



Ciencia Latina
Internacional

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), julio-agosto 2024,
Volumen 8, Número 4.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i4

**ECONOMÍA INFORMAL EN LA CIUDAD DE
PILAR. ELABORACIÓN DE DETERGENTE
ARTESANAL, PERIODO 2023-2024**

**INFORMAL ECONOMY IN THE CITY OF PILAR.
PREPARATION OF ARTISANAL DETERGENT,
PERIOD 2023-2024**

María Delia Colman Colmán
Universidad Nacional de Pilar, Paraguay

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i4.12676

Economía Informal en la Ciudad de Pilar. Elaboración de detergente Artesanal, Periodo 2023-2024

María Delia Colman Colmán¹

mcolman952@gmail.com

Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas

Universidad Nacional de Pilar

Paraguay

RESUMEN

El presente artículo tiene por finalidad determinar aquellos factores que caracterizan los emprendimientos en la elaboración y venta de detergente artesanal en la ciudad de Pilar, con los objetos específicos: - Conocer que estrategias de producción y comercialización implementan los productores de estos artículos -Identificar la estrategia de mantenimiento de clientes que utilizan. - Conocer el perfil del emprendedor/a artesanal de detergente y Conocer cuáles son las oportunidades y amenazas que percibe en el mercado. El tipo de investigación desarrollado en este trabajo es analítico – descriptivo, con enfoque cuali - cuantitativo: puesto que además de comprender situaciones y comportamientos de los trabajadores informales desde la perspectiva subjetiva, desde el interior; así mismo también se busca describir con propiedad las situaciones observadas con relación al problema que está siendo investigado, y se inclina a comprender valores intereses y necesidades de los trabajadores, se presentará datos estadísticos que requiere la investigación. La población a ser estudiada en la presente investigación comprende a los trabajadores dedicados a la elaboración de detergente, en la ciudad de Pilar, años 2023-2024

Palabras Clave: estrategia, producción y comercialización, perfil del emprendedor/a

¹ Autor principal

Correspondencia: mcolman952@gmail.com

Informal Economy in the City of Pilar. Preparation of Artisanal detergent, Period 2023-2024

ABSTRACT

The purpose of this article is to determine those factors that characterize the ventures in the production and sale of artisanal detergent in the city of Pilar, with the specific objects: - Know what production and marketing strategies the producers of these items implement - Identify the strategy of maintenance of clients that use. - Know the profile of the artisanal detergent entrepreneur and know what opportunities and threats they perceive in the market. The type of research developed in this work is analytical - descriptive, with a qualitative - quantitative approach: since in addition to understanding situations and behaviors of informal workers from the subjective perspective, from the inside; Likewise, it also seeks to properly describe the situations observed in relation to the problem being investigated, and is inclined to understand the values, interests and needs of the workers, statistical data required by the investigation will be presented. The population to be studied in this research includes workers dedicated to the production of detergent, in the city of Pilar, years 2023-2024.

Keywords: strategy, production and marketing, entrepreneur profile

Artículo recibido 10 julio 2024

Aceptado para publicación: 12 agosto 2024



INTRODUCCIÓN

En la presente investigación se abordará el tema de la economía informal practicada en la ciudad de Pilar, considerado uno de los pulmones de la economía, ya que numerosas personas se gana la vida por medio de este tipo de empleo. Se puede decir que mediante la informalidad se está logrando combatir la pobreza extrema, pues se constituye en una buena fuente de ingresos monetarios, con las cuales no se paga impuestos.

La investigación se enfoca en el rubro de elaboración de detergente artesanal, y se puede mencionar que un gran porcentaje de la población pilarenses está optando por este tipo de empleo.

Actualmente en la ciudad de Pilar ha aumentado el número de personas que se dedican a la economía informal, la misma se constituye en uno de los pilares de la economía, ya que contribuye a la absorción del desempleo, y de esa forma evita el crecimiento del empobrecimiento. Aunque con frecuencia implica malas condiciones laborales, como insalubridad y la inseguridad en el trabajo, muchos carecen de protección social como los beneficios de pensiones o seguros de salud; pérdida de ventajas que proporciona la ley, como protección judicial; no cuentan con ingresos fijos, y se ven obligados a hacer sobretiempos. Además, estas actividades económicas implican mala asignación de recursos, y no son declaradas ante el Estado por lo que contribuye a la evasión de impuestos.

Estas situaciones mencionadas, son el resultado de agentes económicos que salen del sector formal como consecuencia de un análisis costo-beneficio, o por la escisión de estos del sector formal, dado que la economía se hace más restrictiva y segmentada. También se debe al nivel de educación que es un factor determinante; a la falta de asistencia técnica por parte de las instituciones como la Gobernación y Municipalidad, brindando asesoramiento con la presencia de profesionales en el área que sirvan de guía a los micro-emprendedores.

Estos hechos pueden llevar a los trabajadores a un mal manejo de capital, invirtiendo de manera inadecuada, imposibilitando acrecentar el mismo, quedándose estancados o en el peor de los casos llevándolos a la quiebra.

Por consiguiente, se hace necesaria la constitución de trabajadores en Organizaciones legalmente reconocidas en su Municipio, para que pueda solicitar, y recibir asesoramiento indicado de acuerdo a la labor que vayan a realizar.



La finalidad del trabajo es determinar aquellos factores que caracterizan los emprendimientos de elaboración y venta detergente artesanal en la ciudad de Pilar, con los objetos específicos: Conocer cuál es la estrategia de producción y comercialización que implementan los trabajadores. Identificar la estrategia de mantenimiento de clientes que utilizan. Conocer el perfil del emprendedor/a artesanal de detergente y Conocer cuáles son las Oportunidades y amenazas que percibe en el mercado.

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

Economía Informal

Origen y evolución del concepto

Desde el punto de vista de los autores Martínez; Silva y Juárez (2022). La economía informal es multifactorial, dinámica y evolutiva, recae en diversas etapas del crecimiento económico de las sociedades, puede existir desde aquellas personas que están en el mercado formal y entre las que no están en formalidad, lo que conlleva a evasión del pago de las contribuciones, pero continúa ayudando al dinero circulante para poder continuar con la operatividad del día a día.

Según Samaniego (p.31) el término de sector informal fue utilizado por vez primera hace ya más de 35 años por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en un informe sobre Kenia. La novedad del concepto consistía en que trataba de recalcar el hecho de que en los países en desarrollo el problema del empleo se centra más que en el desempleo abierto, en un fenómeno distinto: el conformado por un amplio grupo de trabajadores, que, estando ocupados, laboran con un nivel muy bajo de productividad e ingresos insuficientes. Se trata de los llamados “trabajadores pobres” que laboran en unidades productivas de pequeño tamaño, con uso de tecnologías simples, escasos requerimientos de capital por persona ocupada y una escasa división entre la propiedad de los medios de producción y los recursos para el sustento familiar. Prolifera el trabajo familiar y por cuenta propia, junto a la mano de obra asalariada sin prestaciones ni contrato escrito.

Al pasar del tiempo se encontró que el término “sector informal” resultaba inadecuado, o engañoso, para poder reflejar los aspectos dinámicos, heterogéneos y complejos de un fenómeno, que en realidad no se concentraba en un solo sector, o grupo industrial de actividad. En su lugar, la OIT propuso el término de “economía informal”, que hace referencia a un grupo cada vez más diverso y creciente de trabajadores y empresas que tanto en las áreas urbanas como en las rurales operan de manera informal.

Incluyen a trabajadores por cuenta propia en actividades de supervivencia, tales como vendedores ambulantes, boleros, cuidadores de automóviles; empleados domésticos, personas que laboran en su propio domicilio o en talleres, como trabajadores asalariados, como aprendices, o como familiares sin remuneración (Samaniego, pág. 31)

Los conductores de minibuses; recolectores de basura; y barberos en la vía pública: las personas que trabajan en las calles o al aire libre son los trabajadores informales más visibles. Otros trabajadores informales trabajan en tiendas y talleres pequeños que reparan bicicletas y motocicletas, reciclan chatarra; producen muebles y partes de metal; curten piel y cosen zapatos; tejen, tiñen y estampan telas; producen y bordan ropa; separan y venden ropa, papel y desechos de metal; y mucho más. Los trabajadores menos visibles, la mayoría de ellos mujeres, trabajan en sus hogares. Trabajadores a domicilio hay en todo el mundo e incluyen: trabajadores de la confección; bordadores; zapateros. Otras categorías de trabajos que tienden a ser informales tanto en países desarrollados como países en desarrollo incluyen a los trabajadores eventuales en restaurantes y hoteles, a los conserjes subcontratados y guardias de seguridad, a los jornaleros en la construcción y la agricultura; a los trabajadores a destajo en talleres con condiciones laborales abusivas (Chen, 2012, p. 4).

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT 2018) existe correlación entre Producto Interno Bruto (PIB) que mientras mayor sea en un país menor es la informalidad en su economía.

Causas de la economía informal

De acuerdo a (Montiel, et. al 2021). El emprendimiento genera un círculo virtuoso que favorece la creación de nuevos puestos de trabajo, la creación de nuevos productos genera competencia, permite acceder a nuevas oportunidades de trabajo; lo que bajo esta perspectiva promete al emprendedor la oportunidad de percibir ingresos superiores a las del trabajo por cuenta ajena (Constant & Zimmermann, 2006, mencionado por Montiel, et. al 2021).

En opinión de Gonzalez (2016). La informalidad se produce cuando los costos de actuar dentro del marco legal exceden sus beneficios. La formalidad implica un costo de entrada (procedimientos de inscripción caros y tardados) y los costos de permanencia (que incluyen pagos de impuestos, cumplimiento de normas laborales, así como regulaciones de salud, medio ambiente y otras). Los beneficios potenciales de la formalidad consisten en protección contra el crimen y el abuso, un sistema

judicial para la resolución de conflictos y cumplimiento de contratos, acceso a las instituciones financieras legales para la adquisición de crédito y diversificación de riesgos y, en general, la posibilidad de ampliar los mercados tanto nacionales como internacionales. Al menos en principio, la formalidad anula la necesidad de pagar sobornos y también evita multas y cuotas que las empresas informales están continuamente sometidas. Por tanto, la informalidad es más frecuente cuando el marco legal es oneroso, la calidad de los servicios públicos a las empresas formales es baja y el control Estatal y el poder de ejecución es deficiente

Los enfoques distintos en torno a sus causas

El fenómeno de la informalidad, particularmente visible en las zonas urbanas, en donde primero fue identificado, tiene distintas explicaciones en torno a su origen.

Desde la perspectiva de la supervivencia, el sector informal se explica como el resultado de la presión que ejerce el excedente de mano de obra sobre el empleo, ante una insuficiencia de puestos de trabajo en el sector moderno (Tokman, 2001). Se presenta cuando existe una población que crece a tasas elevadas y una fuerza de trabajo que ejerce presión por encontrar una ocupación productiva ante un crecimiento insuficiente de buenos puestos de trabajo. Si esta situación se da en un contexto en donde no existen seguros de desempleo, la gente tiende a buscar sus propias soluciones mediante la venta o la prestación de servicios que les permitan sobrevivir.

Una segunda lógica, articulada más recientemente que la anterior, es la de descentralización productiva. Ésta ubica su origen en la globalización y en los cambios que ocurren en la división internacional del trabajo. Las empresas modernas requieren adaptarse para hacer frente a una demanda más inestable y por ello recurren a sistemas de producción que les permitan mayor flexibilidad y eficiencia. Entre estos caminos, buscan descentralizar sus procesos de producción y reducir así parte de sus costos, principalmente los laborales, a fin de facilitar el traslado de las fluctuaciones de la demanda hacia el exterior de la empresa. En muchos países esto se logra a través de la subcontratación, en otros, se produce de manera espontánea, a través de distintas formas de evasión de las disposiciones laborales y de seguridad social vigentes (Samaniego, pág. 32).

A juicio de Perry y Maloney (2007) una tercera perspectiva del origen de la informalidad que ha adquirido mayor ponderación en análisis recientes es la del escape o exclusión voluntaria del marco

normativo que regula a las actividades productivas formales. Bajo esta perspectiva, existe un conjunto de costos a la formalidad e incentivos a la informalidad inmerso en muy diversas acciones y políticas públicas que inclina a un buen número de empresas y trabajadores a optar por la informalidad en diversos grados, ya que encuentran incentivos para insertarse en ella de manera voluntaria

La discusión hoy día tiende a aceptar que el fenómeno de la informalidad es tan heterogéneo y complejo, en sus características y en sus causas, que más que desechar de entrada alguno de los tres enfoques frente a los demás, tiende a admitir que puedan coexistir distintas causas de informalidad y que a cada una de ellas correspondería un enfoque de política distinto. Se ha observado, por ejemplo, que en épocas de contracción económica predomina el crecimiento de la informalidad asociada a las causas de supervivencia, en tanto que en períodos de expansión se multiplican los casos de informalidad asociada al fenómeno de escape o a las estrategias de descentralización productiva (Samaniego, pág. 32)

Consecuencias, ventajas y desventajas de la economía informal

Los jóvenes son quienes más se adhieren al sistema de empleo informal, ya que 6 de 10 solo consiguen empleo en ese rubro.

- La informalidad limita el crecimiento económico lo que imposibilita tener una sociedad más igualitaria; el PIB se ve afectado por el empleo informal entre 3 y 4 puntos por cada año
- Una empresa informal tiene 50% menos capacidad de producción que una empresa formal
- El empleo informal es considerado un problema endémico de la región, por no poder ofrecer trabajos bien remunerados y elevar la productividad del país
- Una consecuencia de que no haya un sistema público de prestaciones es la ocupación informal, ya que, al perder su empleo, muchas personas optan por la primera oportunidad que se les presente y en muchas ocasiones es la informalidad (Enciclopedia Banrepcultural, 2017).

Métodos de medición

En los últimos años se han realizado avances metodológicos significativos en lo que respecta a la medición de la informalidad, sobre todo en los países en desarrollo. Una contribución importante en este ámbito ha sido el trabajo del Grupo de Expertos en Estadísticas del Sector Informal, o Grupo de Delhi, creado por la División de Estadística de las Naciones Unidas en 1997 para documentar las prácticas de recopilación de datos, intercambiar experiencias sobre la medición del sector informal y

formular recomendaciones para la mejora de la calidad y la comparabilidad de las estadísticas al respecto.

En concreto, el Grupo de Delhi, junto con WIEGO (Mujeres en Empleo Informal: Globalizando y Organizando), colaboró activamente con el Departamento de Estadística de la OIT para elaborar la obra de referencia más completa y actualizada que existe sobre el tema. No obstante, en la práctica se han utilizado diversos métodos para evaluar la frecuencia y el carácter del empleo informal, desde las encuestas directas hasta el uso de indicadores indirectos o el rastreo de trazas estadísticas en datos recopilados para otros fines.

Los métodos indirectos consisten en la búsqueda de datos empíricos sobre el empleo informal en bases de datos compiladas o elaboradas para otros fines. Algunos se sirven de indicadores monetarios, como el número de billetes de denominaciones de alto valor en circulación, el porcentaje de efectivo o las transacciones monetarias; otros recurren a otro tipo de indicadores, como las diferencias en las cifras relativas a la oferta de trabajo entre diferentes encuestas, la demanda de electricidad de las empresas muy pequeñas o las discordancias entre ingresos y gastos ya sea a nivel agregado o a escala de los hogares. A veces también se utilizan varios indicadores combinados, como en el caso del método conocido como MIMIC, mediante el cual se elabora un índice teniendo en cuenta múltiples indicadores y múltiples causas (Williams, 2013).

Los métodos directos consisten en encuestas a individuos o empresas con preguntas sobre el empleo informal, y difieren en función de si comunican o no explícitamente sus definiciones a los encuestados, establecen como unidad de análisis el hogar o la empresa, recopilan datos mediante cuestionario enviado por correo electrónico, entrevistas telefónicas, cuestionarios en línea o entrevistas presenciales, que pueden ser estructuradas o no estructuradas, investigan el lado de la oferta o el lado de la demanda, o utilizan métodos de encuesta cuantitativos, cualitativos o mixtos.

En las economías desarrolladas se tiende a utilizar los métodos indirectos para estimar la frecuencia del empleo informal, y los métodos directos para evaluar su carácter y las causas que lo impulsan. Sin embargo, en las economías en desarrollo son más comunes los métodos directos, entre otras cosas porque las encuestas son más fáciles de administrar en contextos en los que la actividad informal, que constituye en su gran mayoría un conjunto de estrategias de supervivencia de los más pobres, no es

ilegal y, por consiguiente, no se oculta. En conjunto, los métodos indirectos tienden a producir estimaciones más elevadas que los directos. Por consiguiente, es importante tener en cuenta el método utilizado (Williams, 2013).

Frecuencia y naturaleza variable del empleo informal

Muchos estudios recientes han analizado la magnitud variable del empleo informal y las tendencias al respecto en diferentes países, regiones y contextos locales, así como en función del género y del grupo demográfico. El resultado ha sido una valoración más contextualizada del empleo informal, generalizado y en aumento en ciertas poblaciones, pero menor y en declive en otras. En particular, la discriminación por motivos de género, edad, etnia o discapacidad tiende a relegar a los grupos más vulnerables y marginados a la actividad informal, acerca de los efectos de la regulación social en ausencia de reglamentación formal.

El empleo informal por cuenta propia también engloba una gama muy variada de situaciones, en uno de cuyos extremos se encuentran las motivadas por los beneficios y las condiciones del mercado, que van desde el caso del «falso trabajador por cuenta propia» que, siendo en realidad asalariado, figura como independiente y, por consiguiente, no da lugar al pago de impuestos sobre los salarios y no tiene derechos como la protección contra el despido o las vacaciones pagadas, hasta los verdaderos trabajadores independientes no declarados, pasando por trabajadores por cuenta propia declarados pero que realizan parte de sus actividades sin declarar. De hecho, se están realizando muchos estudios sobre «empresariado informal» que tratan de dilucidar si tales iniciativas surgen de problemáticas de exclusión de la economía formal o de una voluntad clara de situarse al margen de la misma debido a los costos operativos que representa (Williams, 2013).

Políticas para afrontar el empleo informal

En teoría, los gobiernos tienen a su alcance varias alternativas ante la informalidad: pueden optar por no hacer nada, o bien tratar de reducirla mediante la desreglamentación de la economía formal o facilitando la formalización. En la práctica se ha llegado a un consenso internacional amplio en torno a la opción de la formalización, como pone de manifiesto la Resolución relativa al trabajo decente y la economía informal adoptada por la Conferencia Internacional del Trabajo. Dentro de estas líneas

generales, las políticas específicas dependerán, obviamente, de la frecuencia de la informalidad y de las formas que adopte en cada país (Williams, 2013)

Otras motivaciones políticas para intervenir en favor de los trabajadores informales en los países en desarrollo tienen que ver con la lucha contra la pobreza y la protección de los derechos fundamentales, en particular en relación con las prácticas de trabajo forzoso, trabajo infantil y discriminación. De hecho, las mujeres, los niños, los migrantes y los trabajadores de edad son particularmente vulnerables a la explotación y al abuso en la economía informal (OIT, La transacción de la economía informal a la economía formal, 2013)

Desde la perspectiva de los consumidores, las razones que justifican la intervención son similares, ya que se encuentran sin recurso jurídico ante un servicio de baja calidad, así como sin seguro ni garantías en relación con el trabajo realizado y el respeto de las normas de salud y seguridad.

Por último, el interés de la intervención para los gobiernos deriva del hecho de que el empleo informal supone una pérdida de ingresos estatales por el impago de impuestos y cotizaciones sociales, lo cual reduce los recursos de que dispone el Estado para promover la integración social y la movilidad, en detrimento de la cohesión social; además, el empleo informal fragiliza el movimiento sindical y la negociación colectiva, dificulta el control de la aplicación de la reglamentación sobre la calidad del empleo y los servicios proporcionados en la economía, y el hecho de que un porcentaje significativo de la población se encuentre en una actividad informal sistemática podría alentar una actitud laxista frente a la ley en general (Williams, 2013).

El futuro de la informalidad

En la economía mundial actual no se están creando suficientes empleos formales, y muchos empleos formales existentes se están informalizando. El empleo informal se mantendrá a corto, mediano y, probablemente, largo plazo. Es la fuente principal de trabajo e ingresos para la mayor parte de la fuerza laboral y población en el mundo en desarrollo. En comparación con los trabajadores formales, los trabajadores informales tienen en promedio ingresos más bajos y enfrentan riesgos más altos, tienen menos probabilidad de disfrutar de oportunidades económicas y protecciones jurídicas, y son menos capaces de ejercer derechos económicos y de tener una voz colectiva (OIT, 2002). Es necesario que se reconozca a la economía y a la fuerza laboral informal como la base general de la economía y de la

fuerza laboral mundial. Tanto los negocios informales como la fuerza laboral informal merecen ser valuados por sus contribuciones y ser integrados en la planificación económica y en los marcos legales (Chen, 2012, p. 20)

No existe ninguna intervención de política global única para abordar las preocupaciones asociadas con la economía informal: se deben considerar e implementar una gama de intervenciones. Además, estas intervenciones deben ser adaptadas y enfocadas para que se adecúen a las limitaciones, necesidades y riesgos específicos de los diferentes grupos de trabajadores informales: tanto para los trabajadores independientes informales como los trabajadores asalariados informales; para los negocios y trabajadores informales con mayores ingresos frente a los de menores ingresos; para los que evaden las regulaciones y para aquellos para quienes las leyes y regulaciones existentes son inadecuadas o irrelevantes (Chen, 2012, p. 20)

Otra lección general de política es que todas las políticas económicas y sociales deben ser examinadas de acuerdo a su impacto en la economía informal y sus partes constituyentes. No se debe suponer, como lo hizo el Banco Mundial, y otros, a mediados de la década de 1990, que las políticas económicas no pueden llegar a la economía informal y que no tienen ningún impacto en ella (Banco Mundial, 1995). La mayoría de las políticas económicas y sociales tienen un impacto directo o indirecto en la economía informal. El reto consiste en monitorear los impactos, tanto positivos como negativos, de las diferentes políticas en las diferentes categorías de la fuerza laboral informal, y en abordar los impactos negativos (Chen, 2012, p. 21)

Para ello es preciso reconocer y abordar el hecho de que la manera en la que los efectos del crecimiento económico sobre el empleo pasan por los mercados, las políticas y las instituciones (sociales, económicas y políticas) es diferente para las empresas formales e informales; para los trabajadores formales e informales; y para las mujeres y los hombres dentro de cada una de estas categorías (Chen, 2012, p. 21)

METODOLOGÍA

Tipo de Estudio

El tipo de investigación desarrollado en este trabajo es analítico – descriptivo, puesto que pretende describir los factores que determinan la situación de las variables de estudio e identificar las causas o razones por la que suceden ciertos fenómenos o el por qué se da una relación entre una o más variables.

Métodos de Investigación

Enfoque Cualitativo - Cuantitativo: puesto que además de comprender situaciones y comportamientos de los trabajadores informales desde la perspectiva subjetiva, desde el interior; así mismo también se busca describir con propiedad las situaciones observadas con relación al problema que está siendo investigado, y se inclina a comprender valores intereses y necesidades de los trabajadores, se presentará datos estadísticos que requiere la investigación.

Fuentes de Información

Fuentes Primarias: Las mismas están constituidas por encuesta; el instrumento que será utilizado para conocer como los trabajadores del sector informal desarrolla sus operaciones comerciales, y su actuación dentro del mercado.

Fuentes Secundarias: A modo de garantizar la calidad de la revisión, fueron evaluados previamente la calidad de los materiales bibliográficos, respetando criterios tales como la publicación de artículos en revistas reconocidas en el ámbito científico, libros de autores especialistas o de trayectoria en el área educativa y la investigación.

Técnicas e Instrumento de Recolección de Datos

Encuesta: esta técnica será utilizada para recolectar los datos que interesan a la investigación. La misma será aplicada a los sujetos de estudio que conforman la muestra de la investigación, que son las personas dedicadas a la elaboración de detergente artesanal

Población

La población a ser estudiada en la presente investigación comprende a los trabajadores dedicados a la elaboración de detergente, en de la ciudad de Pilar.



Tabla 1

Sujetos de Estudio	Total de la Población	Total de la Muestra	Porcentaje de la Muestra	Tipo de Muestreo
Personas dedicadas a la elaboración de detergente	7	5	70%	Intencionado

Muestra**Tabla 2. Marco Operacional**

Variable	Definición	Dimensión	Indicador
Estrategias de producción y comercialización	Hace referencia a como hace uso de recursos para producir y comercializar	1. Adquisición de materia prima	Lugar, contado-crédito, cantidad, calidad
		2. Procesamiento y elaboración	Planificación de producción, utilización de tecnología, división de trabajo, técnicas, cantidad, tiempo
		3. Fraccionamiento	Materiales, medidas, presentación
		4. Modalidad comercial	Publicidad, precios, preventa-venta personalizada, contado-crédito
Estrategia de mantenimiento de clientes	Forma de llegar y cuidar al cliente manteniendo abastecida continuamente	1. Monitoreo/comunicación	Ubicación, visitas semanales-mensuales, cantidad de clientes
		2. Facilitación de entrega	Horarios de reparto, como hace para que la competencia no le robe los clientes
Perfil del emprendedor	Características propias de las personas que se están dedicando a la elaboración de los productos	3. Nivel de Formación Académica	Años de estudio Otros estudios
		4. Datos demográficos	Edad, sexo
		5. Asesoramiento técnico de instituciones	Capacitación acerca del tema
		6. Conocimiento de la dinámica del mercado	Tipos de productos, oferentes, demandantes, evalúa la rentabilidad
Oportunidades y amenazas	Factores que resulta como beneficio o peligro para los trabajadores, dependiendo de la situación en donde este se encuentre	1. Existencia de competencia	Calidad de producción, tipos de productos
		2. Capital	Propio, prestamos

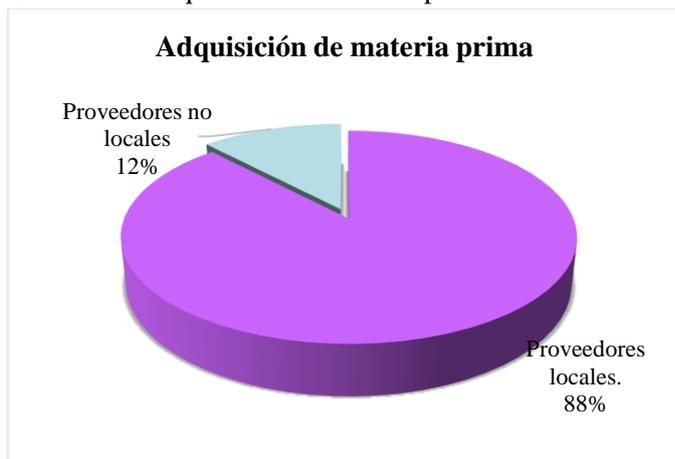
Hipótesis de Trabajo

La realización de estudios de mercado, planificación de producción, y estrategias de comercialización que realicen los emprendedores de la ciudad de Pilar son factores fundamentales que ayudarán al éxito del negocio.

RESULTADOS

Variable. Estrategias de producción y comercialización – (Lugar, contado-crédito, cantidad, calidad)

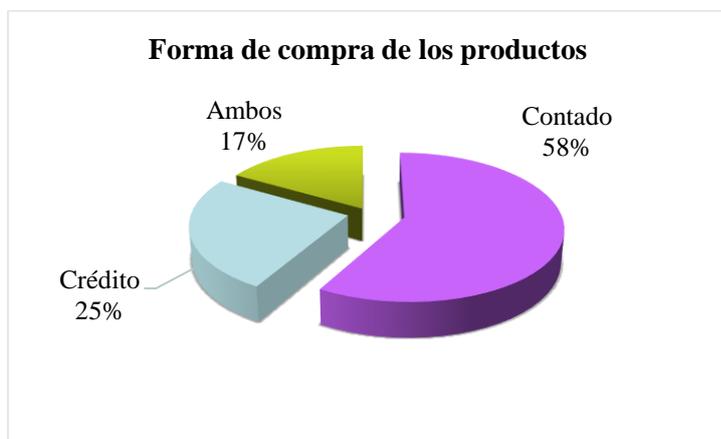
Gráfico 1. Adquisición de materia prima



Fuente. Comerciantes dedicadas a la elaboración de detergente.

Este resultado indica que la mayoría de la materia prima se adquiere de proveedores locales, mientras que un pequeño porcentaje se obtiene de proveedores ubicados fuera de la ciudad, con un 88% proveniente de proveedores locales y un 12% de la capital. Esto sugiere que el negocio prefiere obtener sus materiales de fuentes cercanas geográficamente, debido a consideraciones logísticas o de costos.

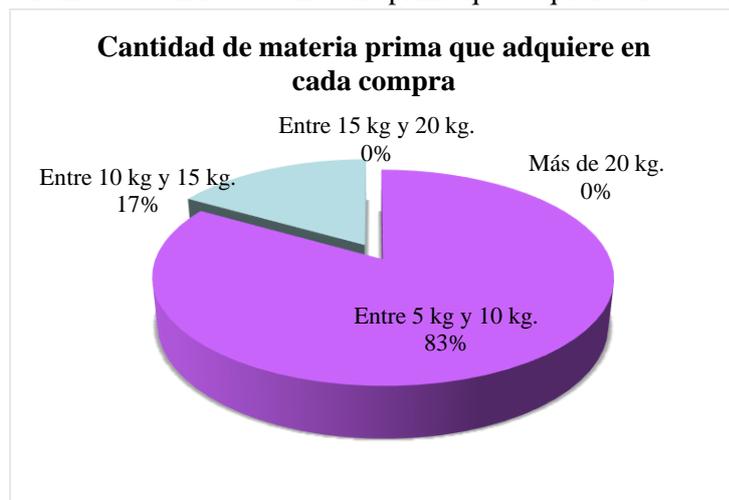
Gráfico 2. Forma de compra de los productos



Fuente. Comerciantes dedicadas a la elaboración de detergente.

Estos datos indican que el 58% de las compras se realizan al contado, el 25% se realizan a crédito y el 17% se realizan utilizando ambos métodos de pago.

Gráfico 3. Cantidad de materia prima que adquiere en cada compra



Fuente. Comerciantes dedicadas a la elaboración de detergente.

Este resultado indica que el entrevistado adquiere una cantidad de materia prima que varía entre 5 kg y 10 kg en cada compra. Esto sugiere un volumen de compra moderado, que podría ser adecuado para el nivel de producción y las necesidades comerciales del negocio de elaboración de detergentes artesanales en la economía informal de la ciudad de Pilar, datos que indican la adquisición de una cantidad de materia prima que puede ser procesada rápidamente en productos terminados, los cuales luego se venden para generar ingresos. Una vez que se han vendido los productos y se ha recuperado el capital invertido, el negocio procede a adquirir más materia prima para producir nuevos lotes de productos.

Esto refleja una estrategia común en muchos negocios de economía informal donde los recursos son limitados. Al operar de esta manera, el negocio minimiza el riesgo de incurrir en grandes costos fijos asociados con el almacenamiento prolongado de materia prima. Además, permite una gestión más ágil del capital y una adaptación rápida a la demanda del mercado.

Procesamiento y elaboración (Planificación de producción, utilización de tecnología, división de trabajo, técnicas, cantidad, tiempo)

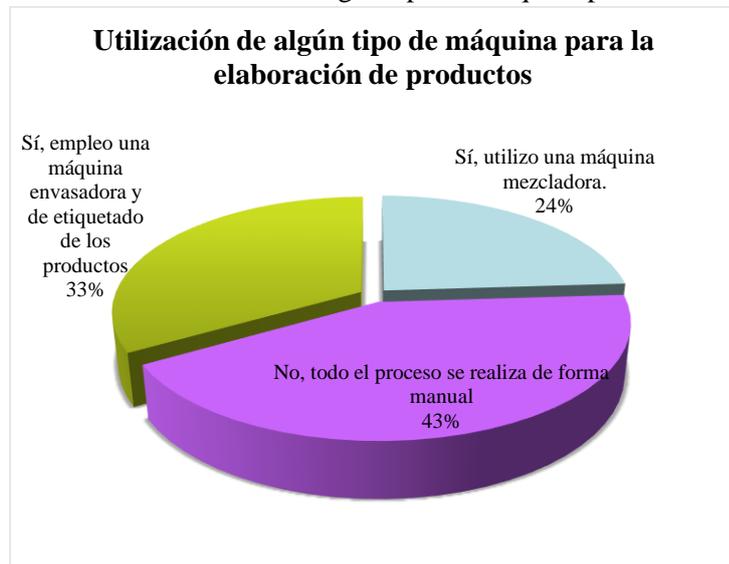
- Planificación de producción por litros de productos por mes

Entre algunas expresiones de los entrevistados se destacan: Planeo producir alrededor de 50 litros por mes, Mi objetivo es producir entre 80 y 100 litros por mes. Estoy planeando aumentar la producción a 200 litros por mes. Actualmente, mi plan es producir al menos 30 litros por mes, pero espero aumentar esa cantidad en el futuro.

Estoy considerando producir un mínimo de 150 litros por mes para satisfacer la demanda del mercado.

Mi objetivo es mantener una producción constante de aproximadamente 120 litros por mes.

Gráfico 4. Utilización de algún tipo de máquina para la elaboración de productos



Fuente. Comerciantes dedicadas a la elaboración de detergente.

La declaración del entrevistado sobre la necesidad de inversión y modernización refleja una visión proactiva hacia el crecimiento y la mejora continua del negocio. La adquisición de maquinaria especializada, como una máquina mezcladora, una máquina envasadora o una máquina de llenado automático, podría aumentar la eficiencia en el proceso de producción, reducir los tiempos de fabricación y garantizar una mayor consistencia en la calidad de los productos. Además, la modernización del equipo permitiría una mejor presentación de los productos, lo que podría aumentar su atractivo para los clientes y mejorar su competitividad en el mercado.

Sin embargo, es importante realizar un análisis cuidadoso de costos y beneficios antes de realizar cualquier inversión significativa, asegurándose de que estas mejoras contribuyan efectivamente al crecimiento y la rentabilidad a largo plazo del negocio.

Gráfico 5. Existencia de personas que ayudan a la producción



Fuente. Comerciantes dedicadas a la elaboración de detergente.

Esto indica que el 31% de los encuestados tienen la ayuda de dos personas en el proceso de producción, mientras que otro 36% tienen la ayuda de un socio/a. El 24% trabajan solos en la producción y otro 9% cuentan con un equipo de tres personas.

▪ **Los litros que produce mensualmente se adecuan a lo planeado**

La naturaleza de las empresas familiares en el negocio de producción de detergente artesanal es común en este sector, donde los miembros de la familia colaboran en diversas etapas del proceso de producción y gestión del negocio. La distribución de beneficios basada en las ventas refleja una estructura de compensación simple y directa, donde los ingresos generados por el negocio se comparten entre los miembros de la familia de acuerdo con su contribución y participación en el negocio. Esta estructura puede fomentar un sentido de pertenencia y compromiso entre los miembros de la familia y proporcionar incentivos adicionales para trabajar en equipo hacia el éxito del negocio. Sin embargo, también es importante asegurarse de establecer políticas claras y equitativas para la distribución de beneficios, así como para la toma de decisiones y la resolución de conflictos dentro de la empresa familiar.

Fraccionamiento (Materiales, medidas, presentación)

▪ **Obtención de envases para fraccionar**

La mayoría de los envases son proporcionados o recolectados de familias locales, siendo reutilizables. Además, algunos adquieren envases específicos y mandan a hacer las etiquetas, para luego colocarlas ellos mismos.

Esta respuesta refleja una combinación de prácticas en cuanto al suministro de envases para el proceso de fraccionamiento. La reutilización de envases proporcionados por familias locales puede ser una forma económica y sostenible de obtener envases, mientras que la adquisición de envases específicos y la personalización con etiquetas pueden brindar una presentación más profesional y atractiva para los productos.

Botella o envase de plástico con capacidad para 500 ml, 750 ml, 1 litro y 2 litros, estas medidas son comunes y estándar para la presentación de productos de detergente, proporcionando opciones que pueden adaptarse a las necesidades y preferencias del cliente. Es importante tener en cuenta que las botellas de plástico suelen ser más duraderas y reutilizables, mientras que los sachets pueden ser más económicos y convenientes para el consumidor en términos de almacenamiento y transporte.

Modalidad comercial. (Publicidad, precios, preventa-venta personalizada, contado-crédito)

- **Publicidad de los productos**

Algunas estrategias de publicidad utilizadas para promocionar los productos de detergente artesanal se destacan:

Marketing boca a boca: Fomentar recomendaciones positivas entre los clientes existentes, incentivando la difusión del boca a boca sobre la calidad y eficacia de los productos.

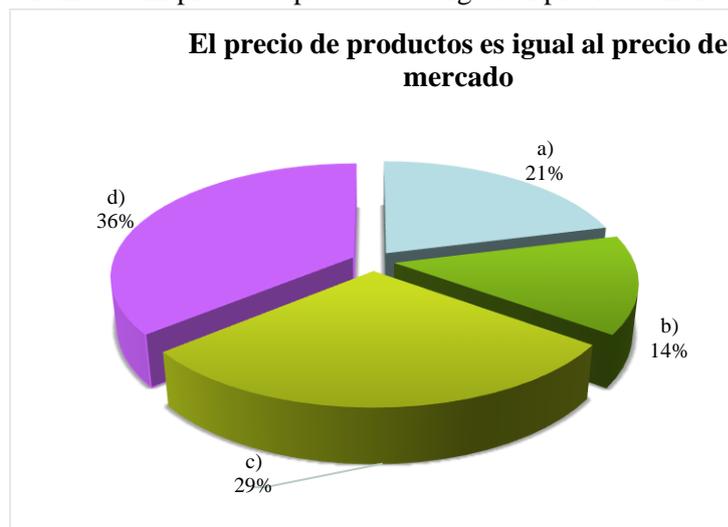
Presencia en redes sociales: Utilizar plataformas como Facebook, Instagram, y Twitter para compartir imágenes, videos, testimonios de clientes, y promociones especiales.

Participación en mercados locales: Asistir a ferias, mercados de agricultores, o eventos comunitarios para mostrar los productos, interactuar con los clientes, y generar interés en la marca.

Publicidad impresa: Distribuir folletos, volantes, o tarjetas de presentación en lugares estratégicos como tiendas locales, lavanderías, o centros comunitarios.

Estas son las estrategias adaptas y combinadas según las necesidades y recursos disponibles del negocio, ayudando a aumentar la visibilidad y el conocimiento del producto.

Gráfico 6. El precio de productos es igual al precio de mercado



Fuente. Comerciantes dedicadas a la elaboración de detergente

Sí, nuestros precios son competitivos y están en línea con los precios del mercado: 21%

- a) No, nuestros productos tienen un precio ligeramente más bajo que otros productos similares en el mercado: 14%
- b) Varía, ajustamos nuestros precios según la demanda y los costos de producción: 29%
- c) Sí y no, algunos de nuestros productos tienen precios similares al mercado, mientras que otros pueden ser más caros debido a su exclusividad o calidad superior como también por el costo de la materia prima: 36%

Datos que muestra cómo los precios de los productos se comparan con el mercado y la flexibilidad que tiene el negocio en la fijación de precios. Estas opciones permiten al entrevistado proporcionar información sobre cómo se comparan sus precios con los del mercado y si hay alguna variación en función de diferentes factores como la calidad del producto o la estrategia de precios de la empresa.

- **La venta se realiza de manera personal o por medios tecnológicos.**

Los resultados indican que la venta se realiza tanto de forma personal como por medios tecnológicos, y que los productos no solo se venden al contado, sino que también se ofrecen con la opción de dejar y cobrar mensualmente, lo que ofrece flexibilidad en las opciones de pago para los clientes.

Variable: Estrategia de mantenimiento de clientes- Monitoreo/comunicación (Ubicación, visitas semanales-mensuales, cantidad de clientes)

Estos resultados indican que los clientes están ubicados en zonas de fácil acceso, las visitas se planifican por barrio y el número de clientes varía según la temporada.

Facilitación de entrega (Horarios de reparto, como hace para que la competencia no le robe los clientes)

La hora de entrega de productos es durante todo el día conforme a la disponibilidad del cliente y las estrategias que utiliza para asegurar la fidelidad de la cliente varia, desde agradecimientos, promociones especiales, lealtad, seguimiento personalizado.

Variable: Perfil del emprendedor - Nivel de formación académica (Años de estudio -Otros estudios)

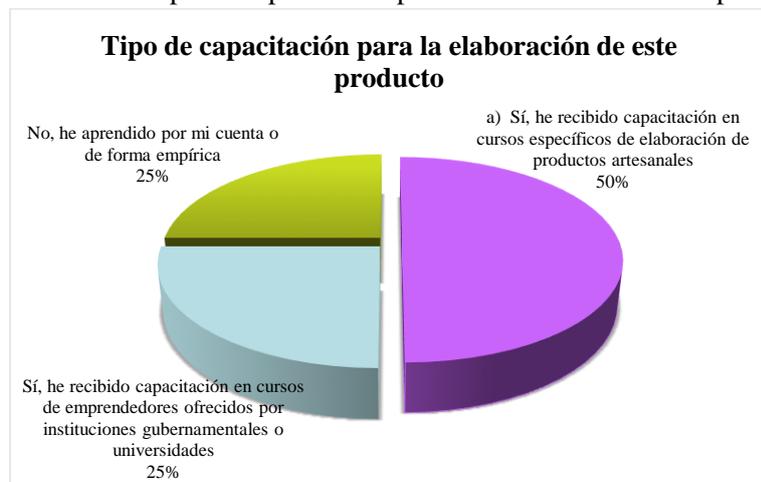
Respecto al nivel de formación académica muestran que la mayoría de los entrevistados tienen educación primaria, con algunos que han completado la educación secundaria y otros sin instrucción formal. Además, es alentador ver que algunos han participado en cursos de emprendedores ofrecidos por instituciones gubernamentales y universidades, lo que sugiere un interés en mejorar sus habilidades empresariales y aprovechar oportunidades de desarrollo ofrecidas por la comunidad.

Datos Demográficos (edad-sexo)

De acuerdo a la entrevista la mayoría de los entrevistados tienen una edad joven, lo cual puede indicar una población emprendedora activa y dinámica y tanta mujer, cuyo número es mayor y varones de dedican al emprendimiento de la elaboración de detergentes artesanal.

Asesoramiento técnico de instituciones (capacitación acerca del tema)

Gráfico 7. Tipo de capacitación para la elaboración de este producto



Fuente. Comerciantes dedicadas a la elaboración de detergente.

Sí, he recibido capacitación en cursos específicos de elaboración de productos artesanales: 50%

Sí, he recibido capacitación en cursos de emprendedores ofrecidos por instituciones gubernamentales o universidades: 25%. No, he aprendido por mi cuenta o de forma empírica: 25%

Estos resultados reflejan la diversidad en las fuentes de capacitación que han recibido los entrevistados para la elaboración del producto, incluyendo tanto cursos específicos de elaboración de productos artesanales como cursos de emprendedores ofrecidos por instituciones gubernamentales o universidades, así como también aprendizaje autodidacta o empírico.

Conocimiento de la dinámica del mercado (tipo de productos, oferentes, demandantes, rentabilidad)

Los entrevistado están consciente de la competencia en el mercado, especialmente de productos similares ofrecidos por empresas grandes, siendo que reconocer esta amenaza es el primer paso para desarrollar estrategias efectivas para diferenciar el producto y destacar en el mercado.

Potenciales clientes

Los entrevistado reconoce la importancia de la investigación de mercado para identificar y entender a los potenciales clientes. La persistencia y la atención constante al mercado son fundamentales para mantenerse al tanto de las necesidades y preferencias de los clientes.

La actividad le resulta lo suficientemente rentable

Aunque la actividad es rentable, el entrevistado reconoce que requiere un gran esfuerzo y constancia. Este reconocimiento es importante, ya que destaca la necesidad de mantener altos niveles de dedicación y perseverancia para alcanzar el éxito en el negocio, a pesar de los desafíos y sacrificios involucrados.

Variable: Oportunidades y amenazas

Existencia de competencia (cantidad de producción - tipos de productos)

Los entrevistados están familiarizado con la calidad de los productos ofrecidos por otros productores. Además, sugiere una relación cercana entre los productores, lo que puede implicar una comprensión más profunda del mercado y la calidad de los productos competidores.

Existen una variedad de productos ofrecidos por otros competidores, especialmente aquellos presentes en grandes supermercados. Identificar esta variedad es crucial para comprender la competencia en el mercado y evaluar las amenazas que pueden surgir debido a la disponibilidad de alternativas para los clientes.

Capital (propio-préstamo)

Si accedieron a algún préstamo para poder llevar a cabo esta iniciativa, la mayoría respondieron que no, siendo que es difícil acceder a créditos por la falta de demostración de capacidad adquisitiva. Sin embargo, existe una pequeña asociación de emprendedores que se ayudan y mantienen una rueda de aportes para aquellos que pueden ayudar y se ayudado. También, algunos reciben un pequeño capital de algún familiar.

CONCLUSIONES

Lo anterior expuesto, ha permitido llegar a las consideraciones finales:

La materia prima es adquiere mayormente de proveedores locales en la ciudad de Pilar y en escala no muy grande, indicando un ciclo de efectivo más corto, donde los ingresos generados por las ventas se reinvierten rápidamente en la compra de nueva materia prima para mantener el flujo de producción. Es una estrategia que se adapta a las circunstancias específicas de la economía informal, donde la liquidez y la gestión eficiente de los recursos son fundamentales para la supervivencia y el crecimiento del negocio.

La compra de materia prima se realiza tanto al contado como a crédito, dependiendo de la disponibilidad de fondos y la relación con el proveedor y la calidad de los productos adquiridos varía entre proveedores, algunos ofrecen materia prima de alta calidad mientras que otros pueden tener productos de menor calidad.

Respecto a la estrategia de mantenimiento de clientes, las entregas de productos se realizan durante todo el día según la disponibilidad del cliente, y que las estrategias para asegurar la fidelidad de los clientes incluyen una variedad de enfoques, como expresar agradecimientos, ofrecer promociones especiales, implementar programas de lealtad y proporcionar un seguimiento personalizado a los clientes.

El nivel de formación académica muestra que la mayoría tienen educación primaria, con algunos que han completado la educación secundaria y otros sin instrucción formal. Además, es alentador ver que algunos han participado en cursos de emprendedores ofrecidos por instituciones gubernamentales y universidades, lo que sugiere un interés en mejorar sus habilidades empresariales y aprovechar oportunidades de desarrollo ofrecidas por la comunidad y tienen una edad joven, lo cual puede indicar

una población emprendedora activa y dinámica y tanta mujer, cuyo número es mayor y varones de dedican al emprendimiento de la elaboración de detergentes artesanal

La diversidad en las fuentes de capacitación que han recibido los entrevistados para la elaboración del producto, incluyendo tanto cursos específicos de elaboración de productos artesanales como cursos de emprendedores ofrecidos por instituciones gubernamentales o universidades, así como también aprendizaje autodidacta o empírico.

Los entrevistados están familiarizado con la calidad de los productos ofrecidos por otros productores y existen una variedad de productos ofrecidos por otros competidores, especialmente aquellos presentes en grandes supermercados. Identificar esta variedad es crucial para comprender la competencia en el mercado y evaluar las amenazas que pueden surgir debido a la disponibilidad de alternativas para los clientes.

Esta respuesta destaca los desafíos que enfrentan muchos emprendedores para acceder a préstamos debido a la falta de historial crediticio o garantías. Sin embargo, muestra la existencia de soluciones alternativas, como las asociaciones de emprendedores y el apoyo financiero de la familia, que permiten a los emprendedores obtener el capital necesario para iniciar sus iniciativas. Esto resalta la importancia de la colaboración y el apoyo mutuo en la comunidad empresarial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Banco Mundial. (1995). *World Development Report 1995: Workes in a integranting world*. Washington.

Chen, M. A. (2012). La economía informal: definiciones, teorías y políticas. *WIEGO. Mujeres en empleo informal: Globalizando y Organizando*, 4.

Economía Web Site. (2015). Obtenido de <http://www.ws/economia-informal.php>

Enciclopedia Banrepcultural. (2017). Obtenido de

http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/econom%C3%ADa_informal

Gonzalez, D. N. (16 de setiembre de 2016). *Banco de Guatemala*. Obtenido de

<http://www.banguat.gob.gt/inveco/notas/articulos/envolver.asp?karchivo=9601kdisc=si>

Martínez Prats; G; Silva Hernán, F y Juárez Domínguez. A.A (2022). *Economía informal: descripción conceptual y mirada al contexto mexicano*. Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín



- OIT. (2002). *Women and Men in the Informa Economy: A Statical Picture*. Ginebra.
- OIT. (2013). La transacción de la economía informal a la economía formal. *Conferencia Internacional de Trabajo*. Ginebra.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2018). *Mujeres y hombres en la economía informal: un panorama estadístico*. Oficina Internacional del Trabajo.
https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_policy/documents/publication/wcms_229450.pdf
- Perry, G. Maloney, W. (2007). *Informality. Exit and Exclusion*. The World Bank. Washington.
- Ramos Soto, A. L. (2015). Sector informal, economía informal, e informalidad. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*.
- Samaniego, N. (s.f.). El crecimiento explosivo de la economía informal. *ECONOMÍAunam vol.5 núm.13*.
- Tokman, V. (2001). *De la informalidad a la modernidad*. OIT. Santiago de Chile.
- Williams, C. (2013). Empleo Informal en Economías Desarrolladas. *Revista Internacional de Trabajo*.

ANEXOS

Instrumento de recolección de datos

Universidad Nacional de Pilar

Tema: Economía informal en la ciudad de Pilar. Elaboración de detergente artesanal, periodo 203-2024.

Entrevista semi estructurada

Estrategias de producción y comercialización

1. Adquisición de materia prima

- ¿De dónde adquiere la materia prima?
- ¿La compra se realiza a contado o crédito?
- ¿Cuál es la cantidad de materia prima que adquiere en cada compra?

2. Procesamiento y elaboración

- ¿Cuántos litros de productos planea producir por mes?
- ¿Utiliza algún tipo de máquina para la elaboración de productos?
- Existen personas que ayudan a la producción
- ¿Los litros que produce mensualmente se adecuan a lo planeado?

3. Fraccionamiento

- ¿Como realizan el fraccionamiento?
- ¿De dónde obtiene los envases para fraccionar?
- ¿Se manda a fabricar alguna etiqueta para el producto?
- ¿Qué medidas para presentación de productos tiene?

4. Modalidad comercial

- ¿Cómo hace la publicidad de sus productos?
- ¿El precio de productos es igual al precio de mercado?
- ¿La venta se realiza de manera personal o por medios tecnológicos?
- ¿Los productos son vendidos solamente al contado?

5. Estrategia de mantenimiento de clientes

1. *Monitoreo/comunicación*

- ¿Sus clientes están ubicados en zonas de fácil acceso?



- ¿Cada cuánto se hace las visitas a los clientes?
- ¿Cuál es el número de clientes?

2. *Facilitación de entrega*

- ¿A qué hora realiza la entrega de productos?
- ¿Cuáles son las estrategias que utiliza para asegurar la fidelidad de los clientes?

Perfil del emprendedor

- *Datos Demográficos*

- ¿Cuál es su edad?

1. *Nivel de formación académica*

- ¿Cuántos años de estudio posee?
- ¿Ha hecho algún otro tipo de estudio?

2. *Asesoramiento técnico de instituciones*

- ¿Ha recibido algún tipo de capacitación para la elaboración de este producto?

3. *Conocimiento de la dinámica del mercado*

- ¿Conoce de algún producto de similares características que representen amenaza para su producto?
- ¿Conoce quiénes son los potenciales clientes?
- ¿Dedicarse a esta actividad le resulta lo suficientemente rentable?

Oportunidades y amenazas

1. *Existencia de competencia*

- ¿Conoce la calidad de los productos que son ofrecidos por los demás productores?
- ¿Posee conocimiento de cuántos tipos de productos que usted no elabora son ofertados por los demás oferentes?

2. *Capital*

- ¿Ha acudido a algún préstamo para poder llevar a cabo esta iniciativa?