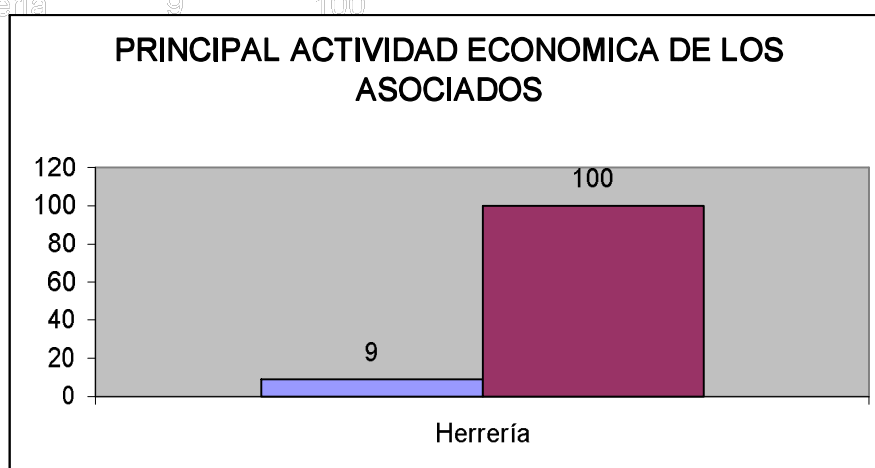


La siguiente tabla nos muestra cuál es la actividad económica de los asociados.

TABLA 11. PRINCIPAL ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LOS ASOCIADOS

CATEGORIAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
Herrería	9	100.00
TOTAL	9	100.00

Herrería



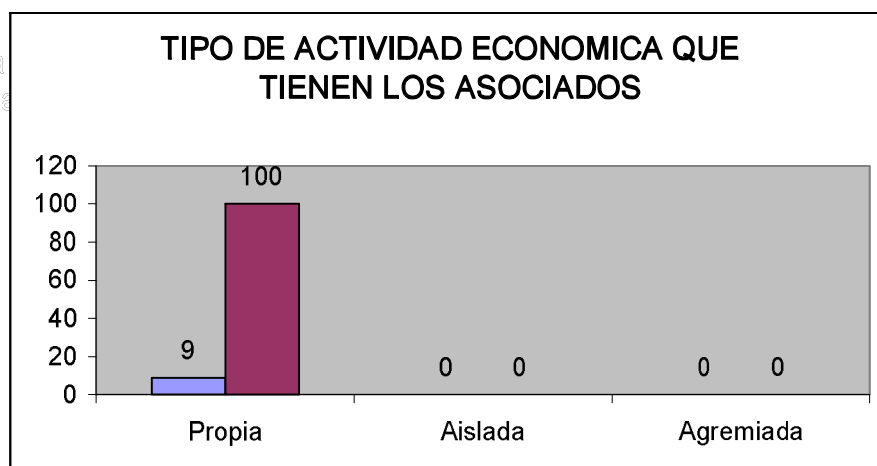
El 100% de los asociados se dedica a la herrería, por consiguiente esta es su principal actividad económica.

La siguiente tabla indica de que tipo es la actividad económica que los asociados tienen si esta es propia, aislada o agremiada.

TABLA 11.1 TIPO DE ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE TIENEN LOS ASOCIADOS

CATEGORIAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
Propia	9	100.00
Aislada	0	0.00
Agremiada	0	0.00
TOTAL	9	100.00

Propia
Aislada
Agremiada



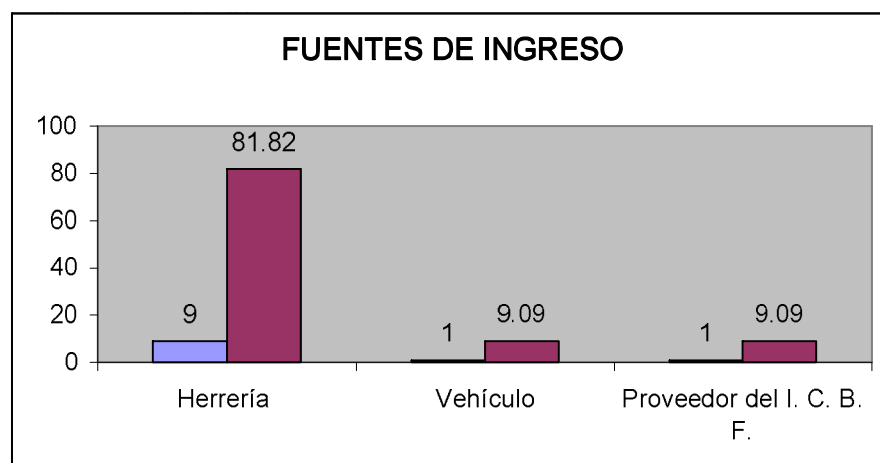
La actividad económica de los asociados en un 100% es propia.

El siguiente cuadro nos muestra cuales son las fuentes de ingreso que tienen los asociados.

TABLA 12. FUENTES DE INGRESOS

CATEGORIAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA %
Herrería	9	81.82
Vehículo	1	9.09
Proveedor del I. C. B. F.	1	9.09
TOTAL	11	100.00

Herrería
Vehículo
Proveedor (

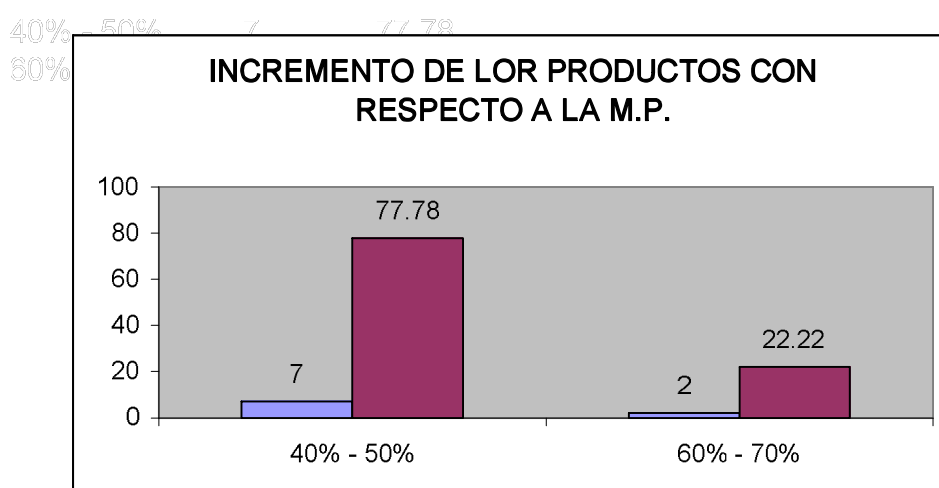


La fuente de ingreso que tiene el 81.82% de lo asociados es la herrería, el 9.09% un vehículo que trabaja con electrocosta y el 9.09% restante es proveedor del I. C. B. F.

El siguiente cuadro nos muestra de cuanto es el incremento que ellos utilizan para sus productos con respecto a la materia prima.

TABLA 13. INCREMENTO DE LOS PRODUCTO CON RESPECTO A LA M. P.

CATEGORIAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
40% - 50%	7	77.78
60% - 70%	2	22.22
TOTAL	9	100.00

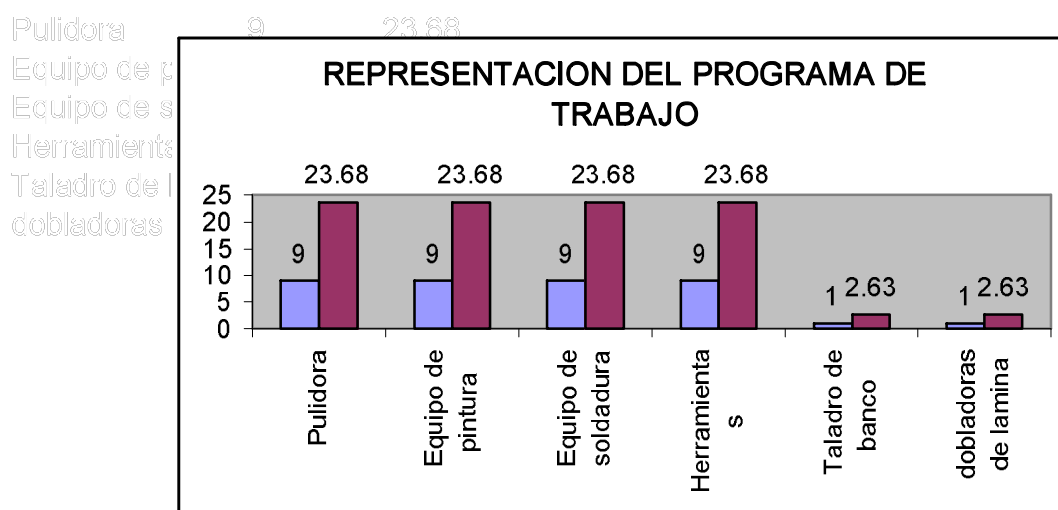


El 77.78% de los asociados les incrementa a sus productos del 40 al 50% y el 22.22% lo hace del 60 al 70%.

El siguiente cuadro nos muestra en que está invertido el capital de trabajo de los asociados.

TABLA 14. REPRESENTACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO

CATEGORIAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
Pulidora	9	23.68
Equipo de pintura	9	23.68
Equipo de soldadura	9	23.68
Herramientas	9	23.68
Taladro de banco	1	2.63
Dobladoras de lamina	1	2.63
TOTAL	38	100.00



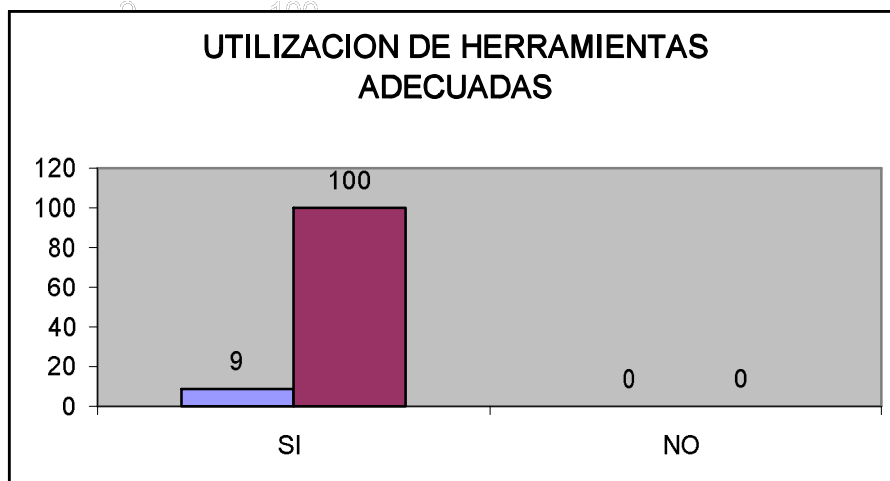
El 23.68% de los asociados tiene su capital de trabajo invertido en una pulidora, el 23.68% en equipo de pintura, el 23.68% un equipo de soldadura, el 23.68% en herramientas, el 2.63% en un taladro de banco y por ultimo 2.63% una dobladora de laminas.

El siguiente cuadro nos muestra si los asociados utilizan herramientas adecuadas en su actividad económica:

TABLA 15. UTILIZACION DE HERRAMIENTAS ADECUADAS

CATEGORIAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
SI	9	100
NO	0	0
TOTAL	38	100.00

SI
NO

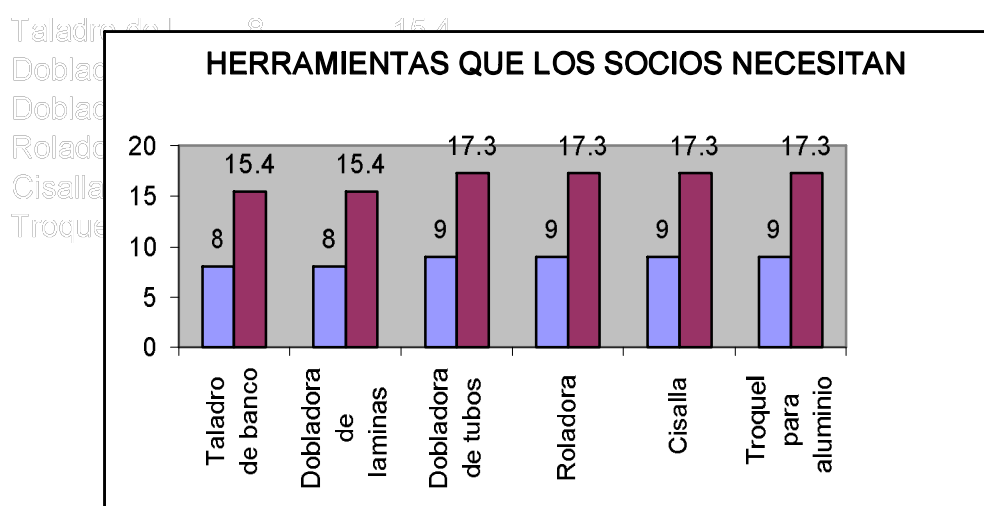


E 100% de los asociados utilizan herramientas adecuadas para desarrollar su trabajo.

El siguiente cuadro muestra cuales son las herramientas que los asociados necesitan en su taller de herrería:

TABLA 16. HERRAMIENTAS QUE LOS ASOCIADOS NECESITAN

CATEGORÍAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
Taladro de banco	8	15.4
Dobladora de laminas	8	15.4
Dobladora de tubos	9	17.3
Roladora	9	17.3
Cisalla	9	17.3
Troquel para aluminio	9	17.3
TOTAL	52	100.00

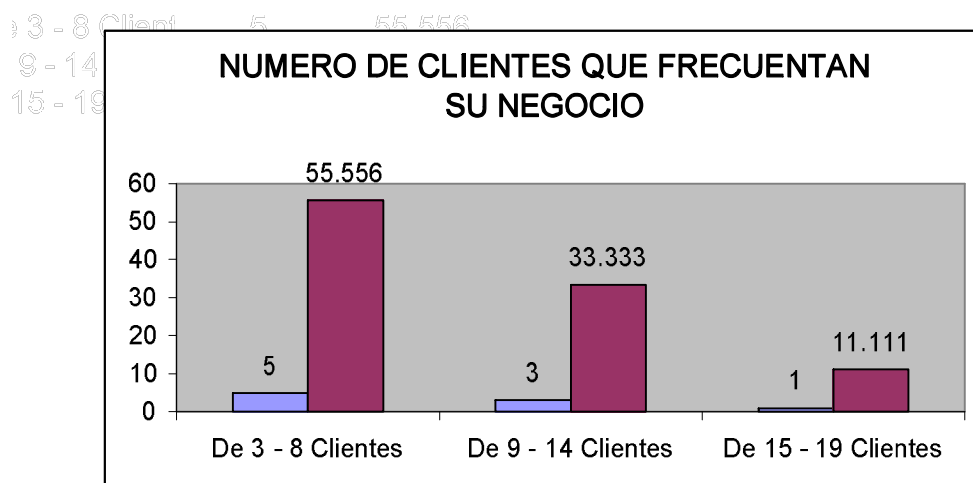


El 15.4 de los asociados necesitan un taladro de banco, el 15.4 una dobladora de laminas, el 17.3 una dobladora de tubos, el 17.3 una roladora, el 17.3 una cisalla y el 17.3 restante un troquel de aluminio.

TABLA 17. NUMERO DE CLIENTES QUE FRECUENTAN SU NEGOCIO

CATEGORÍAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
De 3 - 8 Clientes	5	55.556
De 9 - 14 Clientes	3	33.333
De 15 - 19 Clientes	1	11.111
TOTAL	9	100

Fuente calculo de las autoras.

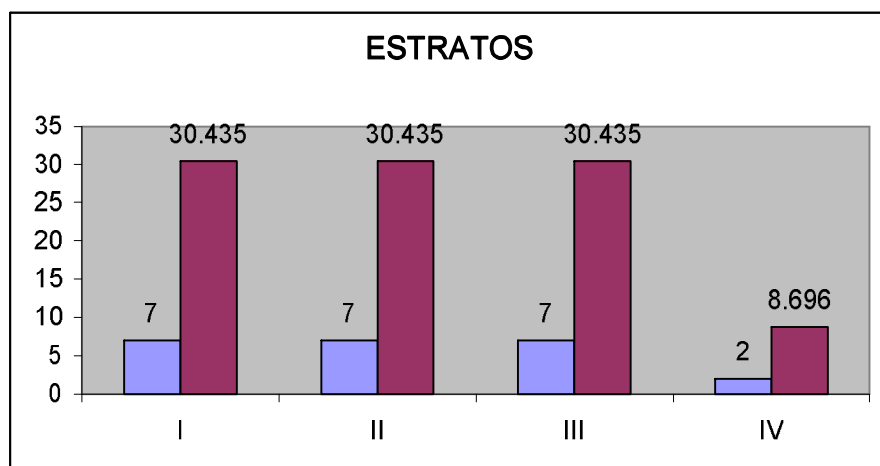


Según las encuestas el número de clientes que habitualmente ellos tienen es de 3 a 8 clientes para el 55.5%, de 9 a 14 clientes para el 33.3% y de 15 a 19 clientes para el 11.1%.

Este cuadro muestra el estrato al que pertenecen los clientes cautivos.

TABLA 18. ESTRATOS

CATEGORIAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
I	7	30.435
II	7	30.435
III	7	30.435
IV	2	8.696
TOTAL	23	100

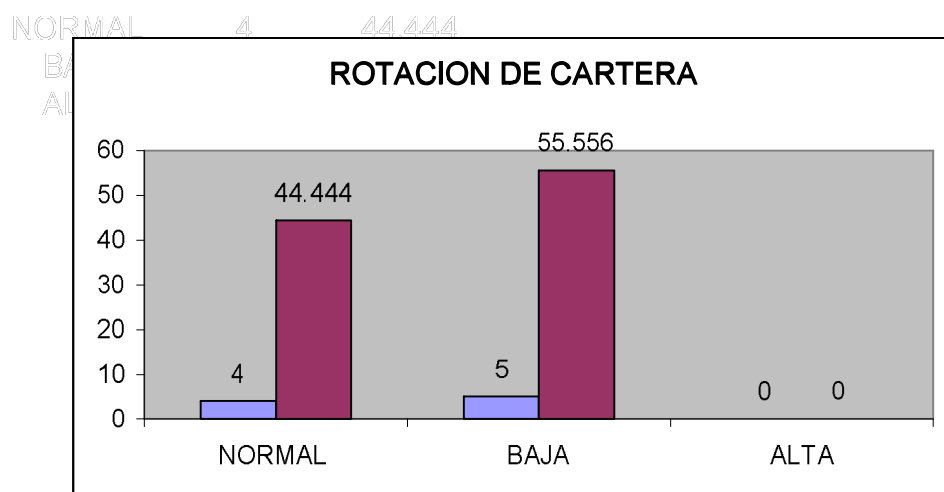


Los clientes que habitualmente tienen son de estratos I, II, III, esto representa el 92% y el 8% restante son de estrato IV.

El siguiente cuadro nos muestra la rotación de la cartera que tiene cada uno de los asociados.

TABLA 19. ROTACIÓN DE CARTERA

CATEGORÍAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
NORMAL	4	44.444
BAJA	5	55.556
ALTA	0	0
TOTAL	9	100

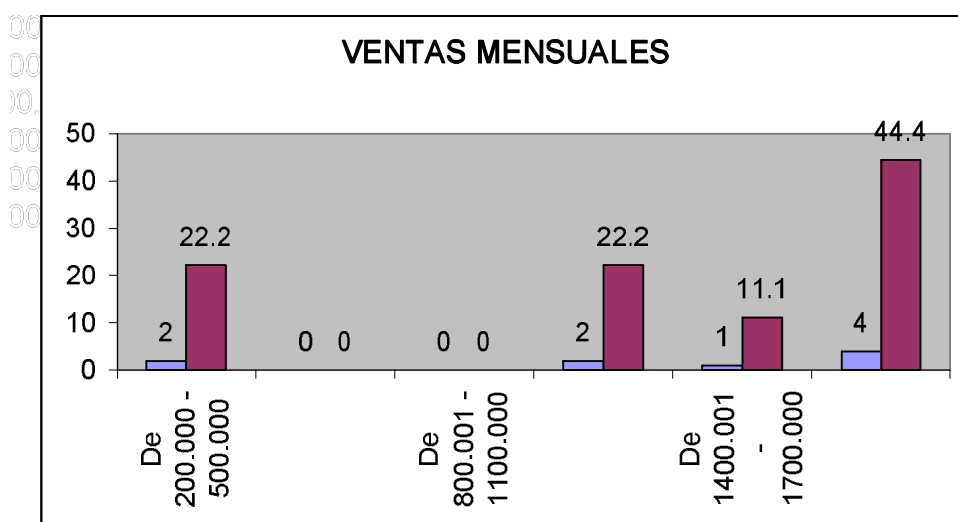


La rotación de cartera que ellos tienen es baja con una incidencia del 55.5% y del 44.4% normal.

La siguiente tabla nos muestra las ventas mensuales que ellos tienen en todas las temporadas.

TABLA 20. VENTAS MENSUALES

CATEGORÍAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA %
De 200.000 - 500.000	2	22.2
De 500.001 - 800.000	0	0
De 800.001 - 1100.000	0	0
De 1100.001 - 1400.000	2	22.2
De 1400.001 - 1700.000	1	11.1
De 1700.001 - 2000.000	4	44.4
TOTAL	9	100

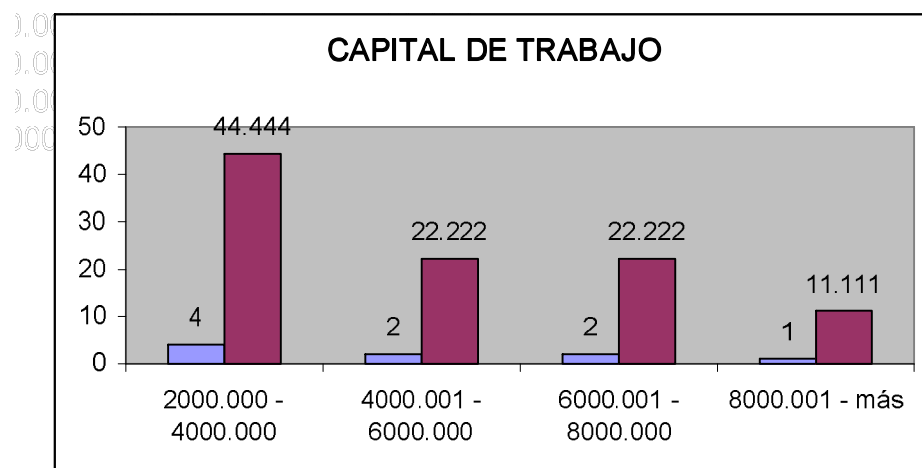


En promedio sus ventas son del 44.4% entre \$1700.001 y \$2000.000, del 22.2% entre \$500.001 y \$800.000, del 11.1% entre \$800.001 y \$1100.000.

La siguiente tabla nos muestra a cuanto asciende el capital de trabajo que ellos tienen.

TABLA 21. CAPITAL DE TRABAJO

CATEGORÍA	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA %
2000.000 - 4000.000	4	44.444
4000.001 - 6000.000	2	22.222
6000.001 - 8000.000	2	22.222
8000.001 - más	1	11.111
TOTAL	9	100

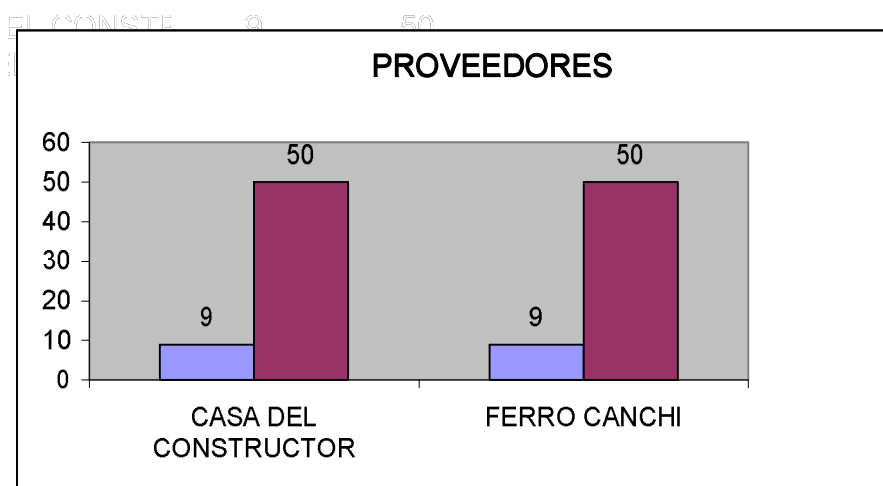


El capital de trabajo invertido que los asociados tienen en su negocio es del 44% entre \$2000.000 y \$4000.000, del 22.2% entre \$4000.001 y \$6000.000, del 22.2% entre \$6000.001 y \$8000.001 del 11.1% 8000.001 en adelante.

La siguiente tabla nos muestra quienes les proveen la materia prima.

TABLA 22. PROVEEDORES

CATEGORÍAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
CASA DEL CONSTRUCTOR	9	50
FERRO CANCHI	9	50
TOTAL	18	100



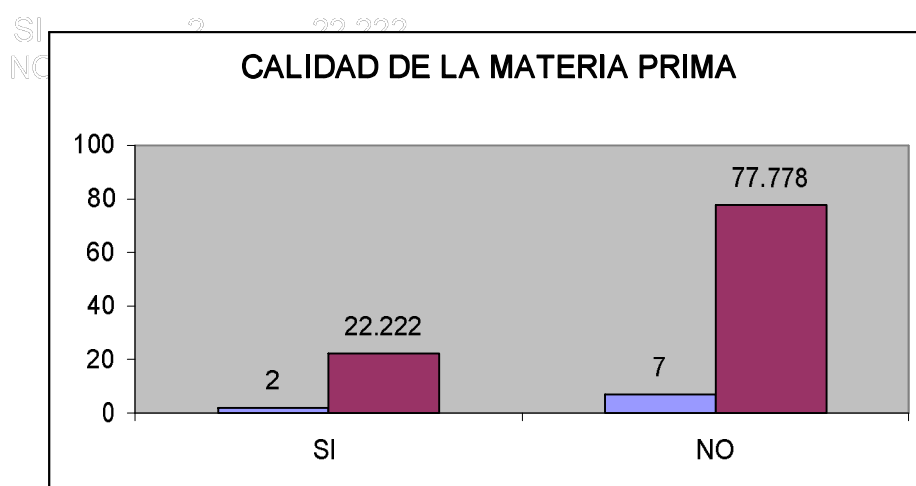
Quienes les proveen la materia prima a ellos son la Casa del Constructor con el 50% y Ferrocanchi con el otro 50%.

El mayor inconveniente que se presenta con los proveedores, es que ellos solo se surten de estos dos, lo que genera altos costos para sus productos.

La siguiente tabla nos muestra la calidad de las materia prima.

TABLA 22.1. CALIDAD DE LA MATERIA PRIMA

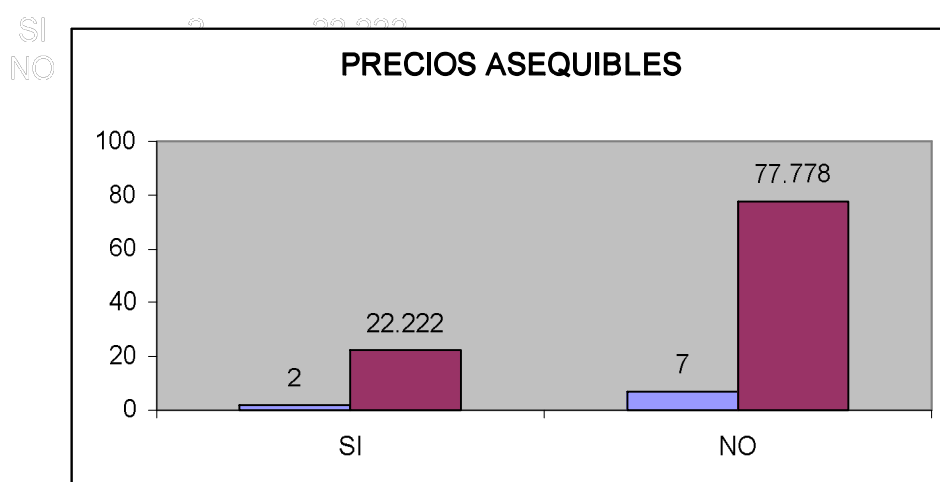
CATEGORÍAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
SI	2	22.222
NO	7	77.778
TOTAL	9	100



El 77.7% de los asociados dicen que la materia prima no es de buena calidad y el 22.2% dicen lo contrario.

TABLA 22.2 PRECIOS ASEQUIBLES

CATEGORÍAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
SI	2	22.222
NO	7	77.778
TOTAL	9	100



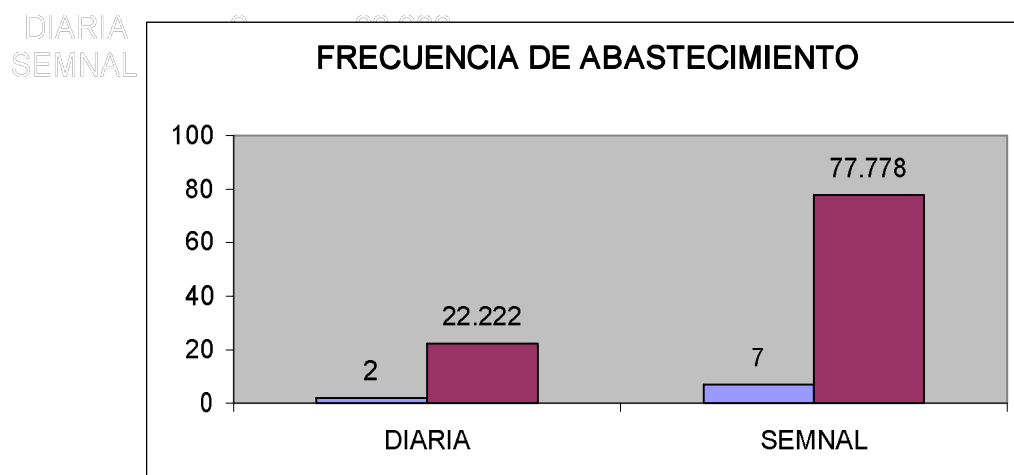
La siguiente tabla nos muestra los precios que les ofrecen los proveedores.

El 77.7% de los asociados dicen que los precios no son asequibles y el 22.2% dicen que si lo son

La siguiente tabla nos muestra la frecuencia con que los asociados compran sus materias primas.

TABLA 23. FRECUENCIA DE ABASTECIMIENTO

CATEGORÍAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
DIARIA	2	22.222
SEMNAL	7	77.778
TOTAL	9	100



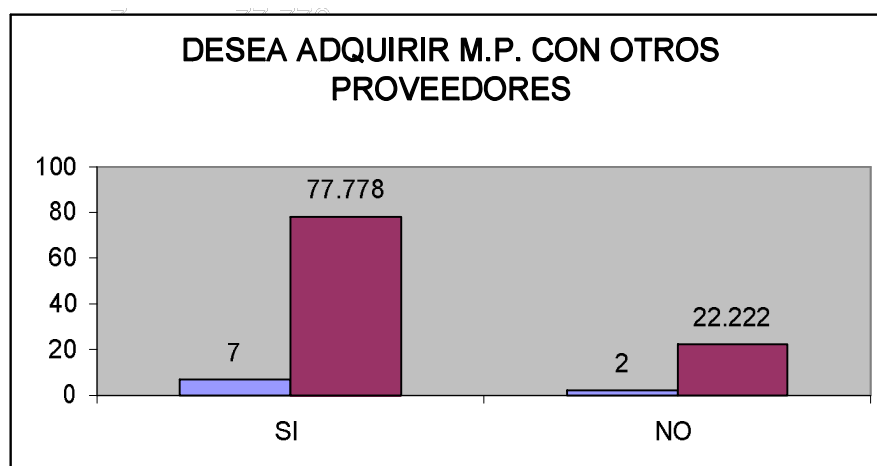
La frecuencia con la que los asociados se abastecen es del 77.7% semanal y el 22.2% diaria.

El siguiente cuadro nos muestra la disponibilidad que tienen los asociados para adquirir sus materia prima con otros probadores

TABLA 24 DESEA ADQUIRIR M. P. CON OTROS PROVEEDORES

CATEGORÍAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
SI	7	77.778
NO	2	22.222
TOTAL	9	100

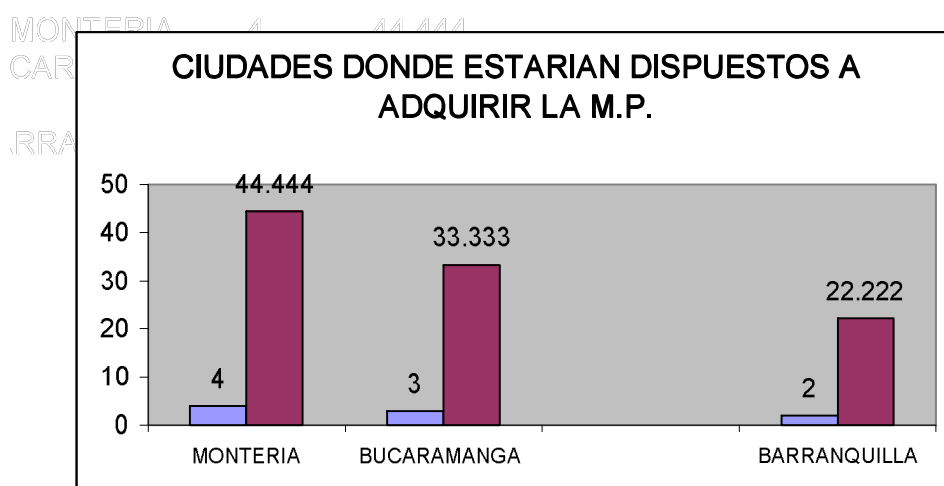
SI
NO



La probabilidad de adquirir la materia prima con otros proveedores es del 77.7% y el 22.2% no esta en capacidad de adquirirla con otros proveedores.

**TABLA 24.1 CIUDADES DONDE ESTARÍAN DISPUESTOS
ADQUIRIR LA M. P.**

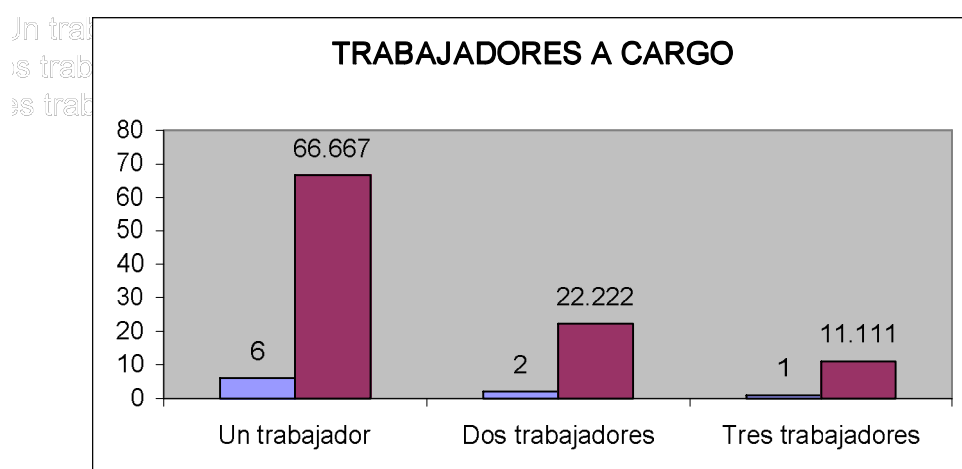
CATEGORÍAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
MONTERIA	4	44.444
BUCARAMANGA	3	33.333
BARRANQUILLA	2	22.222
TOTAL	9	100



La ciudad donde ellos estarían dispuestos a adquirir la materia prima sería Montería con el 44.4%, Bucaramanga con el 33.3% y con Barranquilla el 22.2% restante.

TABLA 25. TRABAJADORES A CARGO

CATEGORÍAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
Un trabajador	6	66.667
Dos trabajadores	2	22.222
Tres trabajadores	1	11.111
TOTAL	9	100

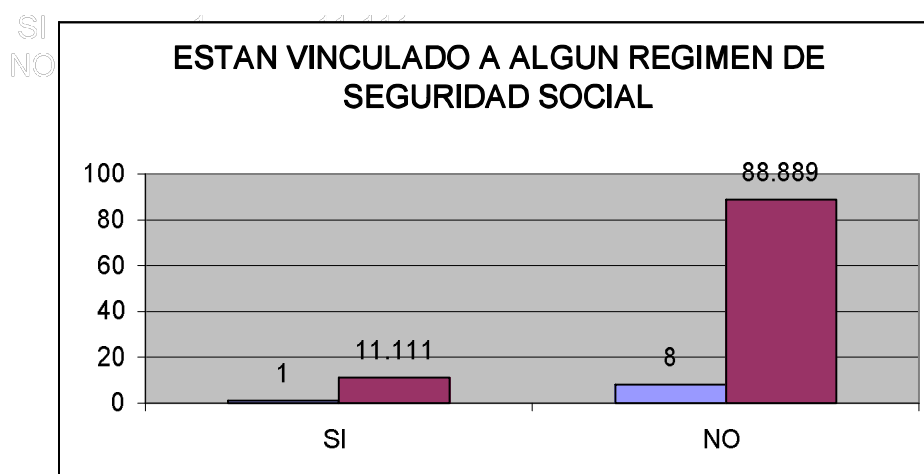


Los miembros de la asociación tienen a su cargo el 66.6% un trabajador, el 22.2% dos trabajadores y el 11.1% tres trabajadores.

El número de empleados que tienen a su cargo es bajo, por las mismas condiciones económicas que presenta el sector.

TABLA 26. ESTÁN VINCULADOS A ALGUN REGIMEN DE SEGURIDAD SOCIAL

CATEGORÍAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA %
SI	1	11.111
NO	8	88.889
TOTAL	9	100

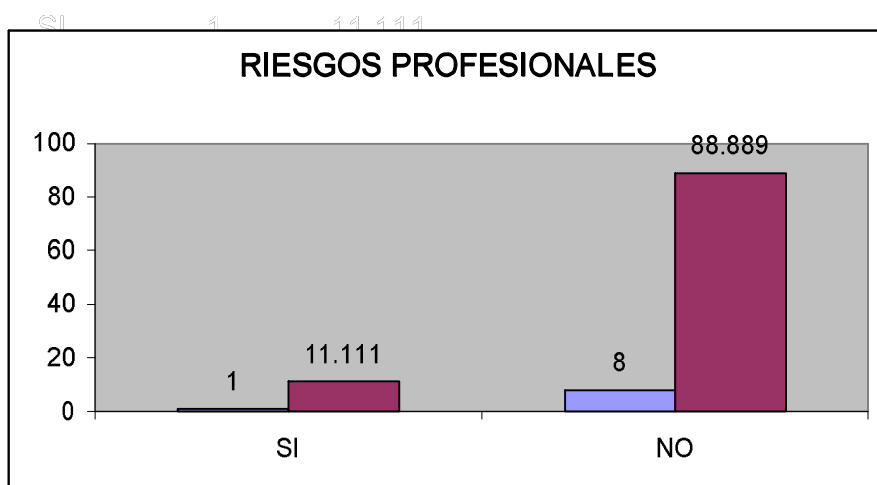


De estos trabajadores el 88% no están vinculados al Régimen de Seguridad Social, ni a Riesgos Profesionales y el 11.1% restante si están vinculados a Seguridad Social y a Riesgos Profesionales.

Aquí observamos que los asociados no se han preocupado por vincular a sus trabajadores en un sistema de seguridad social.

TABLA 27.1. RIESGOS PROFESIONALES

CATEGORÍAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
SI	1	11.111
NO	8	88.889
TOTAL	9	100

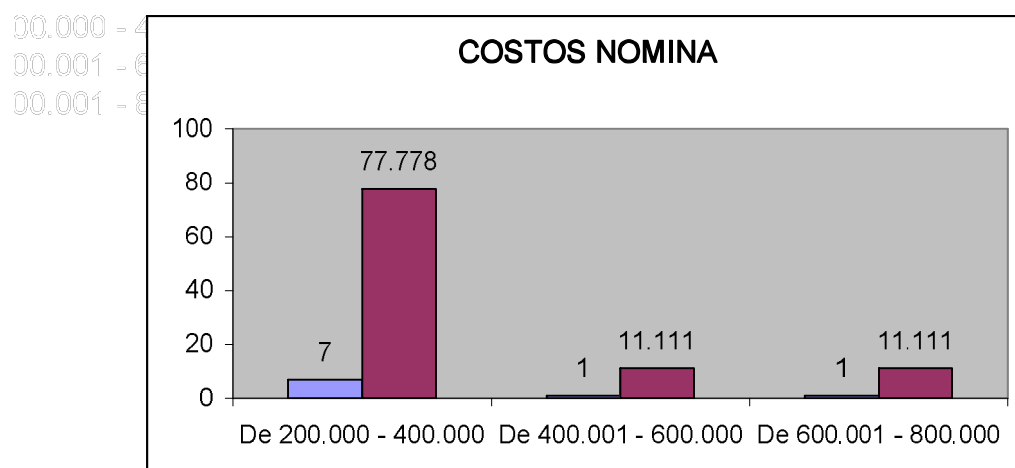


El 88.8% no están vinculados al sistema de riesgos profesionales y el 11.1% si lo esta.

Los asociados deben tener en cuenta que el lugar de trabajo y las condiciones en que ellos laboran es de gran riesgo, por lo que deben preocuparse por vincular a sus trabajadores.

TABLA 28. COSTO DE NOMINA

CATEGORÍAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
De 200.000 - 400.000	7	77.778
De 400.001 - 600.000	1	11.111
De 600.001 - 800.000	1	11.111
TOTAL	9	100

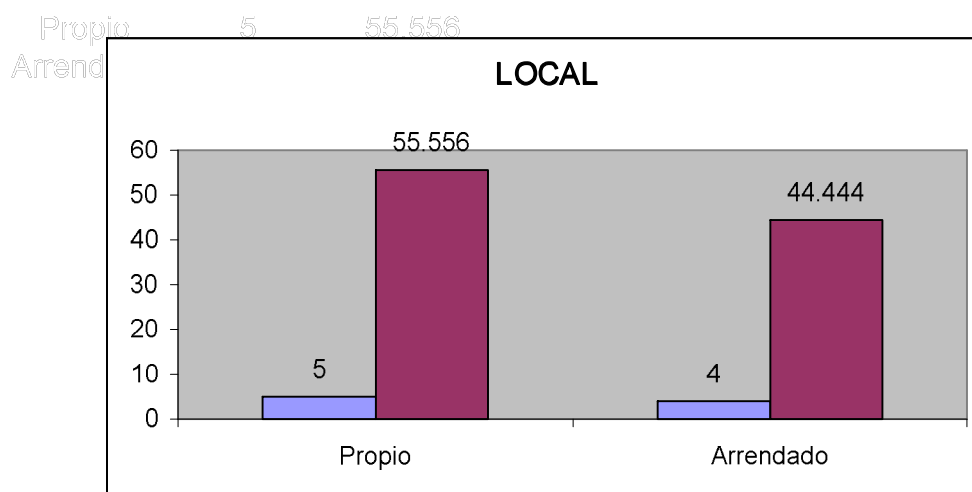


El costo de la nomina asciende al 77.7% entre \$200.000 y \$400.000, del 11.1% entre \$400.001 y \$600.000, y del 11.1% entre \$600.001 y \$800.000.

Lo que podemos determinar es que los asociados no le pagan a sus trabajadores el salario mínimo legal vigente.

TABLA 29. LOCAL

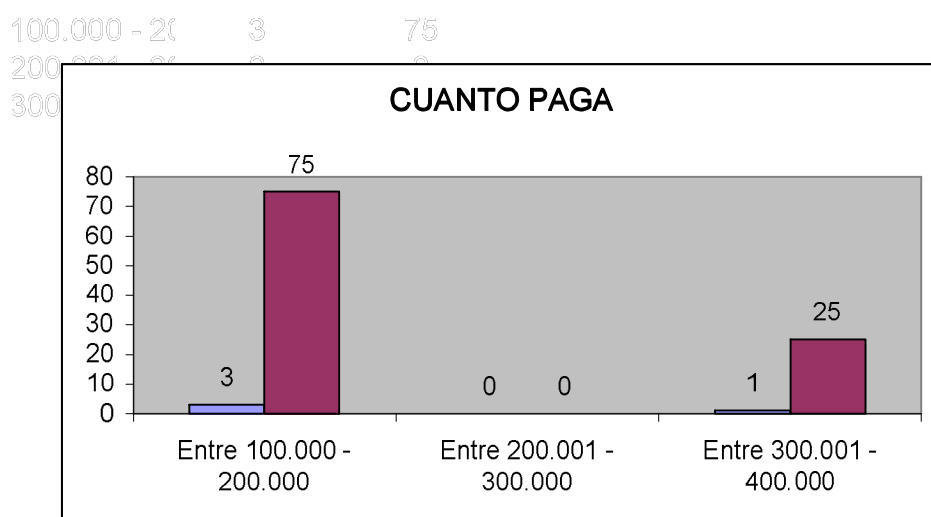
CATEGORÍAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
Propio	5	55.556
Arrendado	4	44.444
TOTAL	9	100



Los locales donde laboran los miembros de la asociación son propios en un 55.5% y arrendados en un 44.4% del total de asociados.

TABLA 30. CUANTO PAGA

CATEGORÍAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
Entre 100.000 - 200.000	3	75
Entre 200.001 - 300.000	0	0
Entre 300.001 - 400.000	1	25
TOTAL	4	100

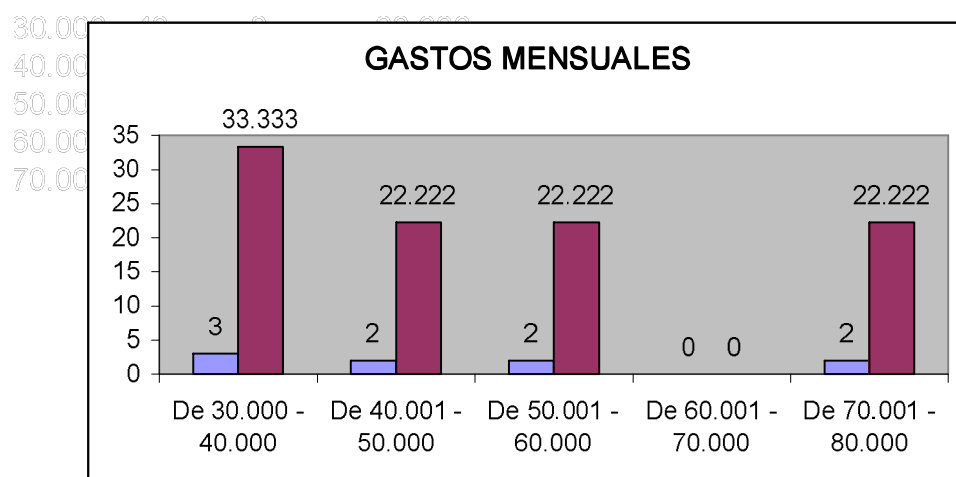


Los gastos de arriendo son del 75% entre \$100.000 y \$200.000 y del 25% entre \$300.001 y \$400.000.

El arriendo que cancelan por el local no es tan elevado.

TABLA 31. GASTOS MENSUALES (LUZ)

CATEGORÍAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
De 30.000 - 40.000	3	33.333
De 40.001 - 50.000	2	22.222
De 50.001 - 60.000	2	22.222
De 60.001 - 70.000	0	0
De 70.001 - 80.000	2	22.222
TOTAL	9	100

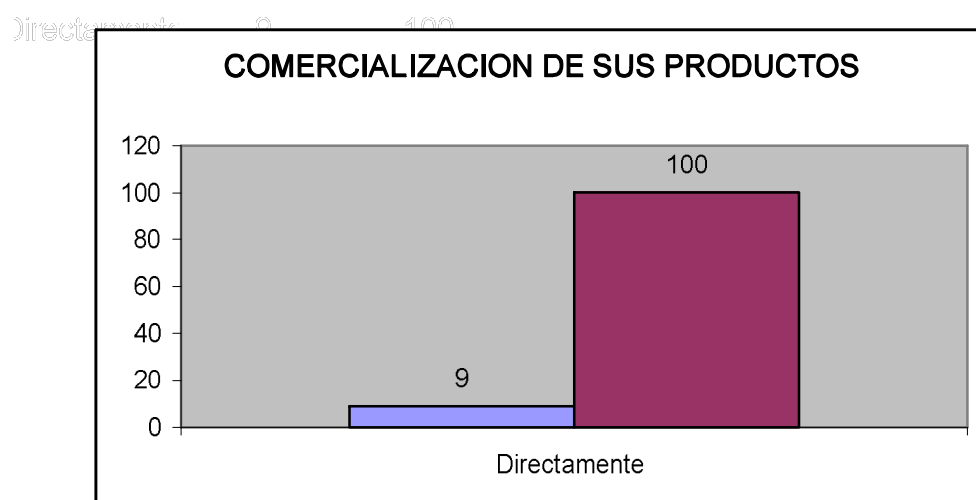


Los gastos mensuales de luz son del 33.3% entre \$30.000 y \$40.000 , del 22.2% entre \$40.001 y \$50.000 , del 22.2% entre \$50.001 y \$60.000 , del 22.2% entre \$70.001 y \$80.000

El siguiente cuadro muestra la forma en que ellos comercializan los productos que elaboran.

TABLA 32. COMERCIALIZACION DE SUS PRODCUTOS

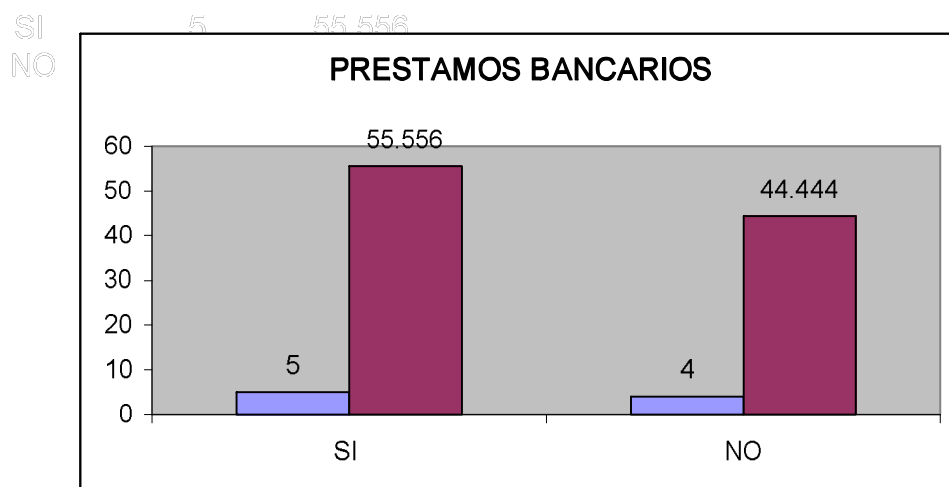
CATEGORÍAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
Directamente	9	100
TOTAL	9	100



El 100% de los asociados comercializan sus productos directamente.

TABLA 33. PRESTAMOS BANCARIOS

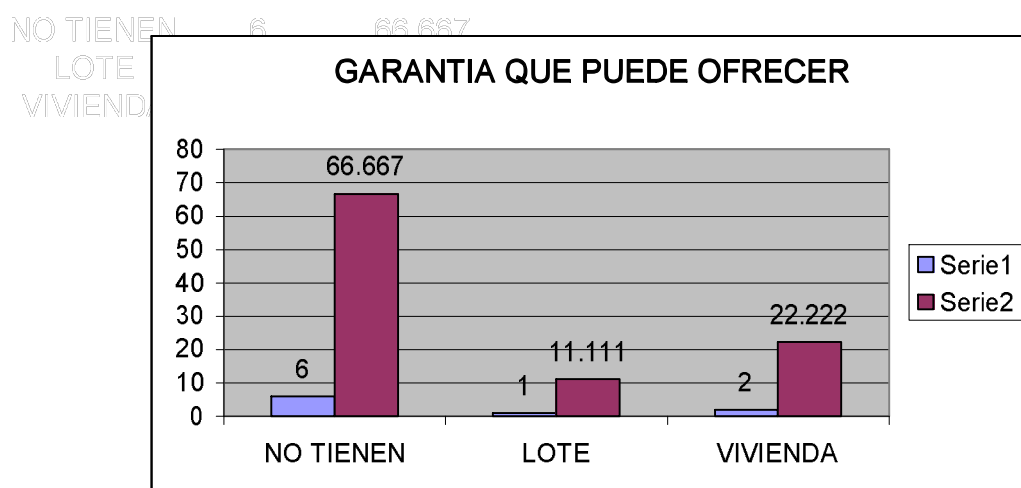
CATEGORÍAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
SI	5	55.556
NO	4	44.444
TOTAL	9	100



El 55.5% estaría dispuestos a adquirir un préstamo bancario y el 44.4% no están dispuestos.

TABLA 34.1. GARANTIA QUE PUDEEN OFRECER

CATEGORIA	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
NO TIENEN	6	66.667
LOTE	1	11.111
VIVIENDA	2	22.222
TOTAL	9	100

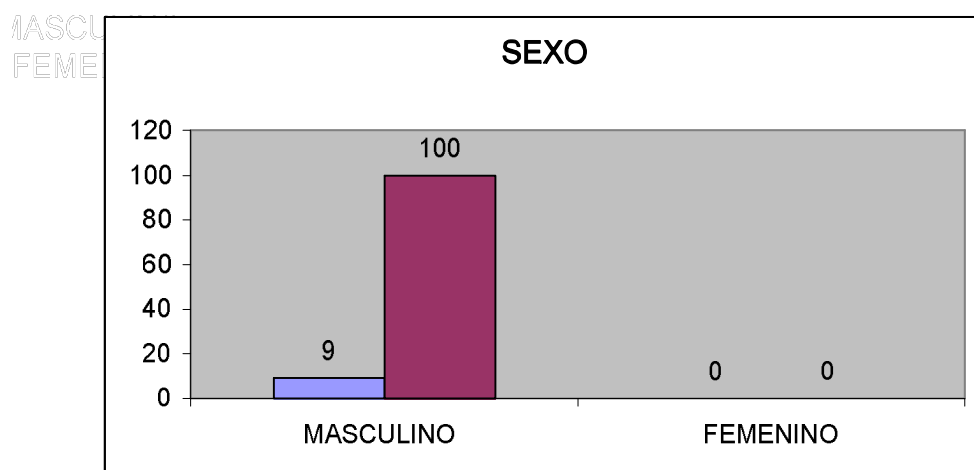


El 66.6% de los socios no tiene con que respaldar un préstamo bancario, el 22.2% tienen la vivienda como garantía, el 11.1% restante tienen un lote.

Podemos darnos cuenta que la mayoría de los asociados no cuentan con que respaldar un crédito, lo que hace más difícil mejorar su situación financiera.

TABLA 35. SEXO

CATEGORÍAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
MASCULINO	9	100
FEMENINO	0	0
TOTAL	9	100

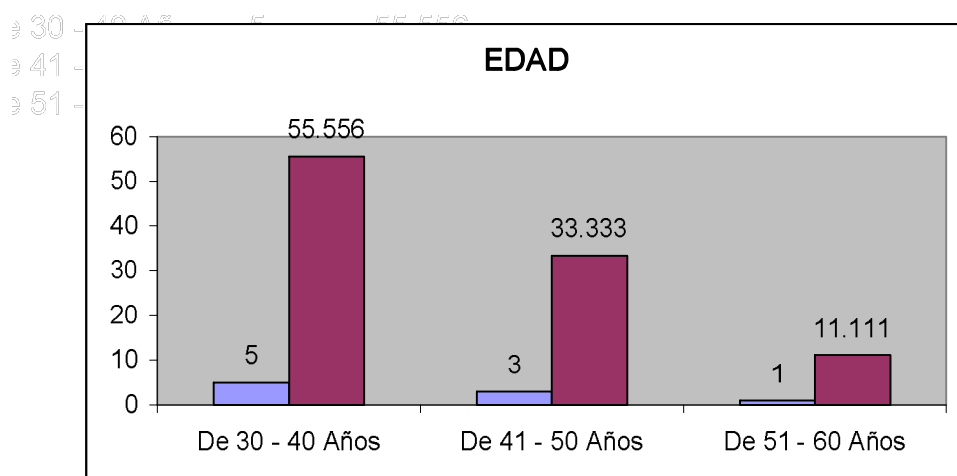


El 100% de los miembros son de sexo masculino .

Podemos destacar que esta actividad es de preferencia para hombres.

TABLA 36. EDAD

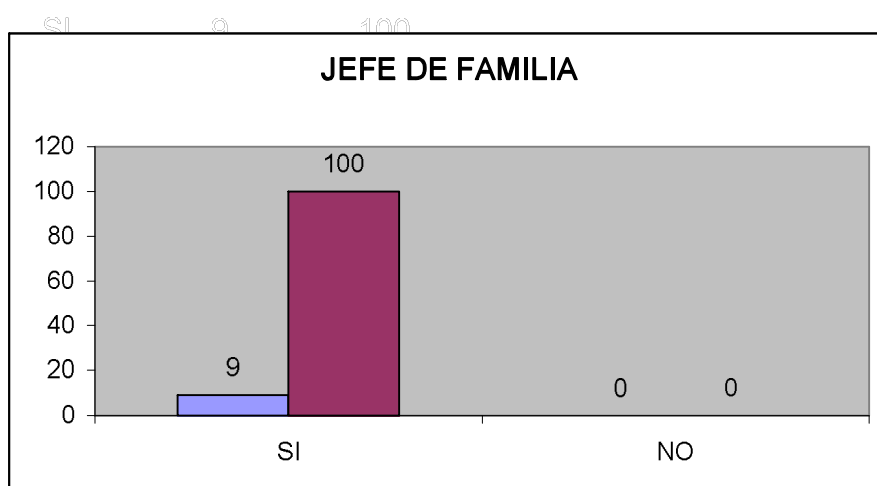
CATEGORÍAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
De 30 - 40 Años	5	55.556
De 41 - 50 Años	3	33.333
De 51 - 60 Años	1	11.111
TOTAL	9	100



El 55.5% de los miembros están entre 30 y 40 años, el 33.3% entre 41 y 50 años y el restante están entre 51 y 60 años.

TABLA 37. JEFE DE FAMILIA

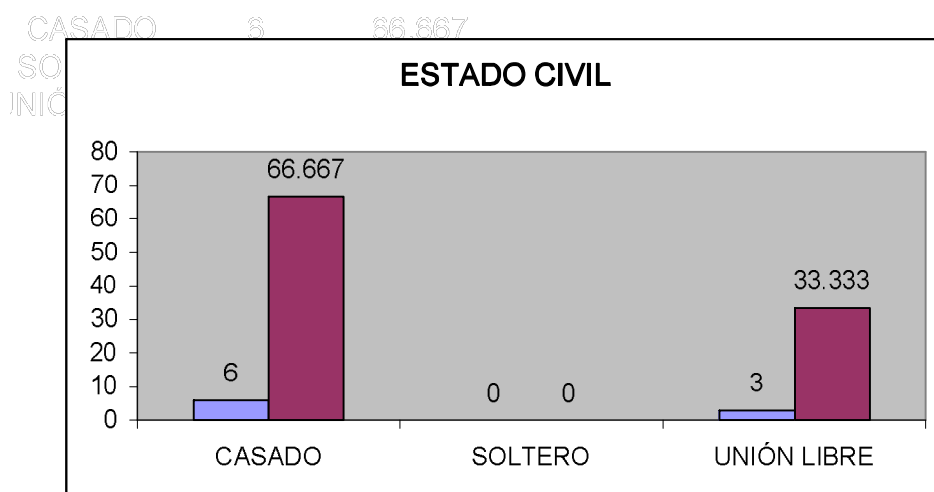
CATEGORÍAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
SI	9	100
NO	0	0
TOTAL	9	100



El 100% de los miembros son jefes de familia.

TABLA 38. ESTADO CIVIL

CATEGORÍAS	CANTIDAD	FRECUENCIA RELATIVA
CASADO	6	66.667
SOLTERO	0	0
UNIÓN LIBRE	3	33.333
TOTAL	9	100



El 66.6% son casados, lo que conlleva a ser más responsables y dedicados a sacar adelante su labor, y la minoría de ellos 33.3% viven en unión libre.

CONCLUSIÓN

El presente estudio ha servido para evidenciar los problemas que tienen la Asociación de Ornamentadores y Herreros de Sincelejo.

Las dificultades que se han encontrado, consideramos que pueden ir disminuyendo en la medida que se pongan en practica las recomendaciones dadas y se apropien de las mismas.

Con la puesta en practica de las recomendaciones y el análisis de las respuestas obtenidas, el presente estudio busco caracterizarlos socioeconomicamente; Donde se vivenció que no tienen un capital de trabajo, no tienen acceso a entidades financieras, sus materias primas son de mala calidad y sus precios son altos, les es difícil comercializar sus productos entre otros; por lo tanto se necesitará brindarles capacitación y orientarlos en el Cooperativismo

Consideramos que la presente investigación no se constituye en el final de ningún proceso, sino que esperamos ser punto de partida para nuevos estudios.

RECOMENDACIONES

- Gestionar ante el SENA, cursos de capacitación en soldadura y cálculos estructurales.
- Vincular a los trabajadores al sistema de seguridad social.
- Creación de un fondo rotatorio con aporte de los asociados.
- Solicitar el acceso a un crédito asociativo.
- Organizar a los asociados en el proceso grupal de compra de materia prima, para acceder a mayores volúmenes y menores costos.

BIBLIOGRAFÍA

- Metodología de la Investigación. Editorial Mc Graw Hill.
- www.bancodelarepublica.com
- Internet
- Cámara de Comercio de Sincelejo.

AneXos

ENCUESTA SOCIO-ECONOMICA ASOCIACIÓN DE ORNAMENTADORES Y HERREROS DE SINCELEJO

Señor Herrero la presente encuesta busca identificar el estado actual en que se encuentra el gremio y ver las posibilidades de establecer acciones de mejoramiento en el corto y largo plazo. Lo invitamos a que nos colabore respondiendo de una manera clara y sincera para efectos de tener una información real y de fácil verificación.

ASPECTOS GENERALES

1. Hasta que nivel educativo llego usted _____

Cursos realizados _____

2. Esta dispuesto a hacer cursos de capacitación Si ____ No ____ En que áreas _____

3. Tipo de vivienda: Propia _____ Arrendada _____ Cuanto paga mensual en arriendo o pago de la cuota de la casa: _____

4. Sus gastos familiares por concepto de: Agua _____ Luz
_____ Teléfono _____ Gas _____ Parabólica
_____ Transporte _____

5. Cuantas personas conforman su núcleo familiar _____ Cuantos estudian
_____ Primaria _____ Bachillerato _____ Universitarios _____

6. Estudian en establecimientos: públicos _____ Privados _____ Cuanto paga
mensual _____ Semestral _____

7. Estad usted y su familia vinculado a algún régimen de seguridad social Si
_____ No _____ en caso de ser afirmativo a cual _____ Si esta
vinculado cuanto paga mensualmente o por consulta _____

8. Cuál es la función de la asociación?

9. En que le ayuda la asociación?

10. Que le gustaría que la asociación hiciera por usted?

ASPECTOS COMERCIALES

11.Cuál es su actividad económica principal?

Es propia _____

Aislada _____

Agremiada _____

12. Cuales son su fuentes de ingresos?

13. Cuanto es el incremento que tienen los productos con respecto a la materia prima?

14. En que esta representado su capital de trabajo?

15. Utiliza usted herramientas adecuadas en su actividad?

Si _____

No _____

16. Cuales herramientas necesitan en su taller de herrería?

17. Cuantos clientes tienen habitualmente _____

18. Que tipo de cliente frecuenta su negocio _____

19. Como es el manejo de la cartera

Normal ____ Baja ____ Alta ____

20. A cuanto asciende en promedio sus ventas mensuales

21. A cuanto asciende en promedio su capital invertido en el negocio

22. Quien le provee la materia prima _____ Es de calidad

Si ____ No ____ Es a buen precio Si ____ No ____

23. Con que frecuencia se abastecen?

24. Estad usted en capacidad de adquirir la materia prima con otros

proveedores Si ____ No ____ Cual es la ciudad donde adquiriría la materia

prima _____

ASPECTOS DEL NEGOCIO

25. Cuantos trabajadores tiene a su cargo _____ Están vinculados a algún

régimen de seguridad social Si ____ No ____ Tienen aseguradora de riesgos

profesionales Si ____ No ____

26. A cuanto asciende el costo de la nomina _____

27. El local es propio _____ Arrendado _____ Si esta arrendado cuanto

paga _____

28. Cuales son sus gastos mensuales de luz _____ y cual es su comportamiento _____

ASPECTOS FINANCIEROS

29. Como comercializan sus productos?

30. Necesita usted un préstamo bancario Si ____ No ____

31. Que garantías podría ofrecer a un banco al realizar un crédito

32. Cuantos créditos a recibido hasta hoy _____

Monto del mayor _____ Puede pagar uno mayor Si ____ NO ____

Cuanto _____

Nombre y Apellido: _____

Sexo: ____ Edad: ____ Es jefe de familia si ____ no ____

Estado civil _____ N° c.c: _____ Lugar de residencia

_____ Dirección _____

CONTENIDO

	PAG.
INTRODUCCIÓN	10
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
2. FORMULACION DEL PROBLEMA	12
3. JUSTIFICACIÓN	13
4. OBJETIVOS	14
4.1 GENERAL	14
4.2 ESPECIFICOS	14
5. MARCO TEORICO	15
5.1 ESCENARIO DE REFERENCIA	15
5.2 ANTECEDENTES	18
6. METODOLOGÍA	21
6.1 TIPO DE ESTUDIO	21
6.2 INFORMACION SECUNDARIA	21
6.3 INFORMACION PRIMARIA	21
6.4 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	22
6.5 TÉCNICAS ESTADÍSTICA	22
6.6 METODO DE INVESTIGACIÓN	22
7. RESULTADOS, INTERPRETACION Y ANÁLISIS	23
CONCLUSIÓN	65
BIBLIOGRAFÍA	66
RECOMENDACIONES	

LISTA DE TABLAS

	PAG.
TABLA 1. PRINCIPALES LINEAS DE PRODUCTOS SECTOR COMERCIAL	17
TABLA 2. NIVEL EDUCATIVO	23
TABLA 3. NECESIDAD DE CAPACITACIÓN	24
TABLA 3.1. CAMPOS EN EL CUAL DESEAN CAPACITARSE	25
TABLA 4. TIPO DE VIVIENDA	26
TABLA 5. GASTOS FAMILIARES	27
TABLA 6. ESTAN VINCULADO A ALGUN REGIMEN DE SEGURIDAD SOCIAL	29
TABLA 7. ESTAN VINCULADO A ALGUN REGIMEN DE SEGURIDAD SOCIAL	29
TABLA 8. FUNCIONES DE LA ASOCIACIÓN 30	
TABLA 9. DE QUE MANERA LA ASOCIACIÓN AYUDA A LOS ASOCIADOS	31
TABLA 10. LO QUE A LOS ASOCIADOS LES GUSTARIA QUE LA ASOCIACIÓN HICIERA	32
TABLA 11. PRINCIPAL ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LOS ASOCIADOS	33

TABLA 11.1 TIPO DE ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE TIENEN LOS ASOCIADOS	34
TABLA 12. FUENTES DE INGRESOS	35
TABLA 13. INCREMENTO DE LOS PRODUCTO CON RESPECTO A LA M. P.	36
TABLA 14. REPRESENTACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO	37
TABLA 15. UTILZAICION DE HERRAMIENTAS ADECUADAS	38
TABLA 16. HERRAMIENTAS QUE LOS ASOCIADOS NECESITAN	39
TABLA 17. NUMERO DE CLIENTES QUE FRECUENTAN SU NEGOCIO	40
TABLA 18. ESTRATOS	41
TABLA 19. ROTACIÓN DE CARTERA	42
TABLA 20. VENTAS MENSUALES	43
TABLA 21. CAPITAL DE TRABAJO	44
TABLA 22. PROVEEDORES	45
TABLA 22.1. CALIDAD DE LA MATERIA PRIMA	46
TABLA 22.2 PRECIOS ASEQUIBLES	47
TABLA 23. FRECUENCIA DE ABASTECIMIENTO	48
TABLA 24 DESEA ADQUIRIR M. P. CON OTROS PROVEEDORES	49

TABLA 24.1 CIUDADES DONDE ESTARÍAN DISPUESTOS ADQUIRIR LA M. P.	50
TABLA 25. TRABAJADORES A CARGO	51
TABLA 26. ESTÁN VINCULADOS A ALGUN REGIMEN DE SEGURIDAD SOCIAL	52
TABLA 27.1. RIESGOS PROFESIONALES	53
TABLA 28. COSTO DE NOMINA	54
TABLA 29. LOCAL	55
TABLA 30. CUANTO PAGA	56
TABLA 31. GASTOS MENSUALES (LUZ)	57
TABLA 32. COMERCIALIZACION DE SUS PRODUCTOS	58
TABLA 33. PRESTAMOS BANCARIOS	59
TABLA 34.1. GARANTIA QUE PUDEN OFRECER	60
TABLA 35. SEXO	61
TABLA 36. EDAD	62
TABLA 37. JEFE DE FAMILIA	63
TABLA 38. ESTADO CIVIL	64