

## **INTRODUCCION**

La panadería es un arte, que lleva miles de años de ejercicio y ha estado presente en la evolución y transformación de nuestras sociedades. Es a través de este oficio, que se obtiene el pan, el cual es considerado sinónimo de alimento en muchas culturas y hace parte de la dieta alimentaria y forma de expresión cultural y religiosa en muchos pueblos del mundo.

La panadería y su ejercicio, al igual que las técnicas de fabricación y los ingredientes utilizados para la elaboración del pan, son influenciadas por la cultura, la tradición y las características culinarias de los pueblos, los cuales varían de un lugar a otro, dándole una condición propia y única.

Hoy por hoy, la panadería hace parte del engranaje cultural de nuestra sociedad, por lo que es muy común encontrar este tipo de establecimientos en los barrios de la ciudad. A su vez es un elemento dinamizador de la economía, ya que su carácter comercial, le permite manejar negocios alternos al mismo, con una serie de categorías adicionales de producto, como el café, el arroz, el chocolate, el aceite, la panela, entre otros, convirtiéndolo en particular y diverso.

Pero a pesar de ser un sector tan dinámico, son pocas las aproximaciones y escritos que se tienen del mismo, que permitan ilustrar a fondo su modo de operación y desarrollo.

Por tal motivo, el propósito de esta investigación, se basó en determinar las características más relevantes del sector de la panadería tradicional de la ciudad, para conocer su modo de operación, la forma en que administran los recursos, el manejo del servicio al cliente y la forma en que conciben e implementan las estrategias y programas de marketing.

## **1. TITULO DEL PROYECTO**

### **CARACTERIZACION COMERCIAL DE LA PANADERÍA TRADICIONAL DE LA CIUDAD DE MANIZALES**

## **2. DESCRIPCION DEL PROYECTO**

La panadería tradicional hace parte de la idiosincrasia y de la cultura de nuestra ciudad. Este oficio, que se remonta desde tiempos inmemorables, subsiste hoy por hoy, como legado cultural de nuestros antepasados, quienes hicieron de éste oficio una profesión y un estilo de vida.

A través de ésta investigación, se realizó la caracterización a nivel comercial de las panaderías tradicionales de Manizales, identificando su clasificación, sus tipos, la descripción de sus recursos físicos y tecnológicos y la forma en que los panaderos conciben e implementan los programas de marketing.

### **2.1 FORMULACION DEL PROBLEMA**

#### **2.1.1 ANTECEDENTES**

Uno de los alimentos que más se consume a diario en todo el mundo, como complemento de todo tipo de comidas es el pan. No hay producto que tenga tras de sí, una historia tan larga y llena de simbología como lo es el pan. La falta de pan, a través de la historia siempre se ha considerado sinónimo de hambre y es difícil imaginar la alimentación diaria sin su presencia o como acompañante de las mismas.

Según la aclamada experta en panadería y horneado Hensperger (2002), éste producto ha sido el pilar nutricional de la alimentación a nivel mundial y es igualmente significativo entre los pueblos, así como el arroz representa la base

alimenticia de los países asiáticos y el maíz lo es en grandes zonas del continente Americano.

Para Heinrich, en su libro *Seis mil años de Pan* (Publicado por S. Publishing en 2007), la tradición del oficio de la panadería viene, desde los antiguos egipcios 4000 A.C, quienes fabricaron los primeros hornos para la fabricación del pan, el cual era utilizado para alimentar al pueblo y en rituales y ceremonias religiosas.

Davidson (2006) afirma, que fue durante la edad media, donde se oficializa este arte en los pueblos europeos, donde era frecuente que en cada pueblo, un señor tuviese una panadería, que en realidad era un horno público. Las amas de casa llevaban la masa que habían preparado al panadero, quien usaba el horno para cocer el pan.

Con el tiempo, los panaderos empezaron a preparar sus propios productos y a especializarse, dejando a un lado su servicio comunitario y convirtiéndolo en un negocio privado, lo que permitió que esta actividad se extendiera rápidamente por Europa y con el tiempo a nivel mundial, con el descubrimiento de América y el comercio entre Asia y las Indias Orientales.

Este mismo autor expresa que la invención de nuevos procesos de molienda, contribuyó al desarrollo de la industria panificadora. En 1784 aparecen los molinos accionados por vapor, La nueva tecnología desarrollada permitió la utilización del vapor como fuerza motriz. Así fue como entonces, se dio un proceso de migración masiva del campo a la ciudad y con el crecimiento de la población, se necesitaron nuevos métodos de molienda y panificación. También a su vez La utilización de piedras en la molienda fue reemplazada por acero, generando una harina proveniente de estos molinos más fina y dando mejor textura y liviandad al pan.

Tejera (1993), afirma que con la invención de la energía eléctrica se sustituyen las aspas de los molinos por la electricidad. Surgen los motores eléctricos. Aparecen los cilindros en reemplazo de las muelas del molino. A sí cada vez más se van reduciendo los costos de producción, además se aumenta la producción y las variedades y calidades del pan.

Para Capel (1991), en el siglo XX surgieron los molinos automáticos que incrementaron la productividad. Los molinos consistían en parejas de cilindros que giran en sentidos opuestos a velocidades diferentes, permitiendo la obtención de harinas más blancas, debidas a la incorporación del cernido (separar el salvado y las partículas de la harina). Actualmente las fábricas de harina son mecanizadas requiriendo una cantidad inferior de mano de obra. Los molinos tienen una capacidad productiva muy superior y las harinas tienen mayor calidad.

En las panaderías a escala industrial, el proceso de panificación se automatiza. Se introducen las amasadoras, que airean la masa, las cámaras de fermentación controlada y las cámaras de ultracongelación.

Se empiezan a utilizar entonces, los aditivos para lograr panes de mayor calidad y se mejoran los sistemas de horneado, con la utilización de los hornos rotativos, que proporcionan mayor rendimiento de fabricación, racionalización de energía y mejoramiento en *la producción del pan*.<sup>1</sup>

## **2.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Para Goody (1995), el consumo de pan ha ido creciendo durante los siglos, acompañado con el ritmo de crecimiento de la población mundial, sus gustos y

---

<sup>1</sup> <http://www.mecaner.com.ar/nueva/articulos1.htm>

tendencias. La panadería tradicional de la ciudad de Manizales dentro de su actividad comercial, elabora y distribuye el pan, producto alimenticio de gran reconocimiento y asequibilidad por gran parte de la población, que gracias a su diversidad, se adapta a las exigencias del consumidor en cuanto a tamaño, sabor y precio.

La producción de la panadería tradicional de la ciudad de Manizales, al igual que en muchas regiones del país, es bastante artesanal y conservadora, en la que aun suelen verse hornos de manejo manual y la utilización de técnicas caseras de amasado y horneado, que le otorgan una condición única y especial de sabor y hábito de consumo bastante particulares.

En el contexto local, se encuentra que la producción del pan, está compuesta en su gran mayoría, por panaderías tradicionales de barrio y empresas que sobresalen por poseer procesos tecnificados, con estandarización y producción a escala industrial.

Hoy en día, con la tecnificación de los procesos y el crecimiento de las panificadoras a escala industrial, la panadería tradicional de barrio se niega a dejar de lado, su oficio de antaño, con la fabricación de variados productos, que hacen parte de la mesa en la gastronomía popular.

A pesar de esto y pese a que la panadería tradicional de barrio de la ciudad de Manizales, es un establecimiento comercial, no se encuentran investigaciones o estudios que acerquen o reflejen el dinamismo y comportamiento del sector en general y más específicamente el de la panadería tradicional de barrio, que compone la gran mayoría de los establecimientos existentes en la ciudad.

Ante la situación planteada, la pregunta central de investigación es: **¿Qué características tiene la panadería tradicional de barrio de la ciudad de Manizales a nivel comercial que la hacen estar vigente hoy en día?**

Para responder a este problema de investigación, se requiere dar respuesta a los siguientes interrogantes:

-¿Cuál es la clasificación socioeconómica de la panadería tradicional de la ciudad de Manizales?

-¿Cuáles son los tipos de panadería tradicional existentes en la ciudad de Manizales?

-¿Cuál es el portafolio de productos de la panadería tradicional de la ciudad de Manizales?

-¿Cuáles son los recursos físicos, la tecnología y las necesidades de la panadería tradicional de la ciudad de Manizales?

-¿Cuál es la razón por la cual el panadero ejerce su profesión en la panadería tradicional de la ciudad de Manizales?

-¿Cómo es la forma en que a través de la panadería tradicional de la ciudad de Manizales se implementan las estrategias y los programas de marketing?

### **2.3 JUSTIFICACION**

La presente investigación, se realizó con el fin de conocer las características comerciales del sector de la panadería tradicional de la ciudad de Manizales, como elemento dinamizador de la economía que se refleja en oportunidades de crecimiento, generación de empleo, captación de capital y una relación interpersonal más cercana e íntima entre la panadería tradicional y el consumidor final.

Con esta investigación se encontró que las panaderías tradicionales de la ciudad de Manizales, utilizan métodos ingeniosos de producción y comercialización de producto, logrando así estabilidad en precios y permanencia en el mercado, que reflejan adaptabilidad y flexibilidad en el negocio, los cuales pueden ser tenidos en cuenta por otros establecimientos de carácter comercial como guía para la toma de decisiones.

Se realizó esta investigación con el ánimo de conocer las características comerciales de la panadería tradicional de la ciudad de Manizales, para que tanto instituciones públicas, como privadas de diferentes sectores y agremiaciones, tengan acceso y disponibilidad de información acerca del sector en mención y sirva de base para estudios posteriores.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1 OBJETIVO GENERAL**

Realizar una caracterización comercial de la panadería tradicional de la ciudad de Manizales.

#### **3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Clasificar socioeconómicamente la panadería tradicional de la ciudad de Manizales.
- Identificar los tipos de panadería tradicional existentes en la ciudad de Manizales.
- Relacionar el portafolio de productos de la panadería tradicional de la ciudad de Manizales.
- Describir los recursos físicos, la tecnología y las necesidades de la panadería tradicional de la ciudad de Manizales.
- Determinar la razón por la cual el panadero ejerce su profesión en la panadería tradicional de la ciudad de Manizales.
- Conocer la forma en que a través de la panadería tradicional de la ciudad de Manizales, se implementan las estrategias y los programas de Marketing.



#### **4. ALCANCE Y LIMITACIONES**

El presente trabajo de investigación se realizó con el fin de conocer las características de la panadería tradicional de barrio de la ciudad de Manizales, como parte esencial de la cultura y el comercio de la ciudad.

Esta investigación se desarrolló en la ciudad de Manizales y tuvo como puntos de estudio las panaderías tradicionales de la ciudad, donde se identificaron aspectos representativos del sector, los cuales permitieron realizar su clasificación, de acuerdo a variables como ubicación, tecnología, además de conocer particularidades del mismo a través de entrevistas y visitas personalizadas a sus establecimientos.

Se tuvo en cuenta para el proceso de investigación, algunos barrios periféricos de la ciudad que generaron cierto grado de incertidumbre y riesgo, en cuanto a seguridad se refiere y el tiempo necesario para efectuar dicha gestión.

De igual forma el acceso a la información necesaria para el estudio, fue limitada, dadas las creencias de los panaderos, sobre el hecho de que, compartir dicha información, los pone en desventaja frente a la competencia, al poner en evidencia aspectos particulares de su oficio, como cifras, estrategias, ubicación, productos, entre otras. Dada la confidencialidad de las mismas.

## 5. MARCO TEORICO

Para iniciar el proceso de aproximación del tema objeto de estudio, vale la pena comenzar con una precisión sobre el desarrollo de este oficio a nivel mundial, sus primeros comienzos, su desarrollo y expansión, para enfocarlo en un contexto nacional, que permita habituar y orientar al lector en la caracterización de la panadería tradicional de barrio de la ciudad de Manizales.

### 5.1 CONCEPTUALIZACION

Según la definición otorgada por el Diccionario de La Real Academia de la Lengua Española, “*Panadería* es el sitio, casa o lugar donde se hace o se vende el pan<sup>2</sup>”.

“*Un panadero* es alguien que se dedica principalmente a preparar y vender pan. También puede fabricar pasteles y alimentos parecidos”. Según la enciclopedia Web wikipedia, el lugar en el que un panadero ejerce su oficio se llama *Panadería*<sup>3</sup>; Por otro lado, *El Pan* es concebido como como un alimento hecho con harina mezclada con agua y sal, que después de amasada y fermentada por la cocción de la levadura, se cuece al horno con diversas formas y tamaños.

Para tal efecto se precisa el concepto de *Panadería Tradicional*, como aquel lugar donde se fabrica el pan de manera manual y artesanal, que le otorgan a éste, unas características especiales y particulares de sabor y textura; esta panadería tradicional, por lo general está ubicada en los diferentes barrios de la ciudad, lo que la convierte en un sitio de reunión social de la comunidad para compartir con la familia y amigos.

---

<sup>2</sup> REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, Diccionario de la Real Academia Española, Edición 21, Editorial Espasa, 2000.

<sup>3</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Panader%C3%ADa>

Para Hensperger en su libro *El pan* (publicado por Simon & Schuster Source en 2002), éste es un alimento básico que forma parte de la dieta tradicional en Europa, Oriente Medio, India y América. Se suele preparar mediante el horneado de una masa elaborada fundamentalmente con harina de cereales, sal y agua. La mezcla en algunas ocasiones suele contener levaduras para que se fermente la masa y sea más esponjosa y tierna.

El cereal más utilizado para la elaboración del pan es la harina de trigo, también se utiliza el centeno, la cebada, el maíz, el arroz. Existen muchos tipos de pan que pueden contener otros ingredientes, como grasas de diferentes tipos (tocino, mantequilla, aceite de oliva), huevos, azúcar, especias, frutas, frutas secas (como por ejemplo pasas), verduras (como cebollas), frutos secos o semillas diversas.

Heinrich (2007), comenta “El pan ha sido tan importante en la alimentación humana que se considera como sinónimo de alimento en muchas culturas, no obstante participa en muchos rituales religiosos y sociales, además no cabe duda que este oficio es un profesión fundamental en nuestra sociedad y que constituye para quienes la ejercen, una nutritiva y alegre opción de vida, heredada a través de una tradición ancestral”.

## **5.2 TRAYECTORIA DE LA PANADERÍA A NIVEL MUNDIAL**

La historia del pan y sus orígenes, según los expertos, se remonta al periodo neolítico, mismo en el que afirma Gordon (1986), “Es la época cuando se dio una transformación de la sociedad recolectora de frutas y granos, en productora de los mismos, por lo que se dice que se convirtió en sedentaria, presentándose la división del trabajo entre los seres humanos”.

Al adquirir gran importancia la ganadería y también la agricultura se aprovecha el trabajo de animales, y es aquí donde empieza el predominio del hombre. Con el descubrimiento del fuego, el hombre empezó a cocer en agua, los granos de cereal obtenidos de sus cosechas para su alimentación, con el paso de los días se le ocurre al hombre pasar estos mismos granos al fuego para asarlos, despojándolos de su corteza y molerlos con dos piedras.

Subsiguiente al proceso anteriormente descrito, con la harina obtenida, se realizaba una mezcla con agua, obteniendo una papilla, misma que por equivocación un día se olvido tomar y al dejarla en una especie de olla y al volver se encuentra que se había secado, adquiriendo forma de torta granulada, seca y aplastada, la cual se convertiría en la primera forma de pan.<sup>4</sup>

Desde ese momento, el pan ha estado unido a la evolución del hombre, ha estado presente en conquistas, revoluciones, civilizaciones, descubrimientos, es decir formando parte de la cultura universal del hombre. Desde ese rudimentario primer pan, fruto del azar del hombre, hasta nuestros días, el consumo de este alimento ha pasado por distintas etapas y civilizaciones hasta nuestros días, encontrando gran variedad de los mismos, que varían de acuerdo a la cultura, región y costumbres de la misma.

### **5.2.1 EL PAN EN EGIPTO**

Las excelentes condiciones que el río Nilo ofrecía para el cultivo de cereales, obedecía a sus constantes crecidas. Se han encontrado datos por los que se sabe que en la IV dinastía, en el año 2700 A. de C., se elaboraba pan y un tipo de galletas.

---

<sup>4</sup> <http://www.directoalpaladar.com/otros/pan-conoce-su-historia>

El alimento de los egipcios pobres se componía principalmente de pan y cebolla -de ahí el famoso dicho- "Contigo, pan y cebolla". Read, (1848).

Para Ashton (1904), la evolución en la panificación se produjo de forma importante durante esta civilización, ya que fueron los egipcios los que descubrieron la fermentación y con ella el verdadero pan, el pan fermentado.

El pan sin fermentar -sin levadura- se denomina pan ácimo. *El código de Hammurabi* (2000 A. de C.) habla ya de "cerveza comible" y "pan bebible", refiriéndose al pan y a la cerveza de cebada, ambos elaborados con la mezcla de cebada y levadura.<sup>5</sup>

Sin embargo, los egipcios se dedicaron en mayor medida al cultivo de trigo ya que la cebada fermentaba mal. Se puede decir que el pueblo egipcio consolidó las técnicas de panificación y creó los primeros hornos para cocer el pan, en este sentido en el año 4000 A. de C. fue desenterrado un horno en las excavaciones próximas a Babilonia.

Según un historiador francés, los egipcios "inventaron" la costumbre gastronómica de colocar un pequeño pan de trigo en el lugar de cada comensal.

### **5.2.2 EL PAN DEL MUNDO GRIEGO**

La cultura del pan, como tantas otras cosas, experimentaría una auténtica revolución en manos de los griegos, quienes atribuían su origen a los dioses y le otorgaban un carácter sagrado.<sup>6</sup> No se hacía crecer trigo en la antigua Grecia hasta casi 400 a. C., aunque ciertamente cabe que existiesen panes elaborados con cebada (*Hordeum vulgare*) después de la llegada del trigo; esto

---

<sup>5</sup> <http://www.infopan.es/infopan/ceo-0-0/ceo-0-0-0/ceo-0-0-0-0.inf.aspx>

<sup>6</sup> <http://www.nutricionlandia.com/el-pan-en-la-antigua-grecia-1250.html>

hace sospechar que la cebada fuese al comienzo más popular. Es posible que se importara trigo desde Egipto, desde Sicilia o desde otros lugares para cubrir la demanda de las metrópolis. (Capel 1994)

La aparición de Solón hizo de Grecia una democracia agrícola capaz de rendir culto a Deméter (lo cual significa de alguna forma la elaboración del pan) en Eleusis. Los griegos no hicieron grandes avances en agricultura y esto hizo que la necesidad de cereales se cubriese abriendo rutas comerciales con otros países.

El escritor culinario Davidson (2006), afirma que la importancia del pan en la cultura griega puede notarse en que existían rituales de sacrificio denominados psadista, en los que se ofrecían a los dioses los tres alimentos básicos: pan, aceite y vino. El escritor del siglo II Ateneo de Náucratis, menciona en sus obras casi 72 formas distintas de hacer pan, lo cual nos da una muestra de la habilidad a la que había llegado la cultura helena. De la misma forma, Aristófanes, Antífanos y Platón mencionan a un panadero denominado Theanos, indicando de esta forma la posición importante que tenía la profesión de panadero.

Según Toussaint (1994), expresa que los griegos tomaron la idea de los egipcios de emplear hornos de pre-calentamiento en forma de cúpulas y abiertos frontalmente para introducir las porciones de pan dentro de él. En estos hornos preparaban un pan que denominaban maza, que era elaborado con cebada. Otros panes como el artos sólo se podían servir en los días señalados de fiesta.

El procesado de los cereales hasta convertirlos en harina era una labor manual, generalmente realizada por esclavos o mujeres, en una especie de piedras redondas denominadas muelas.

Gracias al gastrónomo griego *Crisipo de Tiana*<sup>7</sup>, se conoce un tratado sobre la elaboración del pan denominado Artokopikos. En una de las recetas de pan, describe el plakon como una mezcla de harina de centeno con queso y miel y que puede ser considerado como la primera receta de un pastel.

Los panes elaborados por los griegos a veces se enriquecían con otros ingredientes, como nueces o miel, que les proporcionaban además un sabor dulce. Este tipo de preparaciones ha dado lugar a los modernos pasteles, que derivarían en el periodo romano en los panes dulces que denominaban placenta (muy similar a un pastel de queso).

Martínez indica en su obra “Historia de la Gastronomía Española”(Publicado por Alianza Editorial en 1989) la existencia en un museo de Suiza, de uno de los panes más antiguos que datan de esta época y que se conoce como torta de Corcelles, aproximadamente del año 2800 a. C.

Este mismo autor comenta que el pan es introducido en España por los celtíberos en el siglo III a. C., por lo que puede decirse que ya se conocía cuando llegaron los romanos a la península. Los etruscos preparaban el puls, que era una especie de papilla elaborada con mijo y cebada (alimento anterior al pan y que los romanos denominaron pulmentum).

### **5.2.3 EL PAN DE LA EPOCA ROMANA**

Según la revista electrónica Panadería. US en un principio, en el pueblo romano se restringe la elaboración del pan. Preferían alimentarse de gachas y papillas; el pan se consideraba por el pueblo como algo ajeno, nada alcanzable; sólo aparecía en las comidas de los señores pudientes.

---

<sup>7</sup> [http://historiasdelagastronomia.blogspot.com/2007/11/gastronomia-en-la-grecia-antigua-en\\_05.html](http://historiasdelagastronomia.blogspot.com/2007/11/gastronomia-en-la-grecia-antigua-en_05.html)

En el año 30 A. De C. Roma cuenta con más de 328 panaderías dirigidas por profesionales cualificados griegos; en estas los procesos de elaboración y cocción eran realizados por diferentes profesionales; el precio estaba perfectamente regulado por los magistrados y en el año 100, en época del emperador Trajano, se constituye una primera asociación de panaderos: el Colegio Oficial de Panaderos de carácter privilegiado (exención de impuestos) y se reglamentaba estrictamente la profesión: era heredada obligatoriamente de padres a hijos.

Los romanos mejoraron los molinos, las máquinas de amasar, y los hornos de tal manera, que, hoy en día se denomina "horno romano" al horno de calentamiento directo.

Para Junkelmann (2006), el pan en Roma cobra gran importancia, según el poeta latino Juvenal, en su sátira resalta que los romanos sólo necesitaban panem et circenses, pan y el circo.

Los panaderos distinguían los panes en función de su composición, forma y función, crearon el panis militaris, especialmente fabricado para los soldados, y que tenía larga duración, ya que durante sus marchas en pro de conquistas, tenían una dieta basada en pan y vino, siendo ésta quizá la primera unión de estos alimentos tan significativos en la historia. Esto llevó a que se construyeran panaderías exclusivamente militares donde se almacenaban reservas de cereales y de pan.<sup>8</sup>

El pan de harina blanca era más valorado que el pan moreno, que lo comían pobres y esclavos: panis plebeius. Roma propagó la cultura del pan por todas sus colonias, excepto en Hispanía, donde la existencia del pan era anterior a la

---

<sup>8</sup> [http://www.panaderia.us/maquinaria/industriales/hornos/pan\\_griego\\_y\\_romano/](http://www.panaderia.us/maquinaria/industriales/hornos/pan_griego_y_romano/)



colonización romana; los celtíberos ya conocían las técnicas de amasar y panificar el trigo.

#### **5.2.4 EL PAN DE LA EDAD MEDIA**

Durante la Edad Media no se produjeron progresos notables en la panificación. Además del cultivo de trigo y de centeno, se continuó con el de cebada.

En Europa, el cultivo de cereales descendió, y con ello vinieron los periodos de hambre, la escasez del alimento base, la escasez del pan. En las épocas de más hambre, el pan es el alimento más preciado. Así se muestra en la literatura de la época, por ejemplo en el Lazarillo de Tormes, el hambriento Lazarillo, indica: "Pasábamos por las plazas donde se vendía pan y otras provisiones. Yo pensaba, y aun deseaba, que allí me quería cargar de lo que se vendía...."<sup>9</sup>. En muchos lugares de Europa los monasterios se convirtieron en los principales productores de pan.

Dupaigne (1999), afirma que durante la Edad Media (a partir del siglo VI) se establece en las grandes ciudades europeas la profesión de panadero, así que no resulta extraño encontrar en esta época varios panaderos en los barrios de las ciudades más pobladas.

En las ciudades medievales se prohíbe trabajar de noche, pero los panaderos están exentos de esta ley. *Carlomagno*<sup>10</sup> cuida que el número de panaderos permanezca constante en las ciudades de su imperio y hace vigilar la higiene de sus establecimientos. Durante la época medieval, las panaderías van incorporando poco a poco los hornos de leña en los que preparan el pan.

---

<sup>9</sup> Anónimo, El lazarillo de Tormes, sus fortunas y adversidades, Publicado por Editorial Lectorum, México D.F 2000, página 51.

<sup>10</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Historia\\_del\\_pan](http://es.wikipedia.org/wiki/Historia_del_pan)

Al comienzo eran instalaciones alejadas de las zonas habitadas (generalmente cerca de un río), a causa del peligro de incendio que suponían, debido en parte a que la arquitectura medieval empleaba mucha madera. El horno era mantenido económicamente por un señor, o bien por una comunidad religiosa, y generalmente daba servicio a varios panaderos de la zona. El panadero tenía que transportar las masas de pan en ida y vuelta a su establecimiento.

Heinrich (2007), expone que por regla general, había una persona dedicada en exclusiva a una labor de horneado, otra al mantenimiento funcional del horno así como de alimentarlo de combustible; el panadero medieval estaba exento de todas estas labores. Por otra parte los privilegios que poseían los panaderos hacían que los aprendices tuvieran que pasar largos periodos de tiempo como tales (se estima que siete años), tras los cuales recibían el título de maestro (*maître*).

Las labores de panadería eran muy duras y las jornadas de trabajo eran largas, los panaderos se encontraban siempre ocupados, en algunos casos la harina les hacía sufrir catarros crónicos o asma y es por esta razón por la que en Francia se les denominaba *geindres* (gruñones).

Para adquirir el pan, el cliente debía entregar previamente la harina necesaria para hacerlo. La molienda con molino de viento no se introdujo en Europa hasta después de las primeras cruzadas y sus mejoras fueron haciendo que la disponibilidad del pan fuese mayor poco a poco. Como regla, si al panadero se le proporcionaban cinco libras de harina, él debía proporcionar al cliente tras la panificación siete libras de pan.

“Un panadero podía dar pan a un cliente pobre que no tuviese harina para pagarle, y el panadero le pedía en la siguiente cosecha con interés. De todos

los trabajadores, el panadero era el que más préstamos daba a las personas de la comunidad.” Dupaigne (1.999).

La importancia del pan se refleja en la aparición en la Carta Magna aprobada en 1215. A veces se puede encontrar en las paredes exteriores de las iglesias (en torno a las cuales se ubicaban a veces los mercados populares) marcas específicas que pretendían mostrar el tamaño estándar del pan, para poder evitar fraudes por parte de los panaderos a sus clientes.

Las ciudades en la Edad Media empiezan a cobrar importancia, y ya en el siglo XII surgen los primeros gremios de artesanos de todo tipo de profesionales. Así, el gremio panadero se asocia y se constituyen como profesionales del pan. Al ser el pan alimento base de la población, en esta época, al igual que en Roma, la producción y distribución del pan estaba regulada por el gobierno.

Además de ser alimento base, el pan también se utilizaba -en ambientes de clases adineradas como plato para colocar la comida, y una vez usado se lanzaba a los pobres.

### **5.2.5 EL PAN EN EL RENACIMIENTO**

Durante el Renacimiento, los cocineros italianos fueron famosos en Europa por su habilidad en el horneado y cocción del pan y por esta razón las familias nobles inglesas y francesas solían contratarlos como cocineros particulares en sus casas. Los nuevos productos del pan que introdujeron los denominaron *biscuits* (bizcocho, literalmente: «dos veces cocinado»)<sup>11</sup>.

El primer pastel con la masa esponjosa introducido en Inglaterra se debe a una receta de Gervase Markham en el año 1615. El primer tratado sobre la elaboración del pan en francés se debe al químico Paul-Jacques Malouin, que

---

<sup>11</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Pan>

escribió una obra titulada: *Description et détails des arts du meunier, du vermicellier et du boulenger, avec une histoire abrégée de la boulangerie et un dictionnaire de ces arts*<sup>12</sup> (1775)- (Descripción y detalles de las artes del molinero, y una historia abreviada de la panadería), casi al mismo tiempo que Parmentier empezaba a popularizar la patata (o papa, tal y como se denomina en Hispanoamérica) en Europa como alimento.

En algún momento se empezó a pensar en este nuevo alimento como un sustituto del pan. Resulta curioso que el mismo Parmentier<sup>13</sup> (Inspector y Farmacéutico del Servicio General de Sanidad de Napoleón), junto con Cadet de Vaux, abriera el 8 de junio de 1780 una de las primeras *escuelas de panadería* (en la *Rue de la Grande Truanderie*), a cuya inauguración asistió Benjamin Franklin como embajador americano en Francia.

En la escuela se experimentaba con nuevas formas de hacer pan y entre las novedades se encontraba la «harina de patata». La escuela fue cerrada posteriormente por la Convención Nacional. Fue el mismo Parmentier quien sugirió que los molinos deben ser considerados como un «instrumento de guerra» en propiedad de una nación.

Davidson (2006) expresa que Antoine Augustin Parmentier, fue uno de los primeros nutricionistas, quien en su época llegó a afirmar que: «*la salud de una nación puede medirse por la calidad de la harina*». Es en el siglo XVIII cuando los hornos de panadería adquieren la tecnología que los hace más productivos, con la posibilidad de poder controlar la humedad durante su horneado y permitiendo la producción en serie, un limpiado eficiente entre cargas así como mayores tamaños de los panes.

---

<sup>12</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Historia\\_del\\_pan](http://es.wikipedia.org/wiki/Historia_del_pan)

<sup>13</sup> <http://www.biografiasyvidas.com/biografia/p/parmentier.htm>

Napoleón Bonaparte, durante las sucesivas guerras que mantuvo, dedicó especial atención a la logística de sus tropas, sabiendo que era de alguna forma tan importante como los proyectiles, y por ello creó un cuerpo especial de panaderos (*sappeurs blancs* o ingenieros panaderos). Esta moda se instauró también entre las tropas enemigas, hasta el punto de que los ejércitos prusianos también comenzaron a tener panaderos, al igual que los rusos. Los soldados franceses comían un pan cocinado dos veces al día: el *pan biscocti* (*panis dipyrus*). La carestía de pan fue una de las causas de la desastrosa invasión napoleónica de Rusia, debido a un fallo de aprovisionamiento de las tropas a causa de la dureza del invierno, lo que hizo que Napoleón no pudiese entrar en Moscú. ( Sheppard 1957 ).

El creciente uso de mantequillas y de azúcar desde el siglo XV en la elaboración de las masas panaderas, además del creciente uso de una delicia que proviene de las colonias del nuevo mundo y que se llama chocolate, hace que poco a poco se vaya haciendo una clara distinción entre la elaboración tradicional del pan y la repostería (que emplea masas dulces no sólo de harina).

Ya en el siglo XVI se empieza a distinguir en Francia entre panaderos y reposteros de profesión. De esta forma se tienen los *Gugelhüpf*<sup>14</sup> de Alsacia, los *Panettoni*<sup>15</sup> de Italia y el *Christstollen*<sup>16</sup> de Alemania. Aparecen nuevas formas de pan como la baguette, cuya forma era bastante particular, según se cuenta, se debe a una orden de Napoleón para que los soldados franceses pudieran transportar el pan en sus pantalones.

---

<sup>14</sup> Se trata de una especie de bizcocho cuya forma característica se asemeja a la de una montaña. Se prepara en un molde especial y es pan dulce.

<sup>15</sup> El panettoni también conocido como “pan de Navidad” es un bollo con pasas tradicional de Milán en forma de cúpula y relleno fruta confitada.

<sup>16</sup> Es un pan servido como postre en navidad y que tiene formas que recuerdan a un niño recién nacido envuelto en sus pañales , por esta razón se cubre de polvo de azúcar.

Harvey(2001), comenta la aparición del croissant, como una masa especial en el asedio de los turcos a la ciudad de Budapest en el año 1686. Se cuenta que para llegar al centro de la ciudad los turcos cavaron túneles durante toda la noche, y para que no se notara el ruido, los panaderos de la ciudad (aliados con los turcos) trabajaron duro esa noche para acallar los ruidos de las excavaciones y que de esta forma no pudieran saltar las alarmas. Tras la victoria y capitulación de la ciudad, se les permitió a los panaderos elaborar una masa con la luna creciente tal y como aparece en la Bandera de Turquía (emblema del Imperio Otomano) en signo de agradecimiento.

El gran incendio que arrasó la ciudad de Londres un dos de septiembre de 1666 se inició en una panadería. Nuevas formas de pan aparecen en Europa, la patata se incorpora a la harina del pan y se elabora el pan de patata en el norte de Europa.

El precio del pan ha sido siempre vigilado de una forma u otra por las autoridades de cada región. En 1594 los panaderos franceses eran obligados a marcar cada barra de pan con objeto de identificar los fraudes, costumbre que se extendió desde el reinado de Dagoberto de Merovingia hasta bien entrado el siglo XX. (Samat Toussaint, 1994)

Un impuesto que regía sobre la sal, conocido como *la gabelle*<sup>17</sup>, hacía que los panaderos franceses economizaran el uso de tal condimento. De esta forma, se menciona que los panes lujosos de la aristocracia estaban con frecuencia salados.

---

<sup>17</sup> Ramírez, Carlos Martín, La Revolución Francesa y la Cultura Democrática: La sangre de la libertad, España Editores, 2002, página 22.

En época de la Revolución francesa, aparecen métodos refinados de horneado que dan lugar a las masas hojaldradas y libros de recetas que contienen formulas para elaborar panes, pasteles y galletas.

A pesar de las múltiples versiones acerca de la invención, y de ser reclamada en muchas culturas como propia, al sándwich se le otorgó este nombre en honor de un aristócrata inglés llamado John Montagu, cuarto Conde de Sandwich<sup>18</sup>, que acabó dando nombre a una de las aplicaciones más populares del pan, debido a que, alrededor del año 1765, le gustaba comer de esta forma, porque así podía apostar en los juegos de cartas sin ensuciarse los dedos.

En Italia, a finales del siglo XVII, aparece por primera vez un alimento nuevo en Nápoles en el que se emplea una antigua variante de pan plano denominada focaccia<sup>19</sup>, a la que se le aplica una salsa de tomate (el tomate era un alimento nuevo en Europa) y que acabaría con el tiempo llamándose pizza . No fue hasta el año 1830 cuando la pizza comenzó a ser vendida en establecimientos al aire libre, así como por vendedores callejeros. (Saturnino, 1994).

### **5.2.6 EL PAN EN LA REVOLUCION INDUSTRIAL**

La revolución industrial trajo varias mejoras en los molinos que permitieron incrementar la producción de pan, aunque también se comenzaron a adulterar las harinas introduciendo blanqueadores como la alúmina y rellenos elaborados a base de polvo de huesos de animales. Este proceso de industrialización hizo que la elaboración doméstica decayera, sobre todo en las áreas urbanas Heinrich, (2007).

---

<sup>18</sup> Retrato de un Caballero, disponible en <http://es.geocities.com/draconbelli/sandwich.html>

<sup>19</sup> La focaccia es una especie de pan plano cubierto con especias y otros productos alimenticios. Acompañado de queso y carne.

En Estados Unidos el inventor Oliver Evans desarrolló máquinas de vapor capaces de moler grandes cantidades de cereal en relativamente poco tiempo. A pesar de todo ese esplendor, Viena se fue convirtiendo a finales del siglo XIX en la ciudad europea que lideraba la producción de pan y en la Exposición Universal de Viena (1873) se pudieron comprobar los avances realizados en temas de panadería. Gran parte de los avances en panadería provenían de las mejoras tecnológicas introducidas por los molineros de Hungría gracias al esfuerzo de István Széchenyi.

La población mundial en 1800 era de casi mil millones de personas, y cincuenta años después pasó a mil trescientos millones. La población no ha parado de crecer hasta alcanzar la cifra de seis mil millones a comienzos del siglo XXI. Este crecimiento continuado de la población obliga a la mejora continua de la producción de ciertos alimentos, y entre ellos se encuentra el pan en el mundo occidental.

Pickering (2002), plantea que tras la revolución industrial se empieza a emplear fertilizantes en los cultivos de cereal, se prueban mejoras en las especies de cereal, y se incorporan las máquinas de vapor en los procesos de panificación y de transporte, así como en los de recolección y trilla, trilladoras, cosechadoras, tractores, entre otras, mejorando notoriamente las técnicas de producción del pan.

Estos cambios tuvieron un marcado efecto de crecimiento económico en economías emergentes como la estadounidense, que empezaron a recibir inmigrantes europeos en sus tierras, y con ello gran parte de la tradición europea de elaboración del pan se acabó instalando en buena parte de América del Norte; de esta forma nace la tradición panadera de ciudades como San Francisco (California).



En Inglaterra, la Cámara de los Comunes del Reino Unido reguló durante el periodo que va desde el año 1815 hasta 1846 los productos que contenían ciertos cereales y se sometían a impuestos específicos bajo la denominada *Corn Laws (leyes de los cereales)*<sup>20</sup>. Estas prácticas fueron tomadas posteriormente como un ejemplo claro de mercantilismo estatal.

En Estados Unidos la guerra de secesión hace que Abraham Lincoln acuñe una frase: "*bread spells victory*" ("pan significa victoria"), debido a que las poblaciones del norte poseen el pan mientras que los estados confederados no pueden comer algodón. Finalmente, la guerra civil vino a construir una única nación. Tras este periodo de guerra el ingeniero Cyrus McCormick (hijo del inventor Robert Hall McCormick) mejora y perfecciona la máquina cosechadora y tras ello ambos crean en el año 1902 la compañía International Harvester Co.

Según la Sociedad Histórica de Wisconsin, "Este invento hace que la recolección de los cereales posea una gran eficiencia, lo que permite que se aumente la producción de pan. Debe entenderse que hasta hace un siglo antes se recolectaba el cereal con hoz y guadaña. Estas máquinas hacían casi seis veces el trabajo de un hombre".

En Europa, mientras tanto, la tendencia era otra. Se buscaba la mejora de las condiciones del suelo de cultivo mediante el empleo de los conocimientos de química. De esta forma ayudó a su estudio el químico Alemán *Justus Von Liebig*, quien invento los fertilizantes a base de nitrógeno. Mientras Norteamérica mejoraba la maquinaria agrícola, Europa mejoraba las condiciones del suelo cultivable, lo que propició el descubrimiento del uso de fertilizantes.

---

<sup>20</sup> GOMEZ, Navarro José Luis, Historia Universal, Séptima Edición, Editorial Pearson, 2004 pagina 119.

El creciente uso de ingredientes y aditivos en la elaboración del pan empieza a cuestionarse entre los consumidores americanos. Influenciado por la idea de las comidas sanas, el médico estadounidense John Harvey Kellogg inventa, junto con su hermano Will Keith Kellogg, los copos de avena (*corn flakes*) para el desayuno, dando origen a la Compañía de Cereales en 1906, con el nombre de *Kellogg`s*<sup>21</sup>.

En Europa, por el contrario, inmersa en la época victoriana, el pan blanco de harina de trigo era considerado signo de calidad: la autora de más popularidad en aquella época, Mrs Beeton, lo afirma en varios de sus libros.

En 1876, *Charles y Max Fleischmann*<sup>22</sup>, unos inmigrantes austro-húngaros en Estados Unidos, aprovecharon la ocasión que les proporcionaba la Exposición Universal de Filadelfia para presentar al público por primera vez una levadura que no necesitaba refrigeración y que se activaba rápidamente en presencia de agua: la patente se denominaba *Active Dry Yeast* (levadura seca activa) y en la actualidad es empleada extensivamente en panadería industrial y casera.

A finales del siglo XIX, se desarrolla una serie de inventos que relacionan el pan con una cultura gastronomía emergente: la llamada *fast food culture*<sup>23</sup>. Estos inventos de la gastronomía estadounidense posteriormente se internacionalizarían en diversas variantes.

Según Heuer (1999), en 1885, el estadounidense Charlie Nagreen, tiene la idea de poner unas albóndigas entre dos rodajas de pan cubiertas de semillas de sésamo, inventando así la hamburguesa que conocemos hoy.

---

<sup>21</sup> <http://www.kelloggcompany.com/company.aspx?id=39>

<sup>22</sup> <http://www.breadworld.com/history.aspx>

<sup>23</sup> FAST FOOD CULTURE, que quiere decir cultura de la comida rápida.

Una década antes, en 1870, cerca de Coney Island, un inmigrante alemán llamado Charles Feltman comienza a poner las salchichas de Frankfurt en un pan especial alargado, lo que da lugar a los primeros perros calientes (*hot dogs*).

El pan, a partir de comienzos del siglo XX, empieza entonces a unirse claramente a la elaboración de un tipo de alimentos y a una forma emergente de alimentación que es demandada por una sociedad industrial y urbana: a este tipo de alimentación se le denomina comida rápida y se caracteriza por la ausencia de un servicio de mesa, lo que abarata costes y mejora las prestaciones de los consumidores. De esta forma aparecen los *hot dogs*, hamburguesas, bocadillos, entre otras.

### **5.2.7 EL PAN EN LA EPOCA MODERNA**

Julio E. Wilfahart, expresa en su libro "Tratado sobre la Panificación", de la División Fleischman, (1907). "Los avances científicos llevados a cabo a lo largo del siglo XIX hacen que aparezcan nuevas formas de pan, como el pan de Viena, que emplea vapor de agua en sus primeras fases de cocción en el horno, consiguiendo de esta forma una corteza más dura y crujiente"; hay constancia de recetas panaderas describiendo este proceso ya en el año 1907, en Viena.

Otto Frederick Rohwedder, inventa en 1928 una máquina que al mismo tiempo corta en rodajas y envasa el pan, eliminando así las reticencias de los panaderos hacia este sistema. El pan en rodajas se pone a la venta gracias a que la empresa americana Wonder Bread Company lo introduce en el mercado en el año 1930.

En el año 1927, en la ciudad de Praga, se reúnen científicos e ingenieros de quince países europeos con la intención de discutir los problemas asociados

con la elaboración del pan. Esta primera reunión se denomina: International Cereal and Bread Congress<sup>24</sup> , y tras ella, se fueron celebrando otras con una periodicidad bianual.

Durante los años de la Gran Depresión, se intentó por primera vez en la historia fortificar el pan añadiéndole vitaminas, antioxidantes y minerales, con la intención de mejorar los nutrientes ya presentes en la propia masa del pan, debido a que éste era uno de los alimentos mayoritarios de las poblaciones urbanas.

Durante la Segunda Guerra Mundial se realizó un racionamiento de alimentos en Inglaterra, en el cual el pan no estaba incluido. Sin embargo, el alimento fue racionado luego de finalizar la guerra, a partir de 1946. En Japón, durante la postguerra, el Ministerio de Sanidad recomendó a la población japonesa consumir más pan elaborado con harina de trigo, hecho que propició que algunos empresarios de la alimentación como Momofuku Andō hicieran fortunas distribuyendo pan blanco en Japón.

Gracias a las investigaciones realizadas a comienzos del siglo XX, se pudo comprobar que aumentando la proporción de nitrógeno en los fertilizantes se podría duplicar la producción. Se aplicaron herbicidas y fungicidas a las cosechas con el objeto de disminuir el efecto del entorno y evitar las malas cosechas.

En 1957, varios países europeos firman un tratado que denominan Tratados de Roma y que forma parte de la nueva Comunidad Económica Europea que creará un mercado común de cereales, entre otros productos. Uno de los avances en la panificación durante el siglo XX fue el desarrollo en 1961 del

---

<sup>24</sup> Congreso Internacional de Panes y Cereales, Praga 1927.

denominado Chorleywood Bread Process,<sup>25</sup> que permite elaborar pan industrial a gran rapidez debido a las veloces fermentaciones que realiza del orden de los 20 minutos. Este y otros inventos hacen que el pan blanco (asociado a clases sociales ricas) pase a ser un alimento barato, accequible a clases sociales más humildes.

Empiezan a aparecer las grandes corporaciones internacionales de pan, como la mexicana Grupo Bimbo, que distribuyen pan de molde a grandes sectores de la población, desligando por primera vez el pan del establecimiento (panadería) y logrando venderlo en grandes superficies como supermercados. En los años 1990 se produce una liberalización del mercado europeo de los cereales mediante el establecimiento de una política agrícola común de la Unión Europea.

La era espacial de los vuelos tripulados en los años 1960 abre una nueva posibilidad en el uso del pan como alimento en las misiones tripuladas. Se sabe que el primer pan que voló al espacio iba alojado en el módulo lunar como alimento de los astronautas del Apolo 10 (lanzado el día 18 de mayo de 1969) y se presentaba en forma de rodajas envasadas en plástico dentro de una atmósfera de nitrógeno. Este pan tenía una vida de cuatro semanas si se mantenía en su envoltorio de plástico. Se empleaba en forma de tostada a la que se untaban otros ingredientes en forma de pasta, Perchonok, (2002).

### **5.2.8 EL PAN HOY**

El consumo de pan está disminuyendo desde mediados del siglo XIX en los países en desarrollo. Por ejemplo, el consumo de pan diario por persona ha descendido en un 70% desde 1880 hasta 1977<sup>26</sup>. La causas de este descenso

---

<sup>25</sup> **CHORLEYWOOD BREAD PROCESS**, Proceso Rápido de Fabricación del Pan Chorleywood.

<sup>26</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Historia\\_del\\_pan](http://es.wikipedia.org/wiki/Historia_del_pan)

son diversas, en las que se encuentra la presencia de enfermedades autoinmunes como la *celiaquía*, la que según Jordi Salaz en su libro Nutrición y Dietética, causa una inflamación en el colon, debido a una proteína existente en el trigo.

Kaplan, (2006), expresa que la visión popular que existía acerca de lo que es el pan ha ido cambiando poco a poco. Algunos autores culpan de la disminución del consumo a la poca calidad del pan moderno, debida en parte al empleo de aditivos y en parte a la elaboración del alimento de forma industrial, lo cual causa un aumento del número de consumidores descontentos.

El empleo de diversos aditivos en las masas antioxidantes, enzimas, emulsionantes, entre otras, que suelen tener el nombre común de , “mejoradores para pan”, práctica habitual en la industria panadera y cuyo objetivo de su uso es alargar la vida comestible de los panes, en otras palabras, permiten fechas de vencimiento más largas, para el consumo humano. A pesar de este descenso y de algunos factores mencionados, se puede decir que la industria panadera sigue ocupando un lugar de importancia dentro de la industria alimentaria.

Desde comienzos del siglo XXI, el 70% del pan que se consume en el mundo es de harina de trigo. La tendencia a consumir otros cereales ha disminuido. No obstante, en los años 1990 aparecen panaderías artesanales en Europa que van captando clientela enamorada por el “sabor clásico” del pan. Se van poco a poco introduciendo los panes integrales debido a los beneficios de la fibra.

Uno de los promotores de esta idea de un «nuevo pan» es el panadero francés Lionel Poilâne, que llegó a crear una cadena de panaderías con un estilo clásico: *pan artesanal*.

En Estados Unidos se denomina a esta corriente *Artisan Baking* (panadería artesanal) y se convierte en una nueva tendencia. Uno de los panes surgidos de esta moda actual de pan artesanal es el campailou francés, que es un pan de centeno. Muchos de los panes que en la Edad Media eran variantes dulces de masas levadas hoy en día forman parte de la gastronomía navideña y se disfrutaban en estas fechas, como por ejemplo, el pain d'épice (pan de especias).

La mejora en la producción del pan y la posibilidad de incorporar un pequeño horno a ciertos establecimientos hace que se pueda elaborar pan ya en bares y restaurantes, sacando de la panadería tradicional la producción panificadora. A este proceso se añade la posibilidad de emplear masas de pan previamente congeladas, lo que hace más operativa la producción de pan recién hecho.

### **5.3 EL PAN EN COLOMBIA**

Según la escritora Cecilia Restrepo, la industria panadera llega a Colombia con la misma conquista en los albores del siglo XVI, en el momento en que se da esa mezcla de comestibles indígenas y españoles donde se reemplazan unos por otros o se complementan, es decir el mestizaje culinario.

Para esa época los indígenas consumían el maíz en sus diversas formas como arepa, bollo, sopas, tamales y pan, luego de la llegada de los españoles se introduce otro cereal desconocido en estas tierras, el consumido en el continente europeo, es decir, el Trigo, desde ese mismo momento se traen semillas y espigas y se siembran en diferentes regiones del país dando excelentes resultados.

La nobleza española añorando consumir el pan blanco de su tierra manda traer las semillas de trigo y ordena que se siembren en las diferentes regiones del territorio americano, de esta forma las zonas de clima frío cambian su labor

agrícola por este producto, es así como se inicia la producción de la harina y el consiguiente pan y hostias para el rito litúrgico.

En 1567 Benito López de Poveda, quien se desempeñaba como encomendero del Nuevo Reino de Granada,<sup>27</sup> hizo una carta que hablaba sobre el aprovechamiento de un molino de Ubaté, para proveer de trigo a los mineros de Muzo y se registra el cultivo de trigo por parte de los indígenas para elaborar la harina y, por lo tanto, el pan. Según el Papel Periódico Ilustrado<sup>28</sup>, en sus “notas curiosas” dice que “Pedro Briceño hizo el primer molino de harina... y la primera que amasó pan fue Elvira Gutiérrez mujer de Juan Montalvo” en el Nuevo Reino.”

Restrepo, (2005) afirma que en la época de la Colonia los cultivos de trigo se situaron especialmente en Boyacá y Cundinamarca, donde se formaron monopolios comerciales, cuyo producto se destinaba casi exclusivamente a la capital del Reino, ya que el trigo en grano, su derivado la harina y el pan, formaban parte de la alimentación cotidiana de los santafereños, hasta el punto de ser sometido este producto a los más estrictos controles por la tendencia de los comerciantes a acapararlo, desviarlo, rendirlo o venderlo más caro.

Para tal efecto, en 1620 se anunciaba:”que las panaderas y tratantes que venden el dicho pan amasado y cocido sean obligados solamente a dar cuatro libras y media de dicho pan cocido por un tomín<sup>29</sup> de plata corriente...y que el dicho pan bien acondicionado y sin defraudar su peso...los dichos tratantes han de vender el dicho pan en sus tiendas públicamente y teniéndolo de manifiesto

---

<sup>27</sup> <http://www.lablaa.org/blaavirtual/historia/rehis2/rehis2i.htm>

<sup>28</sup> **PAPEL PERIÓDICO ILUSTRADO**, fue el primer periódico de Colombia, fundado en 1881, por don Antonio de Urdaneta.

<sup>29</sup> TOMIN DE PLATA, equivale a una moneda pequeña utilizada en el nuevo reino de Granada entre 1550 y 1718.



y las dichas panaderas en las dichas plazas públicas sin excepción de personas para que todos consigan el fruto del dicho gasto”.

Con la situación anterior, para prevenir los posibles fraudes por parte del molinero, la distribución y venta del pan se organizaban por remates; las medidas se exigían que fueran hechas de madera; los pesos y piezas para recoger la harina no debían estar perforadas y se prohibía tener cerdos en el molino, todo esto con el objetivo de saber cuantas libras de harina salían de un bulto de trigo sembrado y según esto, cuanto pan cocido se elaboraba.

En 1614, existían sembrados en Ubaté, Simijaca, Tunja, Tausa y Guatavita, poblaciones cercanas a la capital, de donde se llevaba la harina a Santafé, gracias a los pregones que ordenaban su traslado a la “Casa del Pósito” sitio destinado para su guardia y custodia.

En efecto, el pan se convirtió poco a poco, en el acompañante de comidas y de consumo diario para los santafereños, quienes lo incluían en sus compras cotidianas, además la harina era indispensable para los misioneros, ya que la usaban para elaborar las hostias símbolo religioso en las ceremonias litúrgicas.

Los nativos eran obligados a sembrar este producto ya que era necesario para la dieta de los nobles españoles y se preciaba de ser caro, sin embargo pronto escaseó y no fue suficiente para la demanda de la capital, llegó a tal punto la demanda de este grano que se dificultó su abasto, entre otras por la pérdida de las cosechas y las condiciones climáticas.

El oficio de panadero y amasandera se aprendía de los padres y estaban catalogados como artesanos, en 1778, según el censo, se detectó que en el barrio de las Nieves, se congregaban la mayoría de los artesanos de la ciudad.

Noticias de finales del siglo XVIII y principios del XIX contaban que en 1782 se inventa el molino para trigo automático, esta máquina sólo necesitaba un operador que la ponía en marcha, sin embargo tuvo muchos problemas de aceptación por parte de la sociedad.

La sabana era muy propicia para el cultivo de este cereal, cuando los viajeros entraban a la ciudad de Santafé, después de un tortuoso camino en mula por los despeñaderos y montañas, se sorprendían al ver una gran planicie sembrada de trigo, así lo expresó Humbolt “los ojos están acostumbrados a los espesos bosques, precipicios y montes rocosos y de repente ven ilimitados campos de trigo en la planicie sin árboles” Existía una especie de trigo que se daba en climas templados y cálidos, se trataba de la especie conocida como candeal o trimesino y se cultivaba en la provincia de Pamplona.

También se le conoció al pan como “remedio” para algunos males, en 1802 cuando apareció la epidemia de la viruela en el Nuevo Reino, las curanderas no sabían cómo curar esta enfermedad por lo que se acudió al médico gaditano José Celestino Mutis, para que diera un tratamiento y curarla.

El fundador de la Expedición Botánica publicó un libro llamado “Método general para curar viruelas”, y en algunos de sus consejos nombra el pan “se les puede proporcionar, entre otros alimentos...algunas rebanadas de pan” y “el agua ordinaria será la natural con un pedazo de pan tostado”. No obstante, la preparación de los alimentos y las condiciones de higiene no eran las mejores, las cocinas eran sitios oscuros, mal ventilados y de piso de tierra por lo cual anidaba mucho mugre, en estas condiciones se descubre un polvillo que comido con el pan produce graves enfermedades con vómitos, diarreas y disenterías.

*La comercialización de la harina*<sup>30</sup> entró en sus etapas iniciales y se empezó a negociar con Trinidad y Jamaica, por otro lado, el rey concedió a don Hipólito Bernal permiso para importar 123 barriles de harina entrando por Cartagena y Panamá.

El mejor trigo se producía en tierra fría por lo cual las regiones productoras debían enviar a la costa sus provisiones de harina, sin embargo la demanda era mayor que la oferta por lo que Cartagena se vio en la obligación de importar de Estados Unidos, en 1807, 44.411 cargas de harina. Por otro lado esta harina extranjera era más barata. Los malos tiempos y la sequía de la tierra impedían la buena producción de trigo por lo cual se vieron obligados a importar, a espaldas de España, harina y otros comestibles para alimentar al pueblo.

Miranda, en su libro “Colombia la senda dorada del trigo”(Publicado por Thomas de Quincey Ltda en 2000), Resalta los hechos más relevantes que se dieron alrededor del trigo y sus derivados en el siglo XIX, se retoma, para este artículo, lo correspondiente a la época de la República, después del primer grito de la Independencia, que se expresa en el siguiente cuadro, donde se narran hechos de la época, la fecha y el nombre de la república de aquel entonces, así:

---

<sup>30</sup> <http://www.historiacocina.com/paises/articulos/pancolombia.htm>

FECHA Y NOMBRE DEL PAIS	ACONTECIMIENTOS HISTORICOS RELACIONADOS CON EL PAN EN COLOMBIA
1810	Existía una "rivalidad" entre Cartagena y la ciudad de Santafé, en relación a la posesión de la harina, Cartagena continuó importando contradiciendo las ordenes de la metrópoli, mientras que en la capital había grandes haciendas productoras de trigo, esta situación se vivió en los años anteriores a la reconquista española. Un gran levantamiento de los compradores de pan se dio cuando el panadero francés Lambert compró y utilizó la máquina para amasar, la gente sólo quería pan amasado por las manos humanas.
COLONIA ESPAÑOLA DE LA NUEVA GRANADA 1813	
COLONIA ESPAÑOLA DE LA NUEVA GRANADA	El capitán Antonio Nicolás Briceño reclutó hombres criollos y extranjeros con el fin de libertar a la patria del yugo español, y los soldados tendrán derecho a una ración de <i>"una libra de carne, una de pan y cuatro de ron o guarapo cuando lo haya"</i>
1814	El viajero francés Jean Baptiste Boussingault contratado por Simón Bolívar para trabajar en Colombia hizo una gran labor agrícola al tecnificar la siembra de maíz, yuca y leguminosas en el Cauca y por el aporte de Antioquia de harina de trigo, cacao y café.
COLONIA ESPAÑOLA DE LA NUEVA GRANADA	
1816	Reconquista española, se inició una etapa dura para el país hasta 1819 cuando se da la batalla de Boyacá y la definitiva separación de España. Durante la batalla de la independencia los soldados españoles exigieron a los <i>"pueblos a que contribuyan con el mantenimiento de la tropa real con harinas y ganado"</i>
COLONIA ESPAÑOLA DE LA NUEVA GRANADA	
1822	El historiador José Manuel Restrepo, alertó en su libro "Diario Político y militar" sobre el peligro de la cosecha del trigo debido al polvillo u orín que destruía las sembreras de trigo.
REPÚBLICA DE LA GRAN COLOMBIA	
1823	El viajero Theodore Mollien describió el mercado ubicado en la plaza de palacio, enumera las frutas y verduras procedentes de diferentes regiones y entre estos <i>"sacos de maíz, de cebada y de trigo"</i> .
REPUBLICA DE LA GRAN COLOMBIA	
1823	El 3 de julio el senado y la cámara de la República de Colombia aceptaron la libre importación a la nación de harinas, carnes saladas y todos los productos comestibles que entren del extranjero.

1827	
REPÚBLICA DE LA GRAN COLOMBIA	El historiador José Manuel Restrepo en su Diario Político y militar desarrolló un gran trabajo sobre el problema del trigo, la harina, el pan y los panaderos, adelantándose a su época y pionero de la historia de la vida cotidiana, logró llevar su libro a París y dar a conocer así la situación de su país en Europa.
1828	
REPÚBLICA DE LA GRAN COLOMBIA	El Molino de Hortúa, movido por agua se convirtió en el molino que produce la harina para el pan de Santafé de Bogotá.
1832	
REPÚBLICA DE NUEVA GRANADA	A pesar de que los cultivos de trigo trajo muchas riquezas a la provincia, parece que el polvillo sigue haciendo estragos y dando enfermedades a los bogotanos, por otro lado se dice que el avance de la agricultura no se vio en tres décadas, ya que sus técnicas eran prácticamente las mismas ya caducas.
1838	
REPÚBLICA DE NUEVA GRANADA	Llegó la primera trilladora a Colombia, aunque para ese momento no se tenía la suficiente preparación para usarla.
1843	
REPÚBLICA DE NUEVA GRANADA	En Europa se dio un gran avance en cuanto al proceso del trigo en harina. Antes el panadero iba al campo a comprar el trigo, se lo entregaba al molinero y este se lo devolvía en harina la cual tamizaba el panadero. Ahora es el molinero el que consigue el trigo y se encarga de cernirlo y saca la harina para amasar y hacer el pan.
1847	En Bogotá se celebró la fiesta religiosa del Corpus donde se hacía la procesión, caminando un largo rato por las calles y luego se ofrecían las famosas colaciones hechas casi todas de productos de harina de trigo, la gente: <i>“devoraba bizcochos, dulces y guarruz (bebida fermentada de arroz), que eran las viandas de ordenanza para esas funciones, amén de las frutas acarameladas, maní, alfajor, merenguitos, avisperos y otras golosinas de gusto no muy refinado”</i>
REPÚBLICA DE NUEVA GRANADA	
1849	Para esta época viajaban mucho los colombianos al extranjero y traían sus experiencias e influencias para implantarlas en su tierra es así como llegó por primera vez el Sandwich a Bogotá consistente en <i>“pan de trigo y queso de Flandes”</i> .
REPÚBLICA DE NUEVA GRANADA	

1851 REPÚBLICA DE NUEVA GRANADA	Nuevamente el historiador José Manuel Restrepo narró en su Diario el fusilamiento de un bandido que se reunía con su banda en el Molino del Cubo localizado en la avenida Jimenez con cuarta en Bogotá.
1854 REPÚBLICA DE NUEVA GRANADA	Montaron Molino de hierro con piedras del Sena en Bogotá bajo el auspicio de Joaquín Sarmiento con lo cual aumentó la producción de harina. La ciudad de Bogotá se encontraba en estado lamentable tras el gobierno de Melo, hay despoblamiento y destrucción por el campo y esto afectó también a los panaderos pues habían recogido comestibles para la guerra como azúcar y harina tanto que escaseó el pan en la ciudad. A su vez el pan subió de precio.
1858 REPÚBLICA DE NUEVA GRANADA	Los primeros maestros de panadería y repostería que llegaron a Colombia, vinieron de Europa” Se empezaron a inaugurar en Bogotá panaderías entre éstas un local donde se vendían confites, postres y pasteles, también tenía una habitación “decente” para que las señoras entraran a probar los pasteles.
1859 CONFEDERACIÓN GRANADINA	El presidente de la Confederación Granadina (Colombia) Mariano Ospina no aceptó el incremento del impuesto sobre el trigo.
1860 CONFEDERACIÓN GRANADINA	Se dio a conocer al público el primer libro sobre cocina titulado “Lenguaje Gastronómico con un oráculo respondón, poético i romántico” escrito por una sociedad de gastrónomos hambrientos y dedicados a los cachacos granadinos de ambos sexos.
1864 ESTADOS UNIDOS DE COLOMBIA	Se puso en funcionamiento una trilladora en las cercanías de Soacha “ <i>la maquina hace 14 cargas por día, tirando de dos caballos</i> ”.
1867 ESTADOS UNIDOS DE COLOMBIA	Existieron en Bogotá 3 o 4 molinos y 9 panaderías.
1868 ESTADOS UNIDOS DE COLOMBIA	Entró a Bogotá el primer molino de vapor, se trata de una máquina de 37 toneladas que fue transportada desde el río Magdalena, luego por tierra a lomo de indio y burro, una pesada labor que culminó con el fracaso ya que tuvieron que cerrar el molino por falta de dinero.
1870 ESTADOS UNIDOS DE COLOMBIA	Se destapó el motín del pan a manos de los artesanos que protestaban por el aumento del precio de la harina y sus derivados, en expresión de sus peticiones agredieron contra el molino de Joaquín Sarmiento fundador del Banco de Bogotá.
1874 ESTADOS UNIDOS DE COLOMBIA	Es reeditado el libro de cocina titulado Manual de cocina y repostería conforme a los usos y a las costumbres de Colombia.
1875 ESTADOS UNIDOS DE COLOMBIA	Los artesanos culparon a los panaderos y molineros de “ <i>tener hambreado el pueblo de la ciudad de Bogotá</i> ”, los cuales les destruyeron y apedrearon sus tiendas y habitaciones.

1876	En una de las muchas guerras civiles que se dieron durante el siglo XIX hubo un enfrentamiento entre liberales y conservadores y cuentan que en los ratos de descanso se repartían bizcochos finos y del país.
<b>ESTADOS UNIDOS DE COLOMBIA</b> 1878	El señor Salvador Camacho dice:
<b>ESTADOS UNIDOS DE COLOMBIA</b> 1880	<i>“El trigo no ha dado un solo paso delante de la independencia para acá. Las harinas norteamericanas llegan hasta Villeta, al pie de la altiplanicie, y las de la sabana a duras penas bajan a la orilla del alto Magdalena.”</i> por tanto era más práctico traer los alimentos del exterior a propósito del libre comercio. Además el rendimiento de los cultivos era muy inferior al de otros países.
<b>ESTADOS UNIDOS DE COLOMBIA</b> 1881	Se abrió una pastelería francesa en Bogotá de un señor francés llamado M. Violet, este fabricaba además pastas italianas, macarrones, fideos y tallarines. La Panadería Violet estaba situada en la calle 10 por el Camellón de la Concepción, cerca de la Academia de Historia.
<b>ESTADOS UNIDOS DE COLOMBIA</b> 1882	La situación económica no favoreció al trigo, según el analista Salvador Camacho Roldán, el precio del trigo era muy barato comparado con el de otros países, mientras aquí se produce <i>“el trigo a razón de tres cargas por hectáreas...en Chile la producción no baja de seis o siete por hectárea...”</i>
<b>ESTADOS UNIDOS DE COLOMBIA</b> 1889	Un famoso costumbrista Ricardo Silva escribió que en las chicherías de la ciudad además de vender la chicha se conseguían rosquitas y bizcochos.
<b>REPÚBLICA DE COLOMBIA</b> 1893- 1899	el 13 de junio con una maquinaria moderna y de primer orden, se fundó en Bogotá la Fábrica de Galletas del señor A. de J. Martínez”
<b>REPÚBLICA DE COLOMBIA</b>	Debido a los problemas económicos con que atravesaba la capital, se reunieron personas en campaña bajo las órdenes del expresidente Rafael Nuñez y montaron una colecta pública e hicieron una panadería más barata. Se inauguró una pastelería que va a ser famosa durante la guerra de los mil días, se trata de la señora Paulina Briceño casada con el pastelero español Enrique Gracia, prosperando hasta tener varias sucursales, en esta se preparaban hojaldres, repollas, milhojas entre otros.

**FIGURA N° 1. TOMADO DE MIRANDA (2.000) ACONTECIMIENTOS HISTÓRICOS RELACIONADOS CON EL PAN EN COLOMBIA.**

Para el siglo XX se dan varios avances relacionados con la *producción panadera*<sup>31</sup>, en primer lugar se definió su nominación aclarando que se trata de un producto elaborado con harina de trigo, levadura, agua potable y sal común, en caso de que llevara otro ingrediente, cambiaba su nombre, de igual forma se incrementó la importación del trigo de países extranjeros con altos impuestos

<sup>31</sup> <http://www.historiacocina.com/paises/articulos/pancolombia.htm>

para su ingreso, se aumento el número de molinos en las ciudades y por consiguiente la de las panaderías, especialmente en Bogotá y Barranquilla.

## **5.4 CARACTERISTICAS DEL MERCADEO EN LA PANADERÍA EN COLOMBIA**

### **5.4.1 Producto**

El pan es el producto alimenticio presente y representativo en la canasta familiar de los colombianos. Es también uno de los ingredientes más diversos y variados de la cocina mundial, hasta el punto que puede decirse que siempre ha estado ahí, aunque la gente se haya acostumbrado tanto a él que no lo note.

La situación actual del pan en nuestro país es peculiar y atraviesa una crisis que depende de varios factores. En Colombia el pan es el acompañante ideal para la comida. Sin embargo, se debe aclarar que también son acompañantes la arepa, el arroz, la yuca, el plátano y demás harinas las cuales sirven para complementar cierto tipo de platos, a cualquier hora del día.

El colombiano promedio utiliza el pan como complemento esencial del desayuno y en el resto de las comidas, no entra a competir como un serio adversario, es por eso que la mañana es el campo de batalla en el cual el pan se tiene que batir con elementos tan famosos y prestigiosos como la arepa.

Tan es así esta situación, que las últimas cifras indican que el 94,2% de los colombianos consume pan para el desayuno y cada colombiano consume 24 kilos de pan al año, mientras que en países como Chile se consumen 96 kilos en promedio. Revista la Barra edición 23 (2009).

En esta misma edición se expresa que, " pese a las tradiciones que en este sector siguen muy arraigadas, como la de dar la "ñapa" para cautivar el



consumo del pan, existen algunas causas que determinan serios problemas para el sector; una de éstas, es el caso de los impuestos para la harina, la cual está siendo gravada con el 10 % y esto hace que se aumenten los costos de fabricación del pan. El gremio se siente desprotegido en materia de apoyo estatal y como el resto del país depende de lo que pase con el T.L.C. para poder tomar decisiones de fondo. Debe recordarse que el 98% del trigo que se consume a nivel nacional es importado (es de mejor calidad y tiene más contenido)".

#### **5.4.2 Consumo**

La panadería en Colombia, frente a otros países, se ha caracterizado por ser de estructura blanda y de sabores en sal y dulce, encontrando una gran variedad de productos en la que los panaderos han jugado con texturas y sabores de acuerdo a la región en que se localicen. Sin embargo, en Colombia lo que ha estado mal es el consumo.

Las cifras así lo demuestran, Según Fedemol<sup>32</sup>, en Colombia cada habitante consume, en promedio, 25,9 kilos de pan al año, mientras que en Venezuela el promedio es de 28 kilos por persona; en Perú 31,5; en Uruguay 54; en Argentina 83, y en Chile 97. En Europa el pan está a otro nivel pues, según los cálculos, el promedio está por encima de los 120 kilos al año por persona. Revista La Barra Edición 23 (2009).

Las zonas del país en las que más se come pan son en el altiplano Cundiboyacense y en la capital del país con un 80% de consumo diario. El colombiano promedio prefiere el pan de panadería, el fresco, el recién salido del horno y mucho mejor si es de doscientos pesos.

---

<sup>32</sup> Federación Nacional de Molineros de Trigo.

Una de sus posibles explicaciones es el hecho que culturalmente no incluimos el pan en diversos momentos de consumo, a la falta de promoción positiva del pan y desinformación del consumidor en las ventajas nutricionales de este alimento,

En nuestro contexto a diferencia de otros países, el pan es sinónimo de desayuno, más no de acompañante de otro tipo de comidas, y esto se debe a que culturalmente el colombiano prefiere la arepa, el arroz o la papa, como complemento nutricional.

### **5.4.3 Comercio**

El dinamismo del comercio, adaptándose a la evolución de la sociedad, convierte rápidamente en obsoletas las clasificaciones al recoger características o funciones que ya no son útiles (Rebollo, 1993).

A todo ello hay que añadir las asociaciones que se utilizan al hablar del comercio. De hecho Rodríguez (1998), señala que es frecuente identificar comercio independiente y comercio tradicional, o pequeño comercio y comercio tradicional, e incluso hablar de tienda clásica de alimentación frente a la especializada y demás tipos de establecimientos.

En este sentido, tomando en consideración variables como el tamaño, la tecnología y la organización del establecimiento, el profesor Sainz de Vicuña (1996) define el comercio tradicional como aquel establecimiento que cuenta con los rasgos recogidos en el siguiente cuadro:

Variable	Indicadores	Rasgo predominante
	Superficie de venta	Menos de 100 m <sup>2</sup>
Tamaño	Empleados	No más de dos
	Puntos de venta	Uno, normalmente
	Régimen de venta	Tradicional
Tecnología	Equipamiento (cajas registradoras, TPV, scanner, equipos de refrigeración, etc.)	Bajo
	Formación	Muy escasa
	Forma jurídica	Persona física
Organización	Aprovisionamiento	Mayorista
	Asociacionismo	Independiente
	Ubicación	Independiente

**FIGURA N°2. RASGOS DEL COMERCIO TRADICIONAL. TOMADO DE SAINZ DE VICUÑA (1996).**

En definitiva, el comercio tradicional es un comercio independiente, no asociado ni vinculado a ningún tipo de establecimiento; de tamaño pequeño, por el número de puntos de venta con que cuenta; la cifra de empleados y la dimensión del establecimiento; que dispone de una tecnología tradicional, por el régimen de venta utilizado, el equipamiento disponible y la formación de su personal; y cuya forma jurídica es una persona física.

Para tal efecto, el ejercicio del comercio de la panadería de barrio en Colombia, bajo el sistema tradicional, corresponde a una forma de compra-venta en la que se da una intensa relación entre vendedor y cliente, de forma que éste tiene que demandar su necesidad y es asesorado directamente por el panadero en el modo de satisfacerla.

Esta relación suele producirse en panaderías pequeñas, ubicadas en los diferentes barrios de las ciudades, las cuales en su mayoría son atendidas por sus propietarios.

#### **5.4.4 Canal de distribución**

Según Kotler (1998), un canal de distribución, es una estructura de negocios y de organizaciones interdependientes que va desde el punto del origen del producto hasta el consumidor.

Un canal de distribución realiza el trabajo de desplazar los bienes de los productores a los consumidores. Salva las principales brechas de tiempo, espacio y posesión que separan los bienes y servicios de aquellos que los usen.

Los integrantes del canal de distribución realizan un cierto número de funciones claves así:

- *Investigación:* recabar información necesaria para planear y facilitar el intercambio.
- *Promoción:* crear y difundir mensajes persuasivos acerca del producto.
- *Contacto:* encontrar a compradores potenciales y comunicarse con ellos.
- *Adaptación:* modelar y ajustar el producto a las exigencias del consumidor. Para ello se necesitan actividades como fabricación, clasificación, montaje y empaque.
- *Negociación:* tratar de encontrar un precio mutuamente satisfactorio a fin de que se efectuó la transferencia de propiedad o posesión.
- *Distribución física:* transportar y almacenar los bienes.
- *Financiamiento:* obtener y usar los fondos para cubrir los costos de sus actividades.

- *Aceptación de riesgos:* correr el riesgo que supone realizar las funciones propias del canal de distribución.

Con referencia a lo anterior, la forma de distribución de la panadería tradicional es de forma directa, ya que no tiene intermediarios y el producto se vende directamente a los clientes. Como forma particular se evidencia un trato cordial entre cliente y panadero, tornándose muy familiar y emotivo, aparte de la oportunidad de otorgar créditos no muy largos por la venta de sus productos a los clientes.

## **6. METODOLOGIA**

### **6.1 Tipo de Investigación**

Para este estudio se utilizó la Investigación descriptiva, la cual permite conocer y reseñar, las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio.<sup>33</sup>

A través de este método, se describieron todos los aspectos y características fundamentales del sector Panificador tradicional de la ciudad, determinados por la interacción entre los investigadores y las personas miembros del sector objeto de estudio. Para esto fue necesario el desplazamiento a diferentes sitios de la ciudad, donde se realizó el trabajo de campo, acompañado de entrevistas y charlas casuales, las cuales se documentaron por medio de grabaciones, registros escritos, visuales y fílmicos.

### **6.2 TECNICAS DE INVESTIGACION**

Para la presente investigación, se utilizaron las siguientes técnicas de investigación, determinadas por el carácter de la misma, así:

#### **6.2.1 La encuesta:**

Es una de las técnicas de recolección de información más usadas, que se fundamenta en el cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas.

---

<sup>33</sup> SALKIND, Neil. Métodos de Investigación. Prentice Hall, México, 1998.

### **6.3 POBLACION**

Para el presente trabajo, se determinó como población, el censo de las panaderías de la ciudad, que acoge al gremio panificador de la ciudad de Manizales, teniendo en cuenta variables como registro, inscripción y estado actual. (Ver Anexo 9)

Dicho censo, arrojó que en la ciudad se encuentran inscritas 335 panaderías, de las cuales solo 185 se encontraban vigentes a mayo de 2009. (Ver Anexo 9). Para determinar el tamaño de la muestra, los investigadores por conveniencia y accequibilidad, además de contemplar factores como movilidad, seguridad y desplazamiento, decidieron tomar como muestra 53 establecimientos de los diferentes barrios de la ciudad, teniendo en cuenta los niveles socioeconómicos de la misma; esta muestra correspondió al 29% del total de la población objeto de estudio.

### **6.4 PROCEDIMIENTO**

La presente investigación parte con la recolección de información acerca de las panaderías existentes en la ciudad de Manizales, suministrado por la Cámara de Comercio y contrastado por Industria y comercio a Mayo de 2009. Esta información es el punto de partida para el desarrollo y ejecución del trabajo de investigación propuesto.

Para el desarrollo del primer objetivo, que tiene por título Clasificar socioeconómicamente las panaderías tradicionales de la ciudad de Manizales, el grupo investigador decidió trabajar con la población total de establecimientos, correspondiente a 185 panaderías, con el propósito de conocer de manera detallada su participación por barrios y por estratos.

En la recolección de información del presente trabajo, se hizo un levantamiento de información de las fuentes secundarias que tuvieran relación con el tema objeto de estudio, permitiendo una ambientación sobre la Panadería, su evolución, procesos y el estado actual del sector a nivel mundial y nacional.

También se elaboró el instrumento de investigación para la recolección de la información como fue la encuesta, misma que fue elaborada con preguntas de selección múltiple de una sola respuesta, teniendo en cuenta los objetivos del estudio y se realizaron directamente por los investigadores, a los panaderos y propietarios de la panadería tradicional de la ciudad de Manizales.

Posterior a esto, se tabularon las encuestas, con el fin de determinar las variables y las conclusiones obtenidas en cada aspecto a estudiar, sobre las características comerciales más relevantes de la panadería tradicional de la ciudad de Manizales.



## **7. ANALISIS DE LOS RESULTADOS**

En esta investigación se utilizaron técnicas cuantitativas para el desarrollo del trabajo.

La parte cuantitativa se muestra como soporte a los resultados ya encontrados, en donde se procesa la información y permite encontrar tendencias marcadas del sector. A través de esta, se pudo realizar una caracterización que determinara los aspectos más relevantes del sector objeto de estudio, de acuerdo al esquema planteado en los objetivos, los cuales son los pilares de la investigación.

### **7.1 CLASIFICACION SOCIOECONOMICA DE LA PANADERÍA TRADICIONAL DE LA CIUDAD DE MANIZALES**

El avalúo catastral fue la base para la aplicación de las tarifas de los servicios públicos domiciliarios a lo largo de la década de los años setenta; desde los años ochenta el DANE dio una serie de definiciones que constituyeron el punto de partida para crear los (6) estratos socioeconómicos existentes.

La estratificación socioeconómica ha sido diseñada para la aplicación de tarifas diferenciales a los distintos usuarios, para ayudar a seleccionar una determinada población objeto entre la de menores recursos y para focalizar algunos programas sociales; para esta estratificación se tiene en cuenta obras de infraestructura, ubicación, ingresos de los dueños de las viviendas, disponibilidad de vías, zonas verdes, entre otras<sup>34</sup>.

Para determinar la clasificación socioeconomica de las panaderías tradicionales de la ciudad de Manizales, se tuvo en cuenta el modelo de estratificación utilizado por el DANE, pero para tener un norte más claro y

---

<sup>34</sup> <http://www.fuac.edu.co/revista/III/III/tres.pdf>

definido se utilizó la denominación de niveles socioeconómicos, que permitiera agrupar las panaderías por estratos con características similares, las cuales se describen a continuación:

**CUADRO No. 1 CLASIFICACIÓN SOCIOECONOMICA DE LA PANADERÍA TRADICIONAL DE LA CIUDAD DE MANIZALES**

<b>NIVEL SOCIOECONOMICO</b>	<b>ESTRATO</b>
<b>BAJO</b>	<b>1-2</b>
<b>MEDIO</b>	<b>3-4</b>
<b>ALTO</b>	<b>5-6</b>

La panadería como canal tradicional presente en la ciudad de Manizales, muestra una serie de características que pese a realizar una misma actividad, posee factores diferenciadores de acuerdo al nivel socioeconómico en el que se encuentren.

Se tuvo en cuenta el Censo de población de la ciudad de Manizales otorgado por la Alcaldía a Junio 30 de 2005, el cual está discriminado por barrios y comunas y número de habitantes ilustrado en el Anexo 8.

**CUADRO No. 2 FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO**

<b>FICHA TECNICA</b>	
<b>CIUDAD</b>	<b>MANIZALES</b>
<b>NUMERO DE HABITANTES</b>	<b>353.313</b>
<b>NUMERO DE COMUNAS</b>	<b>11</b>
<b>NUMERO DE BARRIOS</b>	<b>248</b>
<b>NUMERO DE PANADERIAS VIGENTES</b>	<b>185</b>
<b>PANADERIAS RELACIONADAS</b>	<b>185</b>

Para este análisis no se utilizó el muestro de las panaderías, sino que por su carácter se hizo evidente la necesidad de analizar a toda la población de panaderías vigentes de la ciudad y clasificarlas por nivel socioeconómico.

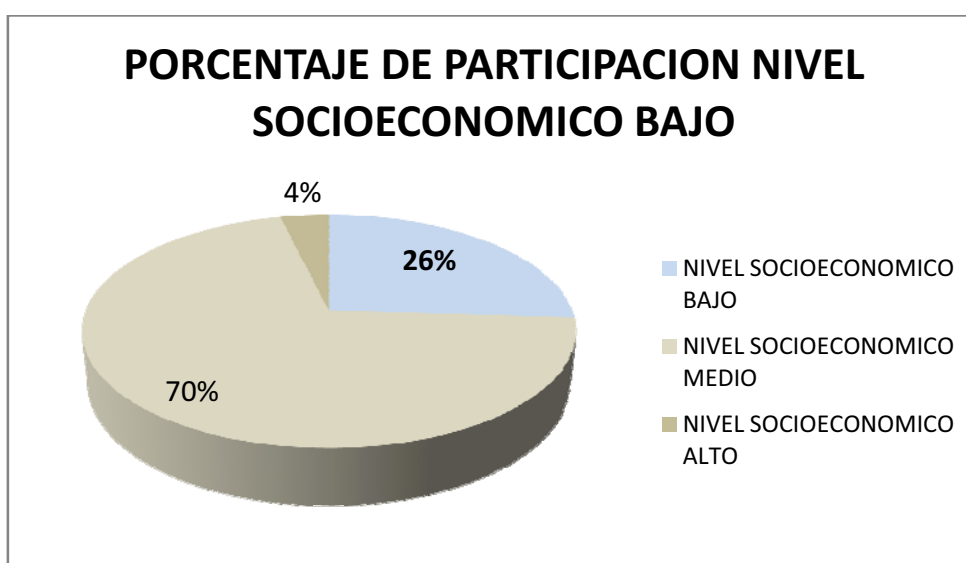
### 7.1.1 PANADERÍAS DE NIVEL SOCIOECONÓMICO BAJO

Este grupo está conformado por 48 establecimientos que corresponden a un 26% del total de panaderías de la ciudad.

**CUADRO No. 3 PANADERÍAS DE NIVEL SOCIOECONÓMICO BAJO**

NIVEL SOCIOECONOMICO BAJO	NIVEL SOCIOECONOMICO MEDIO	NIVEL SOCIOECONOMICO ALTO	TOTAL PANADERIAS ACTIVAS
48	130	7	185
26%	70%	4%	100%

**GRÁFICA No. 1 PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN NIVEL SOCIOECONÓMICO BAJO**



**CUADRO No. 4 NUMERO DE HABITANTES DEL NIVEL SOCIOECONÓMICO BAJO**

NUMERO DE BARRIOS	TOTAL PANADERIAS	TOTAL HABITANTES	TOTAL HAB / TOTAL PANADERIAS
<b>22</b>	<b>48</b>	<b>74.919</b> HABITANTES	<b>1.561</b>

La población en el nivel socioeconómico medio es de 74.919 habitantes. Tomando la población de los barrios y el número de panaderías se concluye que por cada 1.561 habitantes hay una panadería. Los barrios con más número de panaderías son el barrio Las Delicias, Villahermosa y San José; a su vez la comuna con mayor número de panaderías del nivel socioeconómico bajo corresponde a la comuna Ciudadela del norte.

**CUADRO No. 5 DISCRIMINACIÓN PANADERÍAS DE NIVEL SOCIOECONÓMICO BAJO**

BARRIO	NUMERO DE PANADERIAS POR BARRIO	HABITANTES POR BARRIO	PANADERIAS POR HABITANTE	ESTRATO SOCIOECONOMICO
EL PARAISO	1	2.561	2.561	1-1
SAN SEBASTIAN	1	2.716	2.716	1-1
EL CARMEN	4	6.115	1.529	1-2
EL SOLFERINO	1	7.444	7.444	1-2
GALERIA	2	910	455	1-2
JESUS DE LA BUENA ESPERANZA	1	4.416	4.416	1-2
ALTO CARIBE	2	500	250	2-2
BAJO CARIBE	1	463	463	2-2
BENGALA	2	1.120	560	2-2
BOSQUES DEL NORTE	3	8.176	2.725	2-2
COLON	1	2.968	2.968	2-2
EL CARIBE	1	3.862	3.862	2-2
EL NEVADO	2	4.900	2.450	2-2
EL SINAI	3	3.014	1.004	2-2
FANNY GONZALES	1	2.524	2.524	2-2
LA LINDA	1	1.826	1.826	2-2
LAS DELICIAS	7	1.866	266	2-2
PERALONSO	2	1.654	827	2-2
SAMARIA	1	1.344	1.344	2-2
SAN IGNACIO	1	2.582	2.582	2-2
SAN JOSE	4	3.260	815	2-2
VILLAHERMOSA	6	10.698	1.783	2-2
<b>TOTAL PANADERIAS</b>	<b>48</b>	<b>74.919</b>		

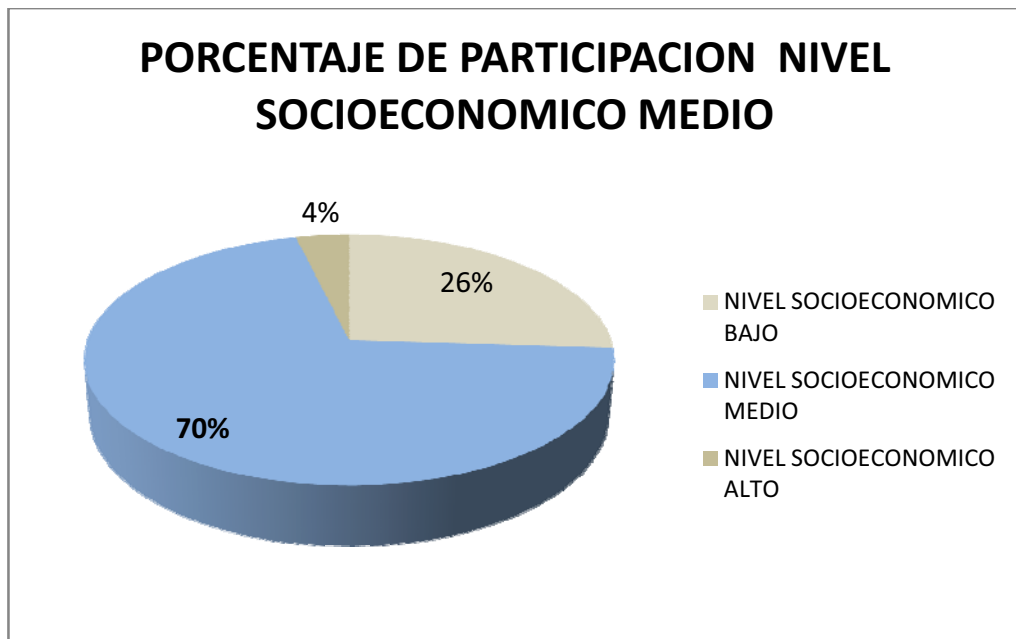
### 7.1.2 PANADERÍAS DEL NIVEL SOCIOECONÓMICO MEDIO

Estas panaderías poseen una mayor participación dentro del mercado panificador tradicional, su número agrupa a más de 130 panaderías distribuidas a lo largo de los barrios de la ciudad, con una participación del 70% del mercado tradicional de panaderías de Manizales.

**CUADRO No. 6 PANADERÍAS DE NIVEL SOCIOECONÓMICO MEDIO**

NIVEL SOCIOECONÓMICO BAJO	NIVEL SOCIOECONÓMICO MEDIO	NIVEL SOCIOECONÓMICO ALTO	TOTAL PANADERÍAS ACTIVAS
48	130	7	185
26%	70%	4%	100%

**GRÁFICA No. 2 PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN NIVEL SOCIOECONÓMICO MEDIO**



**CUADRO No. 7 NUMERO DE HABITANTES DEL NIVEL SOCIOECONÓMICO MEDIO**

NUMERO DE BARRIOS	TOTAL PANADERIAS	TOTAL HABITANTES	TOTAL HAB / TOTAL PANADERIAS
<b>47</b>	<b>130</b>	<b>138.900</b> HABITANTES	<b>1.068</b>

El Centro es el sector de la ciudad con una mayor concentración de panaderías, pues alberga a más de 20 establecimientos, seguidos del barrio la Sultana con 10, y la Enea con 8 panaderías. Se determinó que por cada 1.068 habitantes hay una panadería.

**CUADRO No. 8 DISCRIMINACIÓN PANADERÍAS DE NIVEL SOCIOECONÓMICO MEDIO**

BARRIO	NUMERO DE PANADERIAS POR BARRIO	HABITANTES POR BARRIO	PANADERIAS POR HABITANTE	ESTRATO SOCIOECONOMICO
ALTOS DE GRANADA	2	781	390	3-3
ARANJUEZ	2	3.678	1.839	3-3
BAJO PRADO	1	665	665	3-3
BAJO TABLAZO	1	58	58	3-3
BELLAS ARTES	2	1.453	726	3-3
CAMILO TORRES	1	1.914	1.914	3-3
CAMPOAMOR	3	4.327	1.442	3-3
CENTENARIO	1	971	971	3-3
CERVANTES	8	8.598	1.075	3-3
COLOMBIA	2	2.050	1.025	3-3
EL BOSQUE	8	4.393	549	3-3
EL CARRETERO	1	2.165	2.165	3-3
EL CENTRO	19	5.349	281	3-3
EL PRADO	1	1.025	1.025	3-3
ESTAMBUL	1	2.651	2.651	3-3
FANEON	1	2.050	2.050	3-3
FATIMA	7	5.541	791	3-3
LA ARGENTINA	3	2.642	880	3-3
LA ASUNCION	2	2.512	1.256	3-3
LA CAROLA	1	3.948	3.948	3-3
LA CUCHILLA DEL SALADO	1	1.811	1.811	3-3
LA ENEA	8	14.876	1.859	3-3
LA SULTANA	10	9.870	987	3-3
LA TOSCANA	1	757	757	3-3
LAS AMERICAS	1	1.599	1.599	3-3
LINARES	1	272	272	3-3
LOS AGUSTINOS	2	2.594	1.297	3-3
LOS ARRAYANES	2	1.732	866	3-3
LUSITANIA	1	1.062	1.062	3-3
MALHABAR	1	6.226	6.226	3-3
MINITAS	5	3.570	714	3-3
PARQUE CALDAS	1	2.177	2.177	3-3
PRADO MEDIO	1	613	613	3-3
SAN JOAQUIN	3	4.431	1.477	3-3
TERMINAL DE TRANSPORTES LAS AMERICAS	1	4.099	4.099	3-3
TRES ESQUINAS (KILOMETRO 41)	1	130	130	3-3
VILLA NUEVA	1	288	288	3-3
LOS FUNDADORES	4	2.722	680	3-4
SAN JORGE	4	4.004	1.001	3-4
VELEZ	2	2.182	1.091	3-4
ALTA LEONORA	1	1.387	1.387	4-4
ALTA SUIZA	3	2.974	991	4-4
CAMPOHERMOSO	2	3.367	1.683	4-4
CHIPRE	3	4.126	1.375	4-4
EL SOL	1	982	982	4-4
LOS ALCAZARES	1	1.517	1.517	4-4
VILLA PILAR	1	2.761	2.761	4-4
<b>TOTAL PANADERIAS</b>	<b>130</b>	<b>138.900</b>		

### 7.1.3 PANADERÍAS DEL NIVEL SOCIOECONÓMICO ALTO

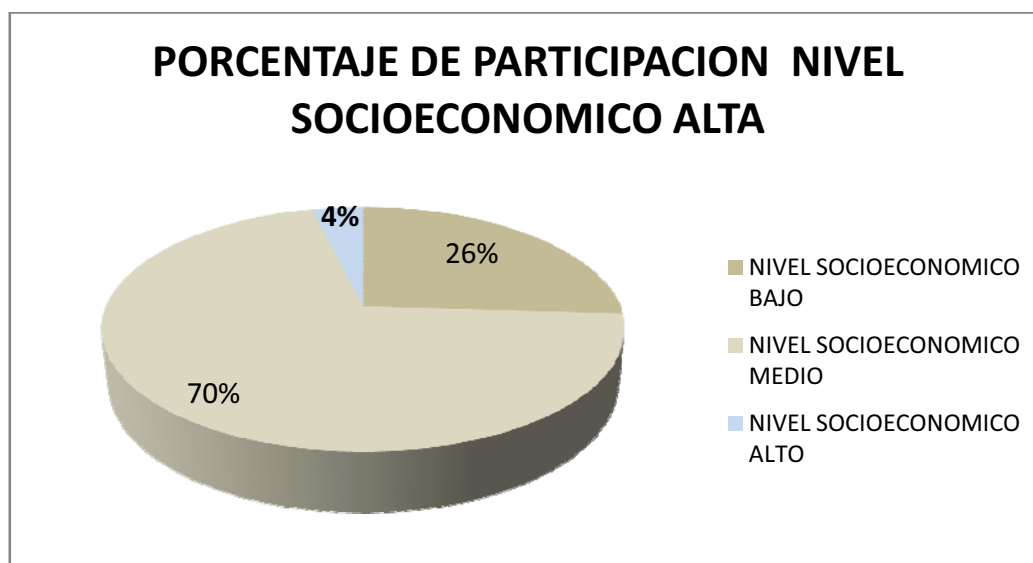
Dentro del mercado de la ciudad se observa que este sector es el menos representativo con una participación del 4%, frente al 70% del nivel socioeconómico medio y al 26% del nivel socioeconómico bajo.

Se encuentra que en promedio hay una panadería por cada 1.364 habitantes.

**CUADRO No. 9 PANADERÍAS DE NIVEL SOCIOECONÓMICO ALTO**

NIVEL SOCIOECONOMICO BAJO	NIVEL SOCIOECONOMICO MEDIO	NIVEL SOCIOECONOMICO ALTO	TOTAL PANADERIAS ACTIVAS
48	130	7	185
26%	70%	4%	100%

**GRÁFICA No. 3 PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN NIVEL SOCIOECONÓMICO ALTO**



**CUADRO No. 10 NUMERO DE HABITANTES DEL NIVEL SOCIOECONÓMICO ALTO**

NUMERO DE BARRIOS	TOTAL PANADERIAS	TOTAL HABITANTES	TOTAL HAB / TOTAL PANADERIAS
5	7	9.548 HABITANTES	1.364

**CUADRO No. 11 DISCRIMINACIÓN PANADERÍAS DE NIVEL SOCIOECONÓMICO ALTO**

BARRIO	NUMERO DE PANADERIAS POR BARRIO	HABITANTES POR BARRIO	PANADERIAS POR HABITANTE	ESTRATO SOCIOECONOMICO
EL TRIANGULO	1	1.480	1.480	5-5
LA RAMBLA	2	1.577	788	5-5
VERSALLES	1	2.129	2.129	5-5
LA ESTRELLA	2	1.665	832	5-6
PALERMO	1	2.697	2.697	6-6
<b>TOTAL PANADERIAS</b>	7	9.548		
<b>TOTAL PANADERIAS</b>	185			

#### 7.1.4 ANÁLISIS DE ENCUESTAS

El negocio de las panaderías tiene características propias que lo diferencian de otro tipo de negocios de venta al público por ejemplo: Rapitiendas, Mini mercados, Fruver y demás. Estas Características deben controlarse muy bien para conseguir ser eficaces en el trabajo y rentables en el negocio.

El consumo del pan puede llegar a ser una excelente oportunidad de negocio, siempre y cuando posean rasgos diferenciadores que le permitan sobresalir entre los que existen en el mercado.

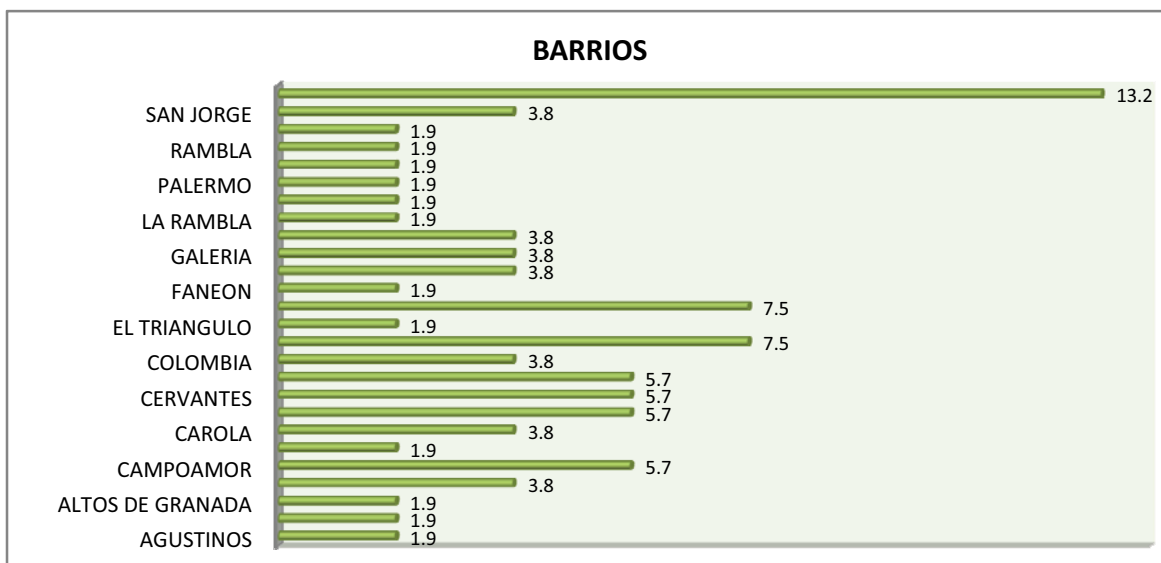


La encuesta fue realizada a una muestra de 53 panaderías de la ciudad de Manizales, ubicadas en las comunas y estratos socioeconómicos del uno al seis que estas componen.

### 7.1.5 CLASIFICACIÓN DE LAS PANADERÍAS TRADICIONALES DE LA CIUDAD DE MANIZALES POR BARRIOS

El resultado del trabajo de campo demuestra que el 13.2% de las encuestas y entrevistas fueron realizadas en el barrio la Sultana, es uno de los barrios reconocidos en la ciudad y se caracteriza por que en su principal área de afluencia, se encuentran un sin número de establecimientos comerciales dedicados a diferentes negocios entre ellos el de panadería, seguida de 7.5% en los barrios el Bosque y la Enea respectivamente, el 5.7% se encuentran ubicados en los barrios de Campoamor, Centro, Cervantes, Chipre con igual porcentaje cada uno; con el 3.8% en los barrios Bengala, Carola, Colombia, Fátima, Galería, La Estrella y San Jorge.

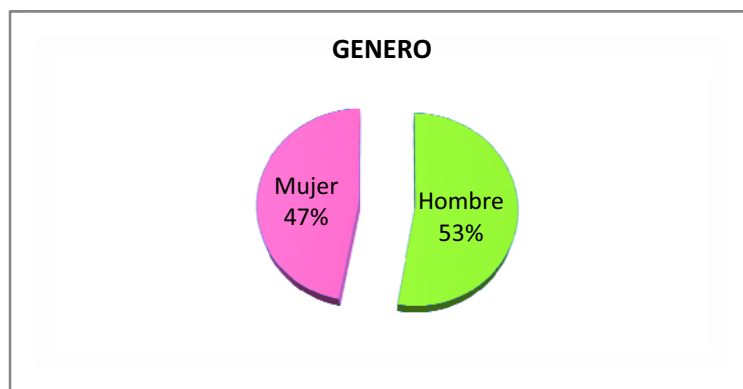
**GRÁFICA No. 4 CLASIFICACIÓN DE LA PANADERÍAS TRADICIONAL POR BARRIO**



### 7.1.5 GÉNERO DE ENCUESTADOS

Los negocios de panadería tradicional, no exigen género específico para la venta, atención al público, y comercialización de sus productos, lo relevante es que sea realizada de manera amable, cordial, simpática, atrayendo su clientela y fidelizándola para que se realice la recompra, se encontró que el 53% de las personas que atienden la panadería son hombres que aplican estas prácticas y el 47% son mujeres.

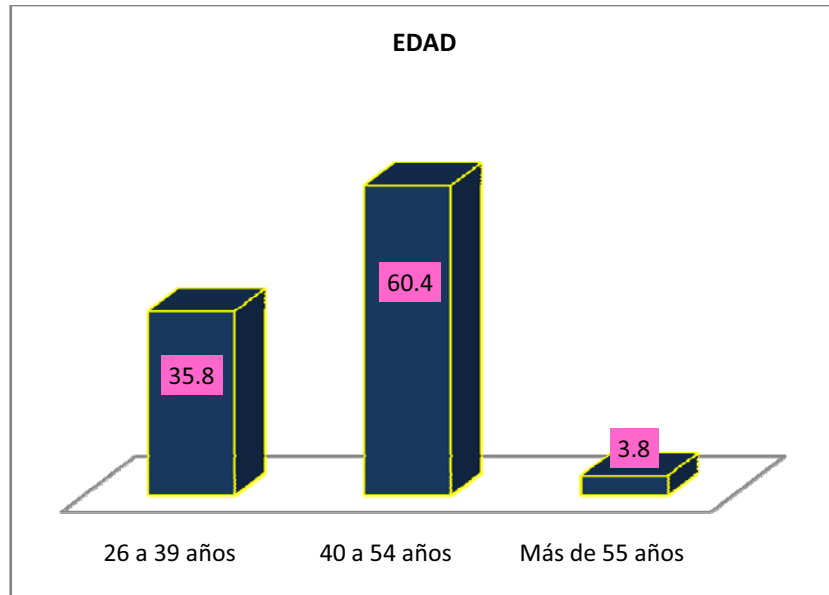
GRÁFICA No. 5 GÉNERO DE ENCUESTADOS EN LAS PANADERÍAS TRADICIONALES



### 7.1.6 EDAD DE LOS ENCUESTADOS

En los negocios de la panadería tradicional de la ciudad de Manizales, se encontró que el 60.4% de las personas que atienden el establecimiento tienen entre 40 y 54 años, personas serias con obligaciones familiares y que responden a las expectativas que los consumidores solicitan, el 35.8% está entre 26 y 39 años, personas relativamente jóvenes con ánimo de progresar, posicionar sus negocios en niveles cada día más altos para incrementar sus ventas y el 3.8% de los encuestados cuenta con más de 55 años, personas mayores que se sostienen y tienen un bagaje amplio en el medio.

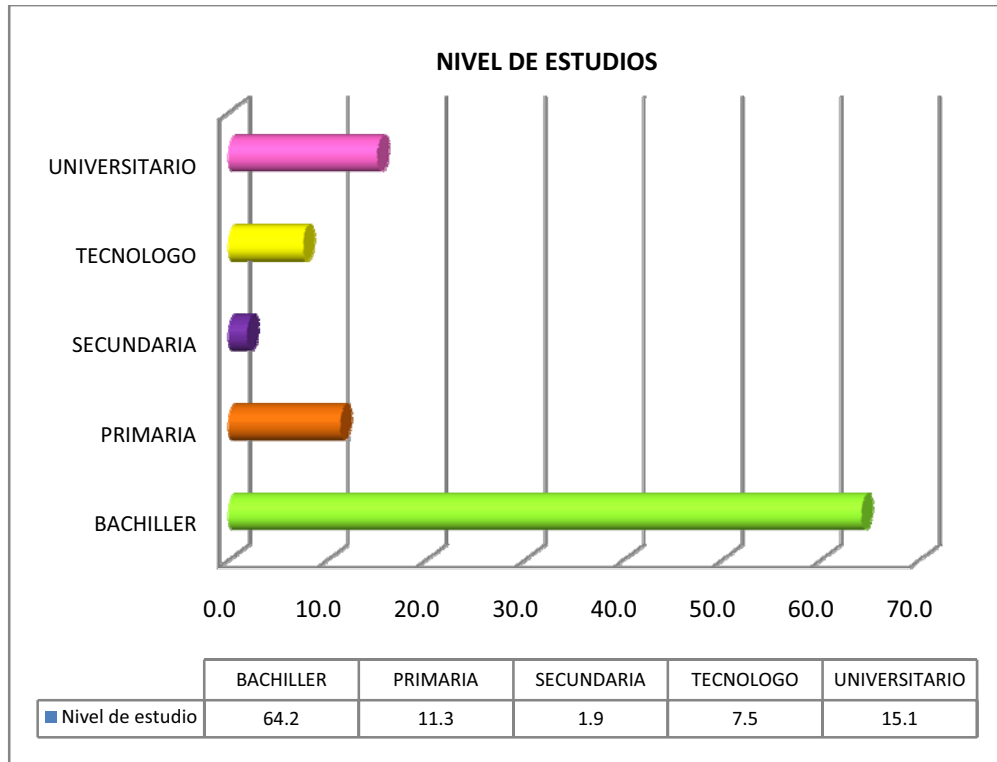
**GRÁFICA No. 6 EDAD DE LOS ENCUESTADOS EN LAS PANADERÍAS TRADICIONALES**



### **7.1.7 NIVEL DE ESTUDIOS DE LOS ENCUESTADOS**

Las ganas y el entusiasmo que demuestran las personas encuestadas afirman que el nivel de estudios realizados por cada uno de ellos les sirve de manera individual según su experiencia, para ampliar, reducir o sostenerse en sus establecimientos. 64.2% son personas bachilleres los cuales llevan la dirección de sus negocios de panadería tradicional como se lo han enseñado o como, empíricamente, creen que se maneje, el 15.1% universitarios, personas innovadoras, activas, con mayor grado de entrega a su panadería, el 11.3% primaria, básicos en el manejo del negocio, el 7.5% tecnólogos y el 1.9% secundaria, personas que se adaptan al medio y tratan de satisfacer sus necesidades.

**GRÁFICA No. 7 NIVEL DE ESTUDIOS DE LOS ENCUESTADOS**

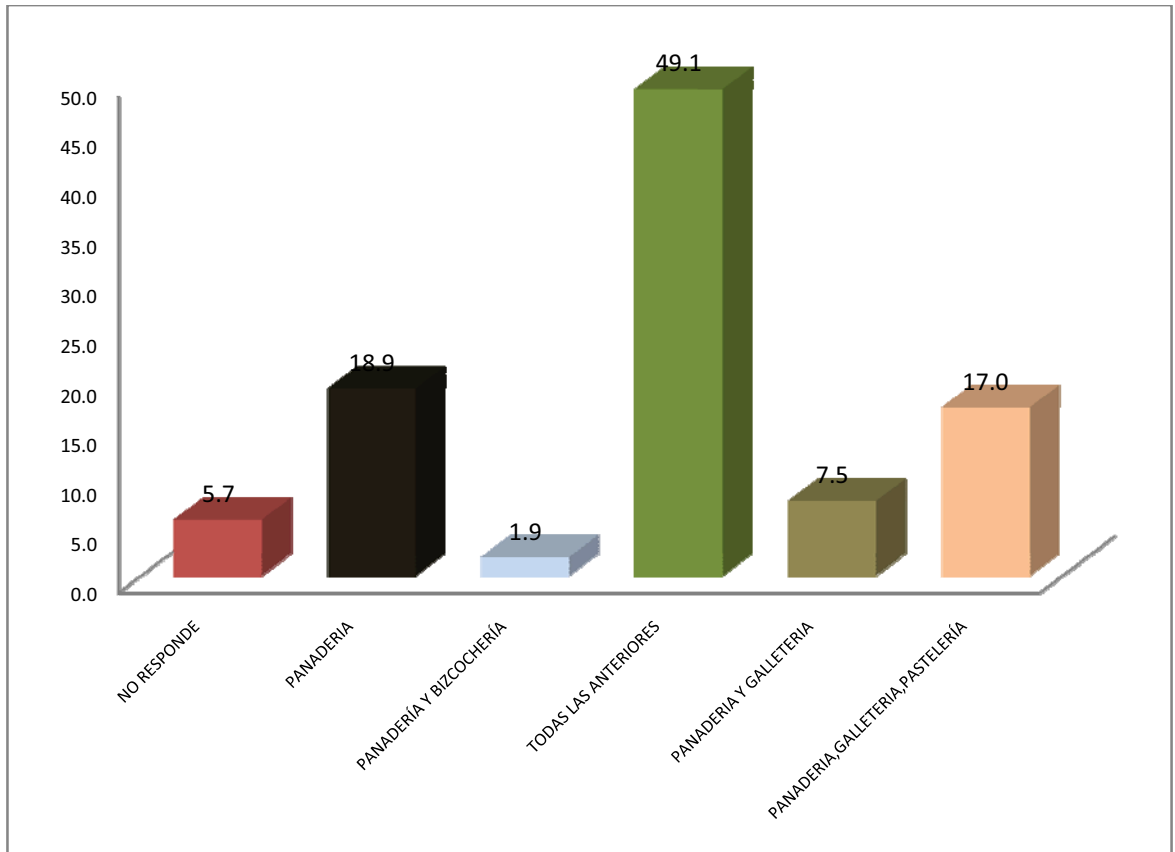


## 7.2 IDENTIFICAR LOS TIPOS DE PANADERÍA TRADICIONAL EXISTENTES EN LA CIUDAD DE MANIZALES

### 7.2.1 PRODUCTOS DE PANADERÍA

En la panadería tradicional de la ciudad de Manizales, el 18.9% de los encuestados vende solo productos de panadería, el 17% tiene en el negocio de panadería y lo alternan con, galletería y pastelería, el 7.5% vende panadería y galletería, el 1.9% vende panadería y bizcochería y el 49.1% vende en su establecimiento panadería, bizcochería, galletería y pastelería. El 5.7% de la encuesta no aplica.

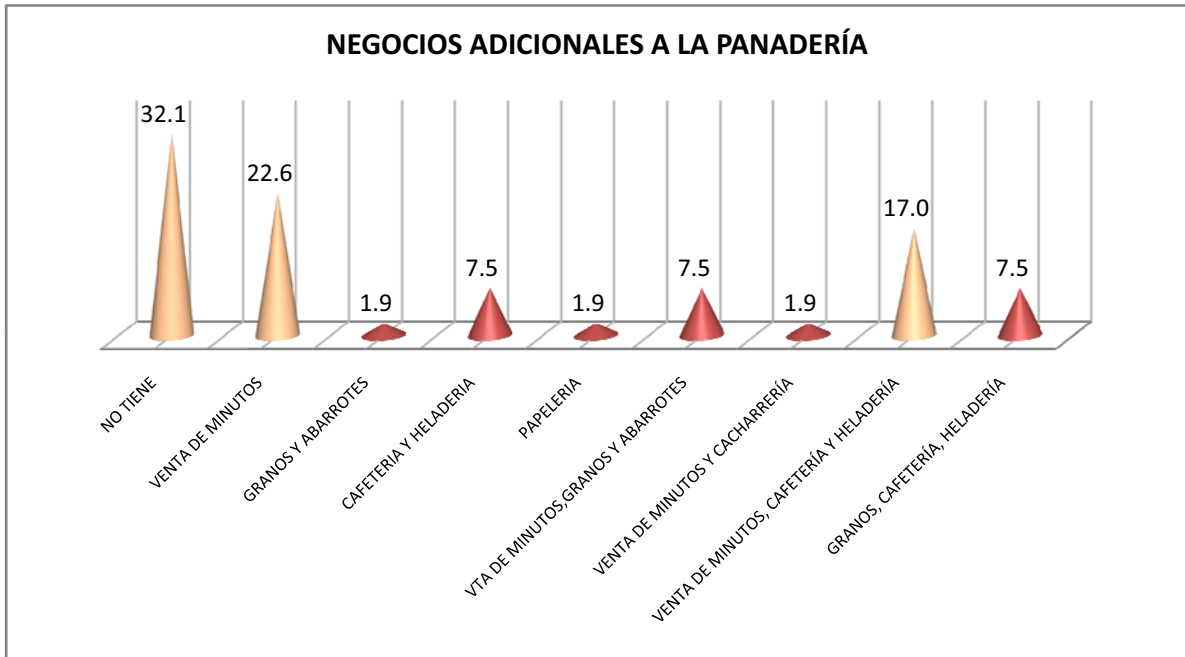
**GRÁFICA No. 8 PRODUCTOS DE PANADERÍA**



### **7.2.2 NEGOCIOS ADICIONALES DE LA PANADERÍA**

El 32.1% de los establecimientos de panadería tradicional de la ciudad de Manizales, no tiene negocios adicionales en el mismo, el 22.6% tiene una venta de minutos y lo hacen como una entrada económica más, además de afirmar que de esta manera su clientela se puede antojar y comprar lo que no tenía en mente adquirir, y el 17% tiene venta de minutos, cafetería y heladería, es la conjugación de varios negocios en uno solo. El 7.5% además de panadería vende, o solo cafetería y heladería, o solo venta de minutos, granos y abarrotos, o granos cafetería y heladería. El 1.9% alterno a la panadería vende, o solo granos y abarrotos, o solo papelería, o granos, cafetería y heladería.

**GRÁFICA No. 9 NEGOCIOS ADICIONALES A LA PANADERÍA TRADICIONAL**

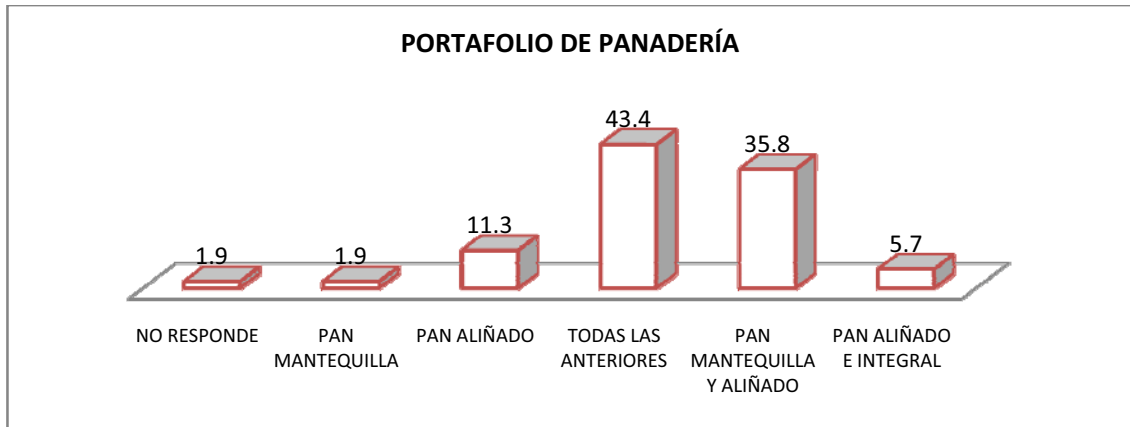


### **7.3 RELACIONAR EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS DE LA PANADERÍA TRADICIONAL DE LA CIUDAD DE MANIZALES**

#### **7.3.1 PORTAFOLIO DE PRODUCTOS DE PANADERÍA**

El portafolio de productos para la muestra seleccionada se encuentra dividido. El 43.4% de las panaderías tradicionales, vende pan mantequilla, pan aliñado y pan integral; seguido de un 35.8% que vende pan mantequilla y pan aliñado, el 11.3% vende solo pan aliñado y el 5.7% vende pan aliñado y pan integral. El 1.9% vende solo pan mantequilla o no aplica.

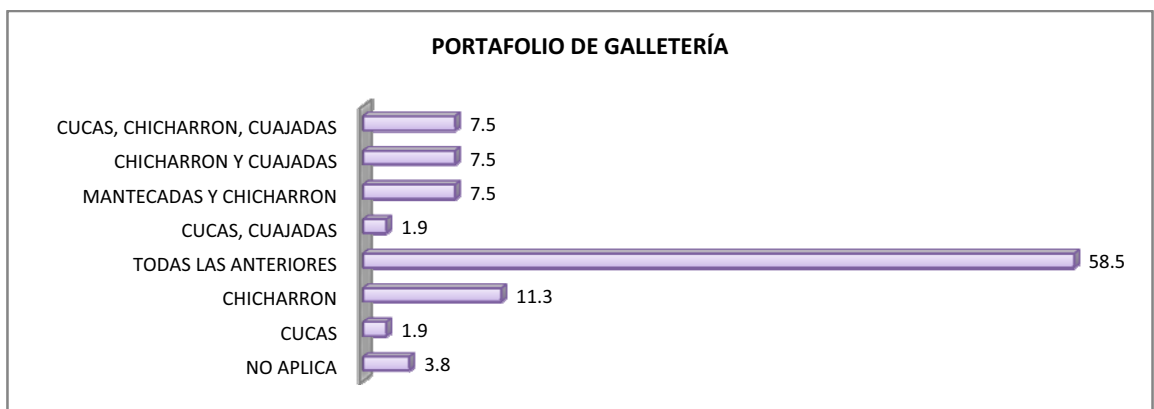
**GRÁFICA No. 10 PORTAFOLIO DE PANADERÍA**



### 7.3.2 PORTAFOLIO DE GALLETERÍA

El 58.5% de las panaderías tradicionales, venden cucas, chicharrón, cuajadas y mantecadas como productos de galletería, seguido de un 11.3% que vende solo chicharrón, con el 7.5% respectivamente se encuentran las mantecadas chicharrón; con igual porcentaje los que venden chicharrón y cuajadas. El 1.9% vende o cocas o cuajadas, el 3.8% no aplica.

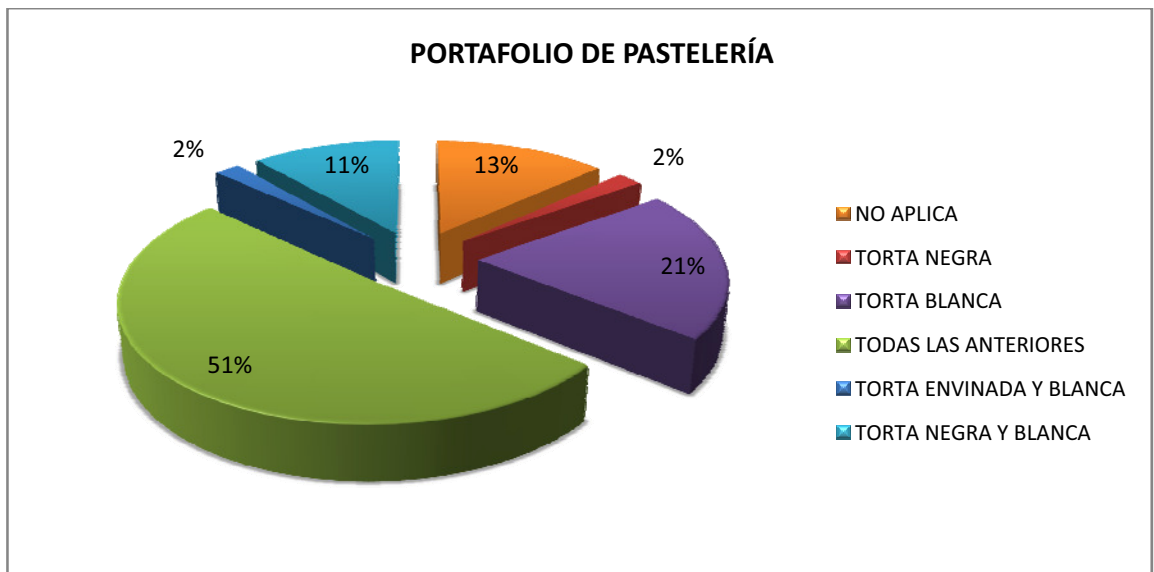
**GRÁFICA No. 11 PORTAFOLIO DE GALLETERÍA**



### 7.3.3 PORTAFOLIO DE PASTELERÍA

El 51% de las panaderías tradicionales, vende como productos de pastelería la torta negra, torta blanca y torta envinada, seguido de un 21% de los establecimientos que venden solo torta blanca, el 13% no aplica, debido a que no cuenta con este tipo de productos en su portafolio de productos y ratifican no haber recibido una demanda satisfactoria para empezar a fabricarlo. El 11% vende torta negra y blanca. Solo un 2% vende torta envinada y blanca. Y el 2% solo torta negra.

GRÁFICA No. 12 PORTAFOLIO DE PASTELERÍA



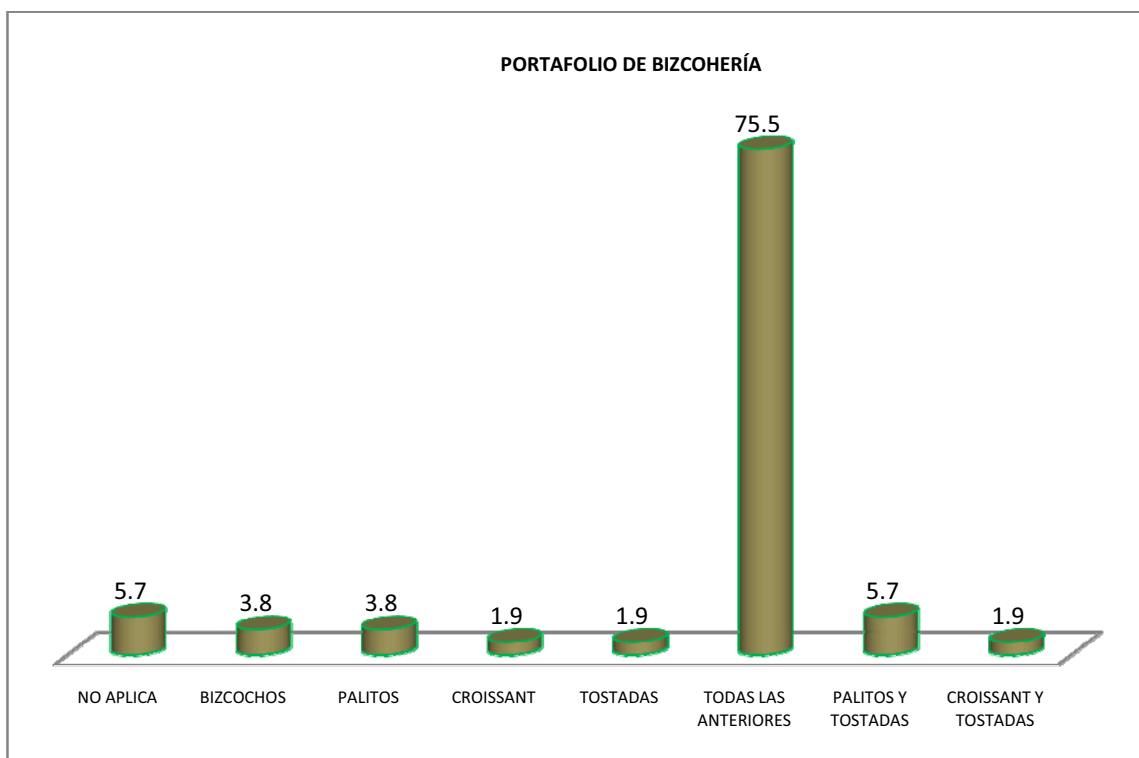
### 7.3.4 PORTAFOLIO DE BIZCOHERÍA

El 75.5% de las panaderías tradicionales, vende bizcochos, palitos, croissant, tostadas; el 5.7% vende solo palitos y tostadas; el 3.8% vende bizcochos y con



igual porcentaje se encuentran los palitos. Con el 1.9% se encuentran el croissant y las tostadas. El 5.7% no aplica.

**GRÁFICA No. 13 PORTAFOLIO DE BIZCOHERÍA**



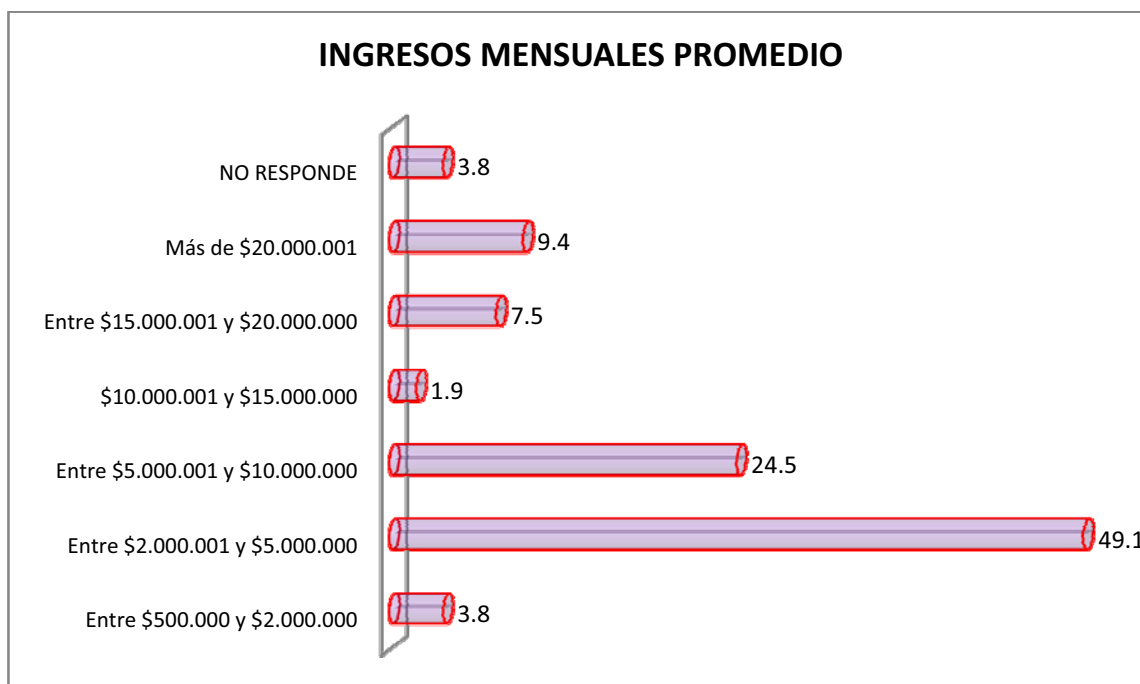
## **7.4 DESCRIBIR LOS RECURSOS FISICOS, LA TECNOLOGÍA Y LAS NECESIDADES DE LA PANADERÍA TRADICIONAL DE LA CIUDAD DE MANIZALES**

### **7.4.1 INGRESOS MENSUALES PROMEDIO**

El 49.1% de las panaderías tradicionales, tiene ingresos entre \$2.000.001 y \$5.000.000, seguido de un 24.5% con ingresos entre \$5.000.001 y \$10.000.000,

el 9.4% ingresos por más de \$20.000.001, el 7.5% tiene ingresos entre \$15.000.001 y \$20.000.000, el 3.8% entre \$500.001 y \$2.000.000 y solo el 1.9% entre \$10.000.001 y \$15.000.000.

**GRÁFICA No. 14 INGRESOS MENSUALES PROMEDIO**

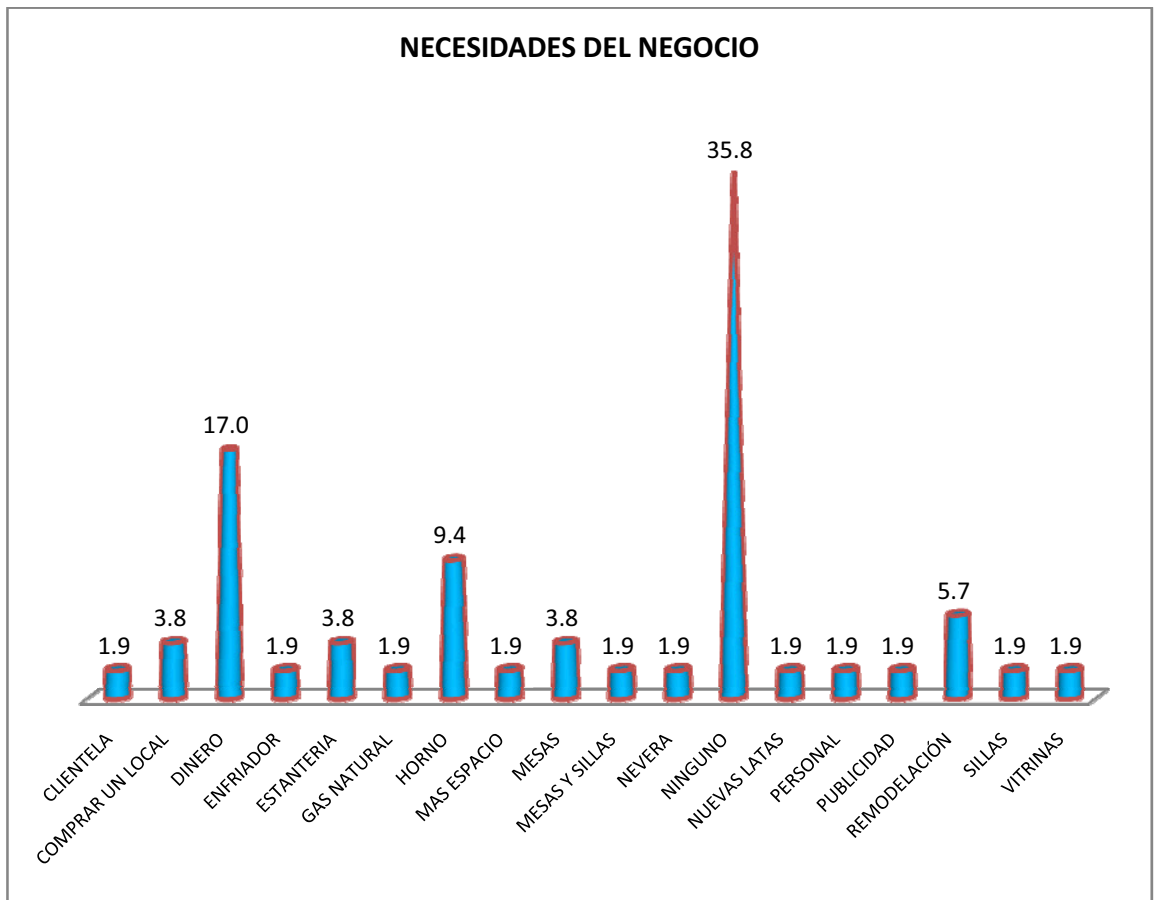


#### 7.4.2 NECESIDADES DE LA PANADERÍA TRADICIONAL DE LA CIUDAD DE MANIZALES

El 35.8% de las panaderías tradicionales, responde no tener ninguna necesidad a corto plazo, se sienten satisfechos con el negocio que tienen hasta el momento y sus clientes así lo confirman, para el 17% su necesidad es dinero, sin determinar para que lo necesitan específicamente, pero convencidos que su uso se verá reflejado en el negocio y en la comodidad de sus clientes, para el 9.4% necesitan comprar un horno, pues consideran que el existente es obsoleto, deseando entrar en las nuevas tecnologías, para el 5.7%

remodelación del local o del espacio de trabajo, pues es una visión mas de crecimiento y expansión del negocio como tal. El 3.8% de los encuestados solo necesitan comprar un local, una estantería, o mesas.

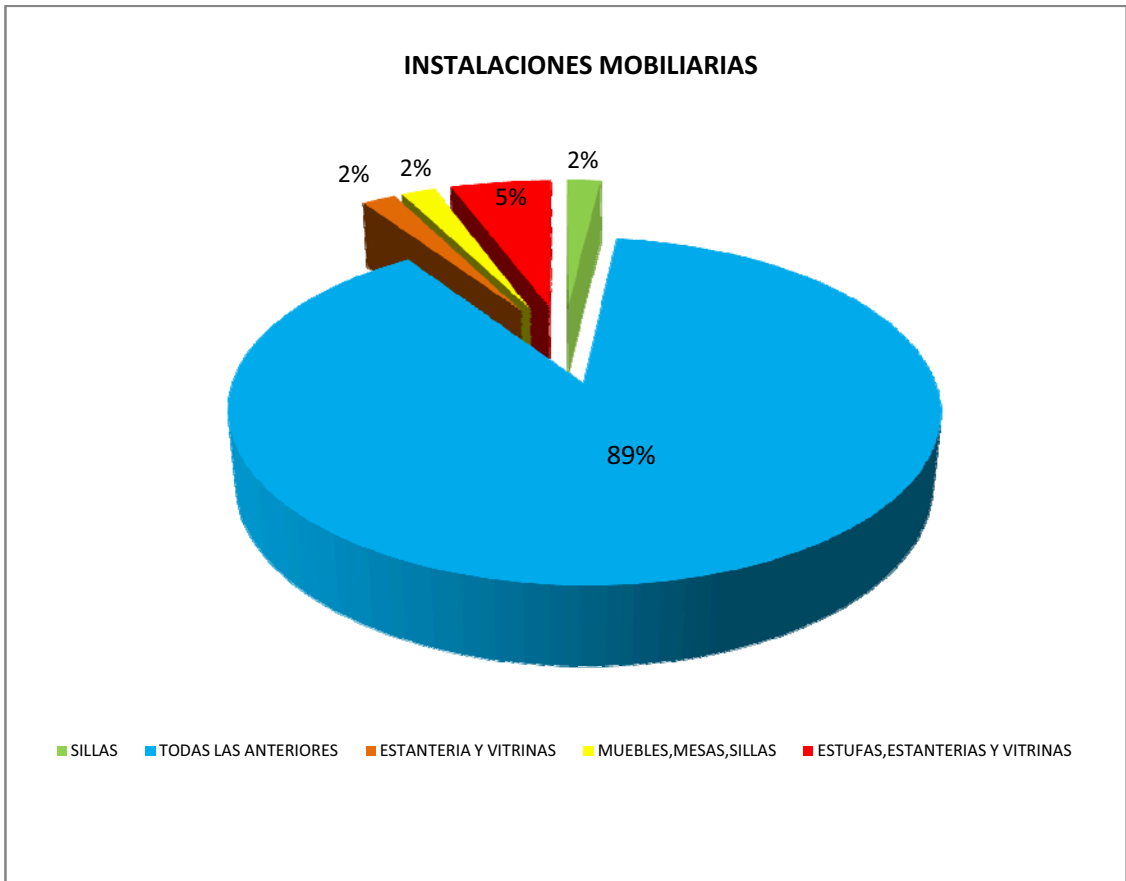
**GRÁFICA No. 15 NECESIDADES DEL NEGOCIO**



### 7.4.3 INSTALACIONES MOBILIARIAS

El 89% de las panaderías tradicionales, cuentan con muebles de cocina, mesas, estantería, vitrinas y sillas; el 5% tiene solo estufas, estanterías y vitrinas, el 2% posee solo estanterías y vitrinas, el 2% solo muebles, mesas y sillas y el 2% restante, cuenta con solo sillas.

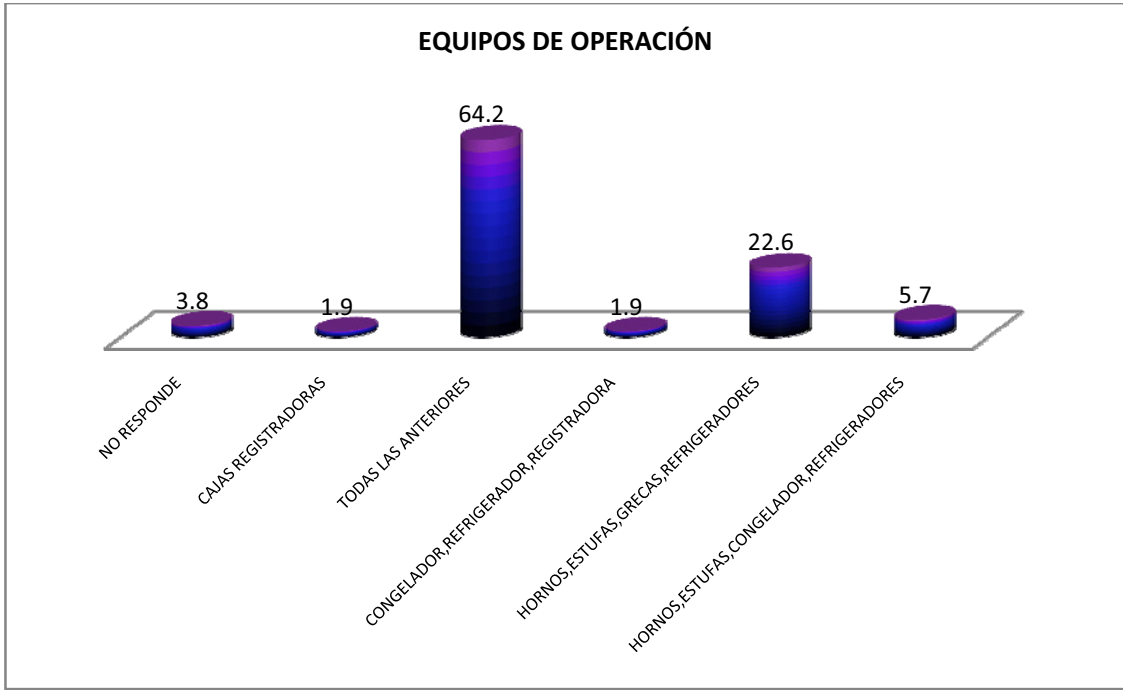
**GRÁFICA No. 16 INSTALACIONES MOBILIARIAS**



#### **7.4.4 EQUIPOS DE OPERACIÓN**

El 64.2% cuenta en su establecimiento con hornos, estufas, cafeteras o grecas, congeladores, refrigerados y cajas registradoras, seguido de un 22.6% que solo cuenta con hornos, estufas, grecas, refrigeradores. El 5.7% cuenta con hornos, estufas, congelador y refrigerador.

**GRÁFICA No. 17 EQUIPOS DE OPERACION**



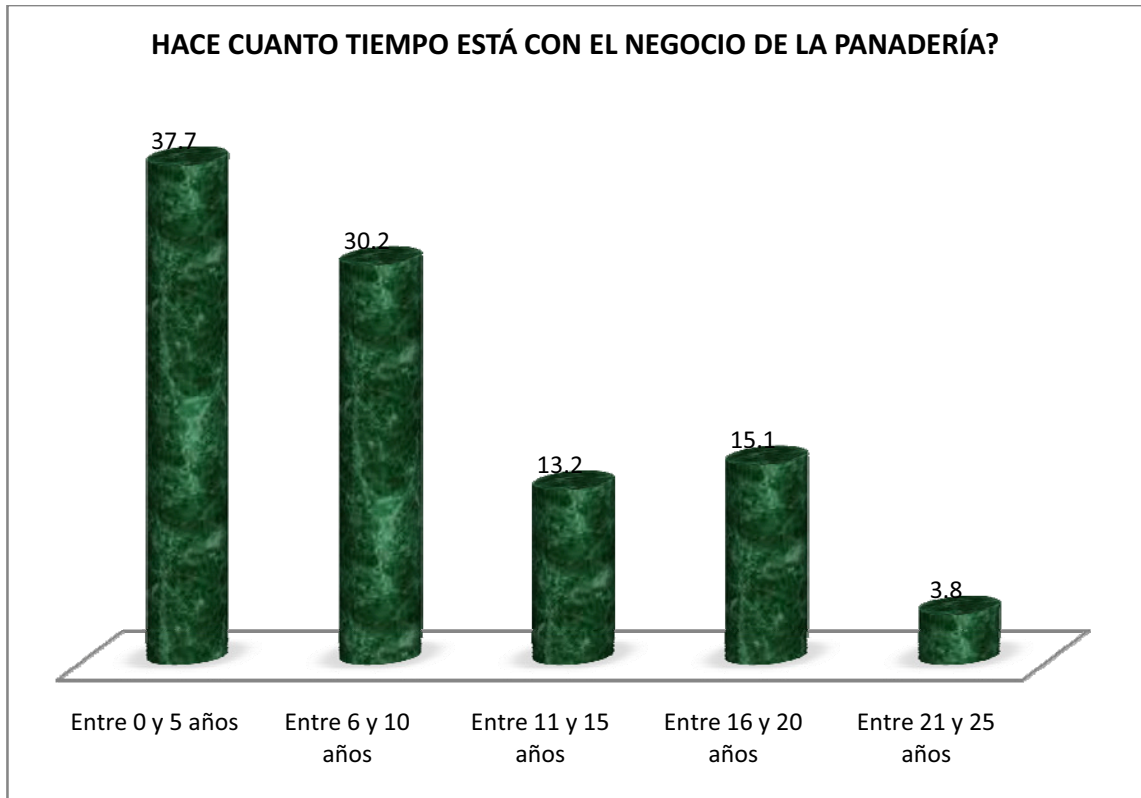
## **7.5 DETERMINAR LA RAZON POR LA CUAL EL PANADERO EJERCE SU PROFESION EN LA PANADERÍA TRADICIONAL DE LA CIUDAD DE MANIZALES**

### **7.5.1 NEGOCIO DE LA PANADERÍA TRADICIONAL**

El 37.7% de los encuestados tienen el negocio en promedio entre 0 y 5 años, el 30.2% entre 6 y 10 años, el 15.1% entre 16 y 20 años, el 13.2% entre 11 y 15 años y el 3.8 entre 21 y 25 años.

Por tanto el promedio de edad de las panaderías de la ciudad de Manizales está entre 0 y 5 años.

**GRÁFICA No. 18 TIEMPO CON EL NEGOCIO DE LA PANADERÍA**

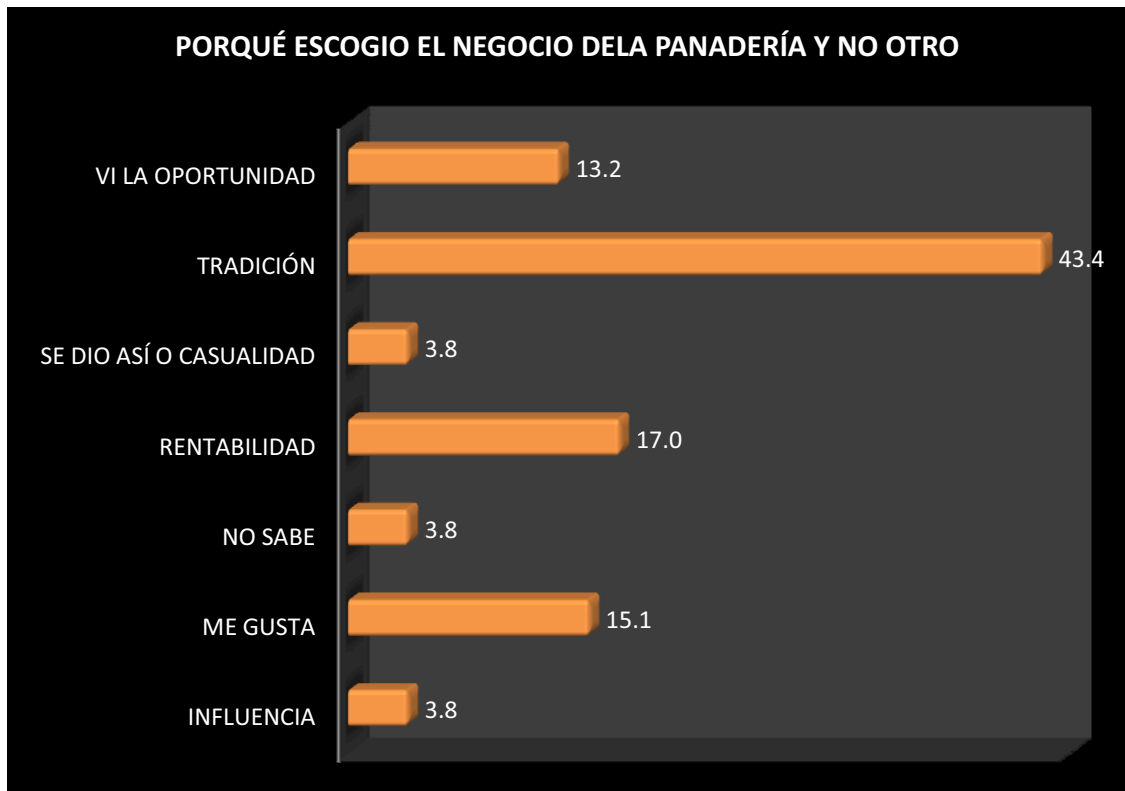


### **7.5.2 VISION – ELECCION DE NEGOCIO FRENTE A OTROS**

El 43.4% por tradición, el 17% por rentabilidad, el 13.2% porque vio la oportunidad y la provecho, las personas que montaron el negocio porque les gusta la actividad tienen una participación del 15.1%, el 3.8% por influencias y con igual porcentaje están las personas que no sabrían explicar el porqué se decidieron por este tipo de negocio y los que lo tienen por casualidad.

En muchos casos se tiene este tipo de negocio por que se tienen antecedentes de familiares propietarios o trabajadores en panaderías, lo que influye en gran parte a tomar la decisión de tener este establecimiento.

**GRÁFICA No. 19 ELECCION DEL NEGOCIO FRENTE A OTROS.**



### **7.5.3 VISION DE NEGOCIO A UN AÑO**

El 50.9% piensa que su negocio va acrecer más, el 13.2% que se incrementaran las ventas, el 3.8% desea aumentar sus productos, con igual porcentaje se encuentran las panaderías que desean mejorar sus productos y mayor prosperidad; el 7.5% es muy pesimista debido a la situación económica que se esta viviendo actualmente y porque sus ventas han disminuido considerablemente; el 5.7% considera que seguirán igual a como se encuentran actualmente.

**GRÁFICA No. 20 VISION DE NEGOCIO A UN AÑO**



#### **7.5.4 INICIO DEL NEGOCIO DE LA PANADERÍA**

Para conservar el negocio sus propietarios han trabajado con mucho empeño con una participación del 43.3%, el 9.4% lo conserva por la calidad de sus productos, con igual porcentaje de participación se encuentran las personas



que consideran que trabajando se logra el objetivo, el 5.7% lo conserva con buena atención de sus clientes.

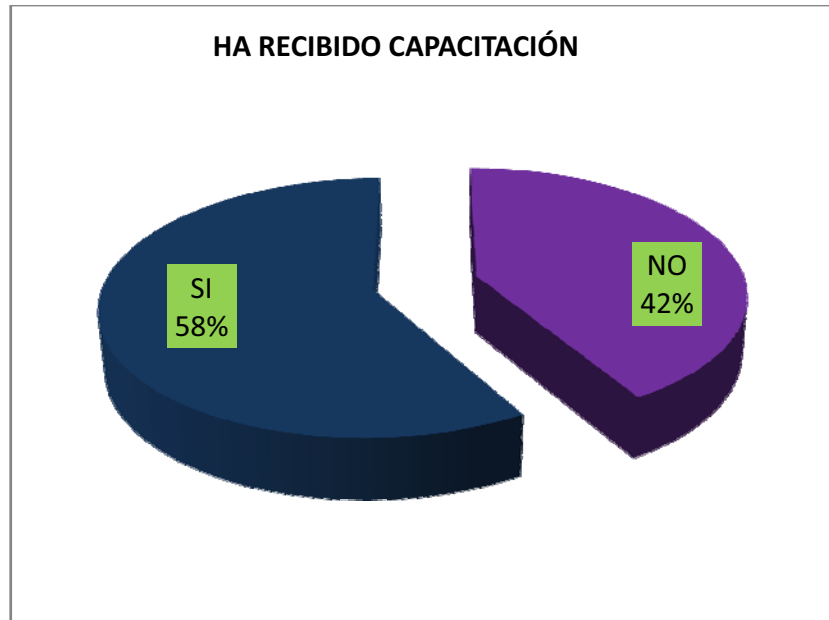
**GRÁFICA No. 21 INICIO DEL NEGOCIO Y ACCIONES PARA CONSERVARLO**



### 7.5.5 CAPACITACIÓN SOBRE LA PRODUCCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE LA PANADERÍA TRADICIONAL

El 58% de los encuestados si ha recibido capacitaciones, por parte de entidades públicas como el Sena o programas creados para este tipo de microempresas. También en cursos a nivel técnico. Seguido de un 42% que no las ha recibido, o que empíricamente realiza esta labor o por tradición familiar.

**GRÁFICA No. 22 HA RECIBIDO CAPACITACION SOBRE PANADERIA**



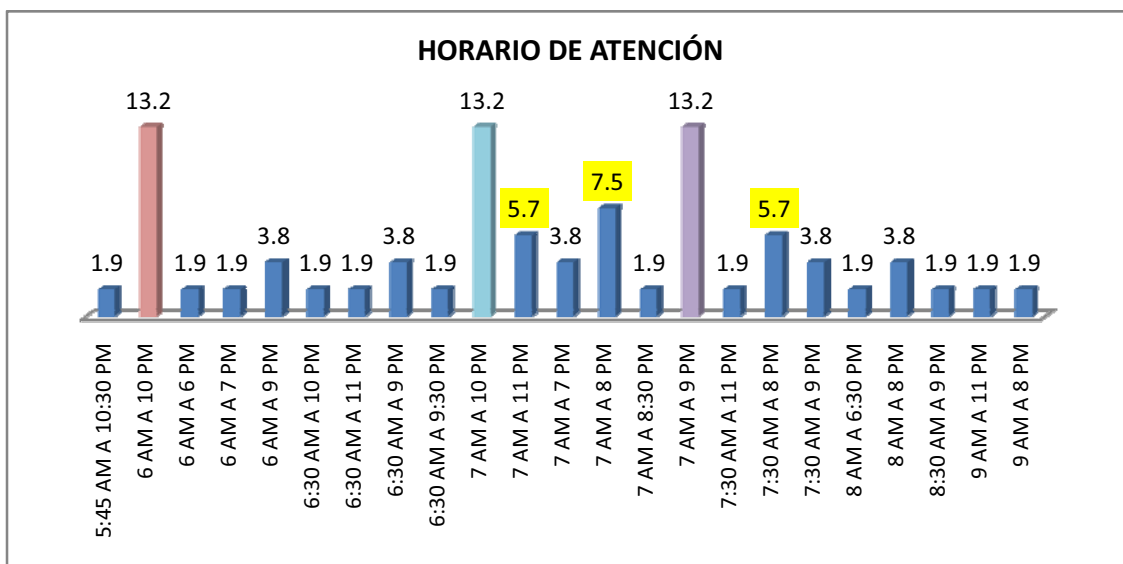
## **7.6 CONOCER LA FORMA EN QUE A TRAVES DE LA PANADERIA TRADICIONAL DE LA CIUDAD DE MANIZALES SE IMPLEMENTAN LAS ESTRATEGIAS Y LOS PROGRAMAS DE MARKETING**

### **7.6.1 HORARIO DE ATENCIÓN**

El 13.2% de los encuestados abre las panaderías tradicionales desde las 6:00 am y trabaja hasta las 10:00 pm; con igual porcentaje se encuentran las personas que abren sus negocios desde las 7:00 am hasta las 10:00 pm y desde las 7:00 am y las 9:00 pm.

Cabe resaltar que el horario de atención en las panaderías es tradicionales es muy variado pero se debe destacar que en un porcentaje promedio de 56.6% abren entre las 7:00 am y las 7:30 am y cierran entre las 8:00 pm y 11:00 pm.

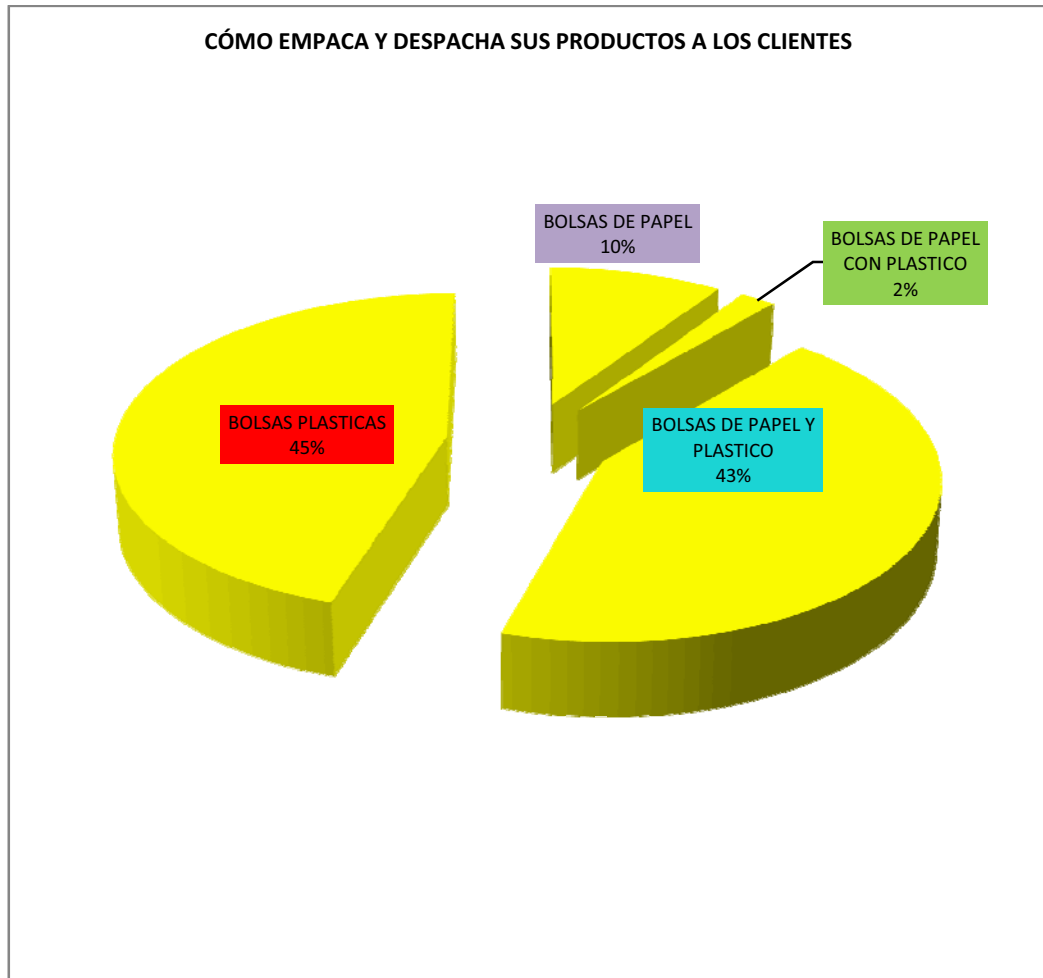
**GRAFICA No. 23 HORARIO DE ATENCION DE LAS PANADERIAS TRADICIONALES**



### 7.6.2 EMPAQUE Y DESPACHO DEL PRODUCTO

El empaque del producto en las panaderías tradicionales de la ciudad hace parte complementaria del mismo, con el afán de sobresalir ante la competencia, marcan sus bolsas plásticas lo que aparentemente les incrementa el costo del producto y que en última instancia es asumido por el cliente final, es decir le dan categoría a su establecimiento y a su clientela con un mínimo de inversión. Se encontró que el 45% de los encuestado confirma que el empaque de sus productos lo realizan en bolsas plásticas, seguido de un 43% que empaican en bolsas de papel y plástico, el 10% lo hace en bolsas de papel, teniendo en cuenta que afirman que es una envoltura poco utilizada y con tendencia desaparecer por su alta diferencia en costos frente a la plástica y la no reutilización de la misma, y el 2% en bolsas de papel dentro de una plástica cuando se venden o empaican muchos productos, cuando el producto está muy caliente o si el cliente así lo exige .

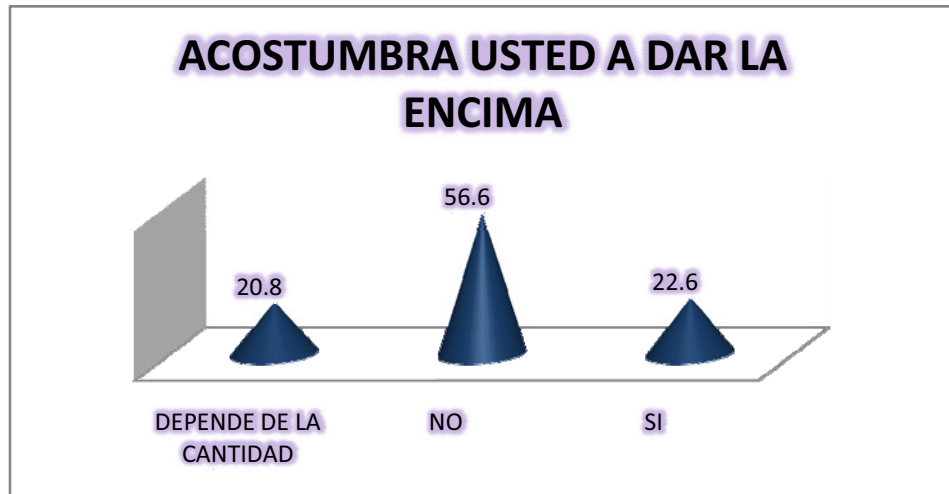
**GRAFICA No. 24 COMO EMPACAN Y DESPACHAN LOS PRODUCTOS EN LAS PANADERIAS TRADICIONALES**



### **7.6.3 SERVICIO AL CLIENTE - ACOSTUMBRA USTED A DAR ENCIMA**

No es desconocida por el comercio nacional la crisis económica que se vive en la actualidad, frente a este panorama el 56.6% de las panaderías tradicionales no da encima por las compras realizadas, el 22.6% si realiza esta práctica pero no de manera constante y el 20.8% entrega encima dependiendo de la cantidad y costo del producto adquirido.

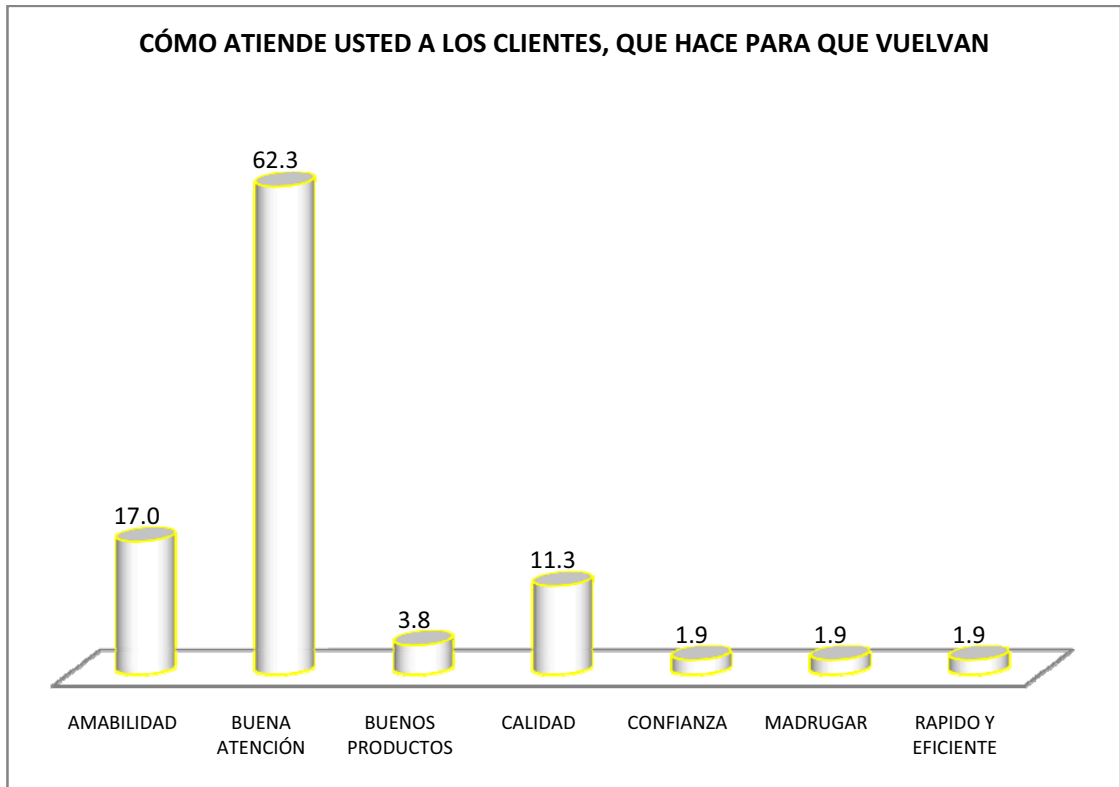
**GRAFICA No. 25 SERVICIO AL CLIENTE-ACOSTUMBRA A DAR LA ENCIMA**



#### **7.6.4 ATENCION AL CLIENTE QUE HACE QUE VUELVAN A COMPRAR**

Se pudo identificar que el 62.3% de los encuestados realiza una práctica de buena atención a sus clientes en las panaderías tradicionales con el fin de lograr engancharlos para que realicen sus compras en el negocio, que ellos regresen y se sientan satisfechos, el 17% de los empleados de las panaderías tradicionales trata a sus clientes con amabilidad ya que consideran que es la actitud apropiada para con ellos, el 11.3% atiende a sus clientes con calidad en el servicio y producto, el 3.8% atienden a sus clientes garantizándoles que son buenos productos los que se ofrecen, y el 1.9% atienden a sus clientes brindándoles confianza; madrugando a la apertura del negocio para que sus clientes sepan que es un negocio donde todo lo hay fresco y desde muy temprano; y siendo rápidos y eficientes en sus productos y servicios .

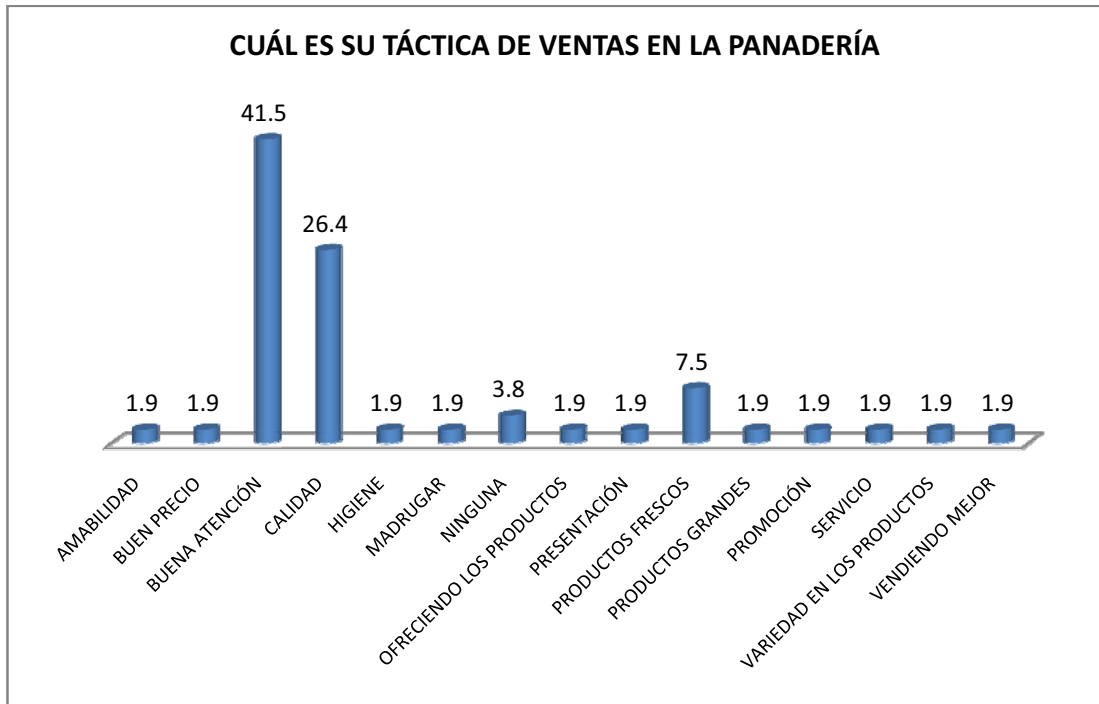
**GRAFICA No. 26 COMO ATIENDEN A LOS CLIENTES EN LAS PANADERIAS TRADICIONALES**



### **7.6.5 TÁCTICA DE VENTAS EN LA PANADERÍA TRADICIONAL**

El 41.5% de los encuestados tiene como táctica de ventas en las panaderías tradicionales la buena atención a sus clientes, el 26.4% aplican como táctica vender productos de muy buena calidad, el 7.5% vender productos frescos, el 3.8% no aplican ninguna practica, y el 1.9% aplican como táctica de ventas: Amabilidad, buen precio, higiene, madrugar a abrir el establecimiento, ofreciendo los productos a su clientela, la presentación de los productos, fabricando y ofreciendo productos grandes, promocionando en ocasiones, buen servicio, variedad en sus productos, vendiendo mejor.

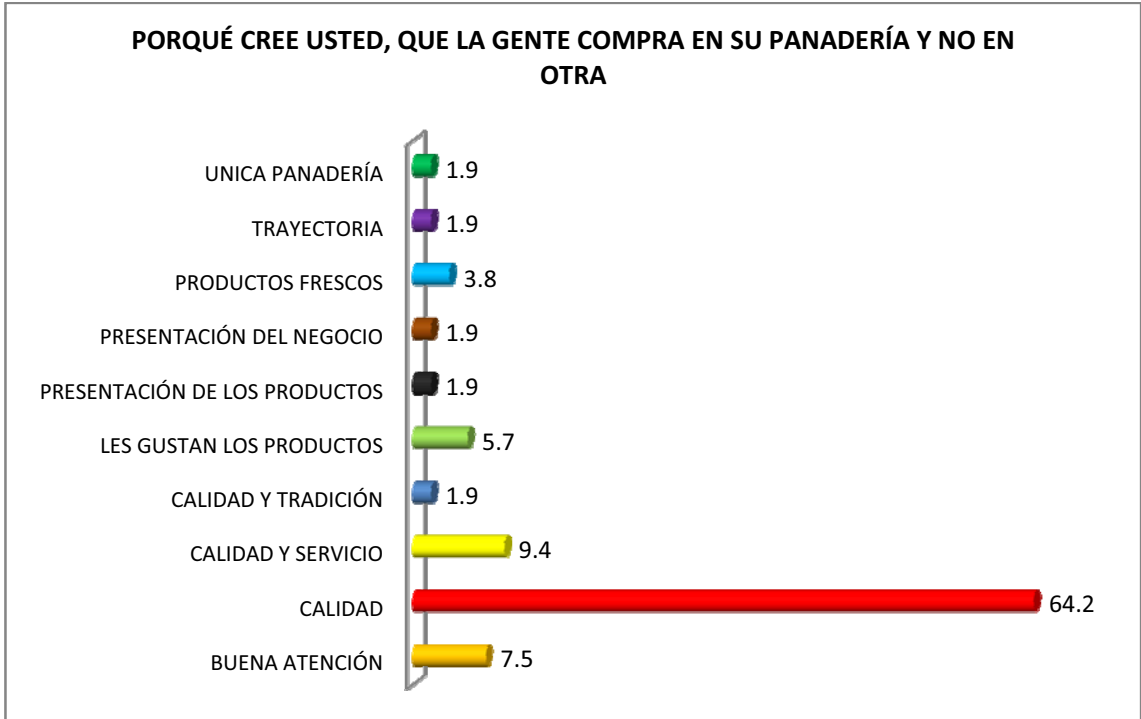
**GRAFICA No. 27 CUAL ES LA TACTICA DE VENTAS EN LA PANADERIA TRADICIONAL**



#### **7.6.6 PORQUÉ LA GENTE COMPRA EN SU PANADERÍA Y NO EN OTRA**

El 64.2% consideran que las personas compran en su panadería y no en otra por la calidad de sus productos, el 9.4% por la calidad y el servicio prestado, el 7.5% por la buena atención que brindan a sus clientes, el 5.7% por que le gustan los productos fabricados en dicha panadería, el 3.8% porque los productos son frescos, y el 1.9% porque es la panadería más cerca a los habitantes, por la trayectoria que poseen, por la presentación agradable que el negocio muestra a sus clientes, por la presentación de los productos, por calidad y tradición.

**GRAFICA No.28 POR QUE CREE USTED QUE LA GENTE COMPRA EN SU PANADERIA Y NO EN OTRA**

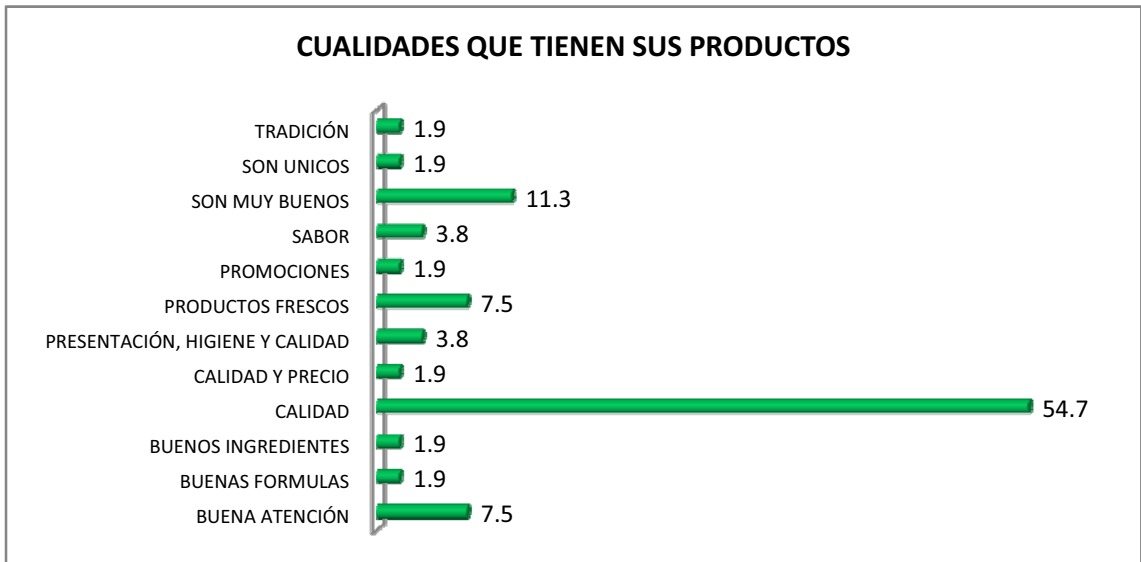


**7.6.7 CUALIDADES QUE TIENEN LOS PRODUCTOS DE PANADERÍA TRDICIONAL Y QUE LOS HACEN ÚNICOS**

El 54.7% de los encuestados consideran que la principal cualidad de sus productos es la calidad, el 11.3% afirma que son muy buenos sus productos, el 7.5% tiene como cualidad la buena atención a sus clientes y productos frescos, el 3.8% sabor agradable, buena presentación, higiene y calidad, y el 1.9% consideran que las cualidades son tradición, poseer productos único, realizan promociones, la calidad y el precio son accequibles a los consumidores, utilizan buenos ingredientes y formulas de elaboración de sus productos.



**GRAFICA No. 29 CUALIDADES DE LOS PRODUCTOS DE LAS PANADERIAS TRADICIONALES**

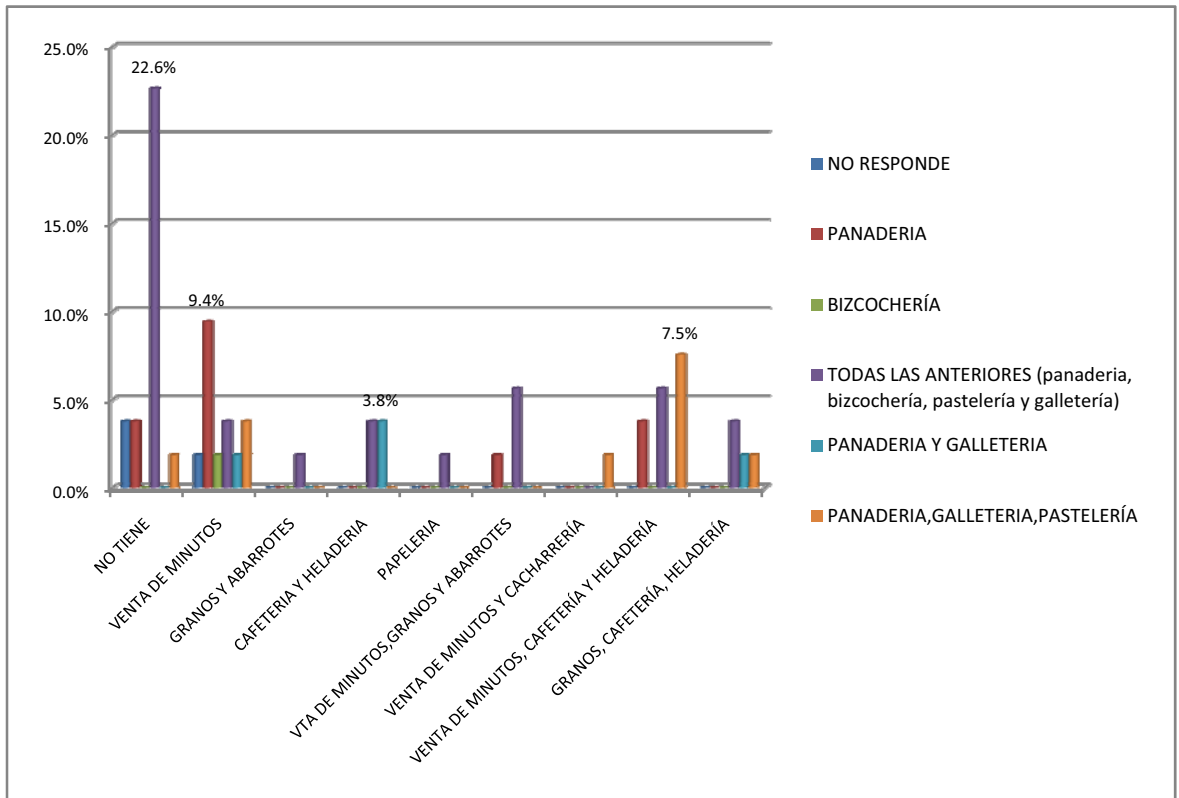


## 7.7 CRUCE DE VARIABLES

### 7.7.1 PRODUCTOS Y NEGOCIOS ADICIONALES A LA PANADERÍA TRADICIONAL

El 22.6% de de los establecimientos no tiene negocios adicionales, mientras que el 9.4% de las panaderías tradicionales tienen venta de minutos, el 7.5% de los establecimientos que venden productos de panadería, galletería y pastelería tiene venta de minutos, cafetería y heladería como negocio adicional. El 3.8% de los establecimientos que tienen panadería y galletería también tienen un negocio adicional de cafetería y heladería.

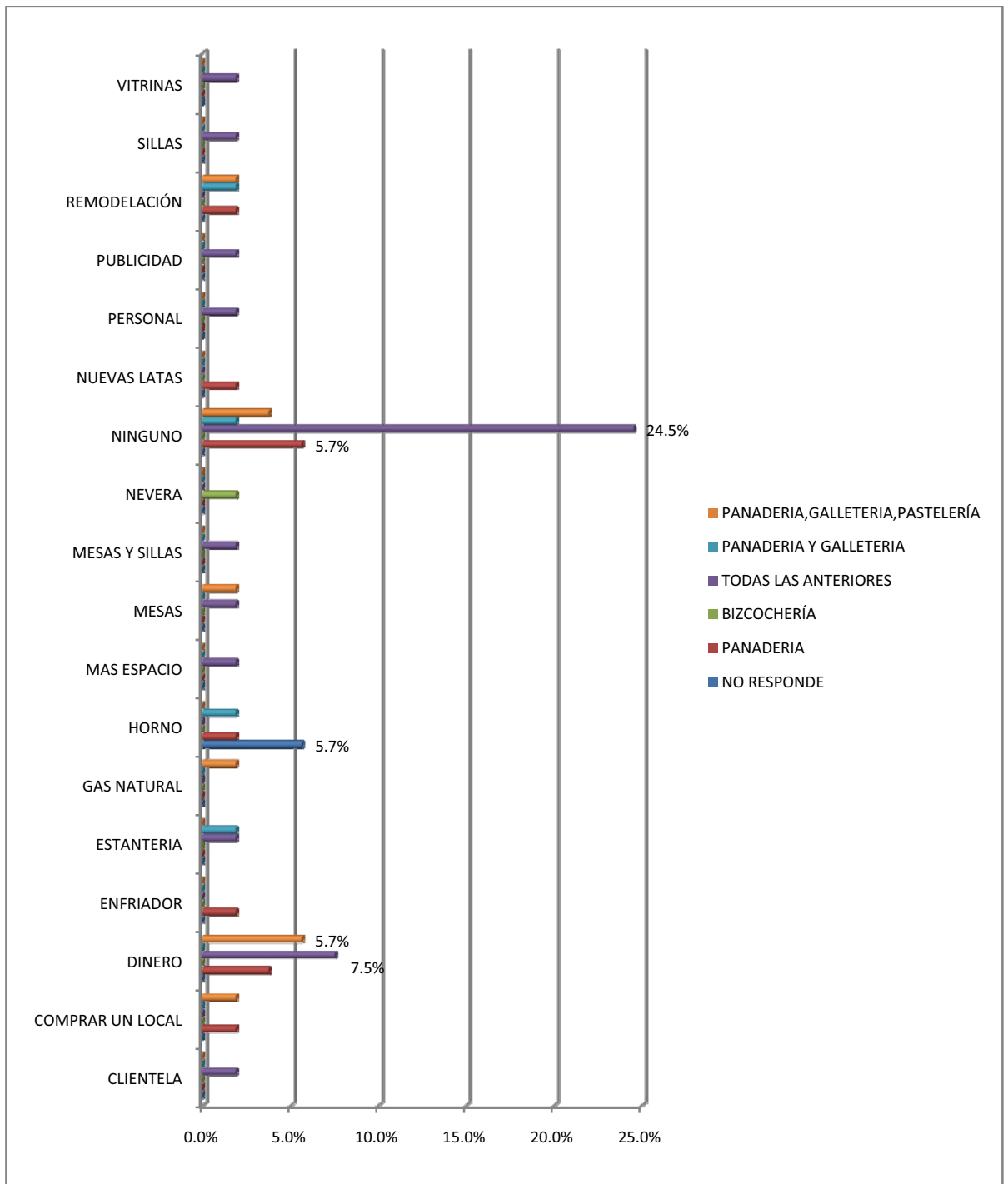
**GRAFICA No. 30 PRODUCTOS Y NEGOCIOS ADICIONALES EN LA PANADERIA RADICIONAL**



**7.7.2 PRODUCTOS DE LA PANADERÍA TRADICIONAL \* NECESIDADES DEL NEGOCIO**

El 24.5% de los establecimientos que venden productos de panadería, galletería, pastelería y bizcochería (todas las anteriores) no tienen ninguna necesidades económicas en el momento, mientras que el 7.5% de estos mismos establecimientos tienen requerimientos de dinero (préstamo); un 5.7% de los establecimientos que venden panadería, galletería y pastelería necesitan dinero para realizar adecuaciones o mejoras en su planta de trabajo.

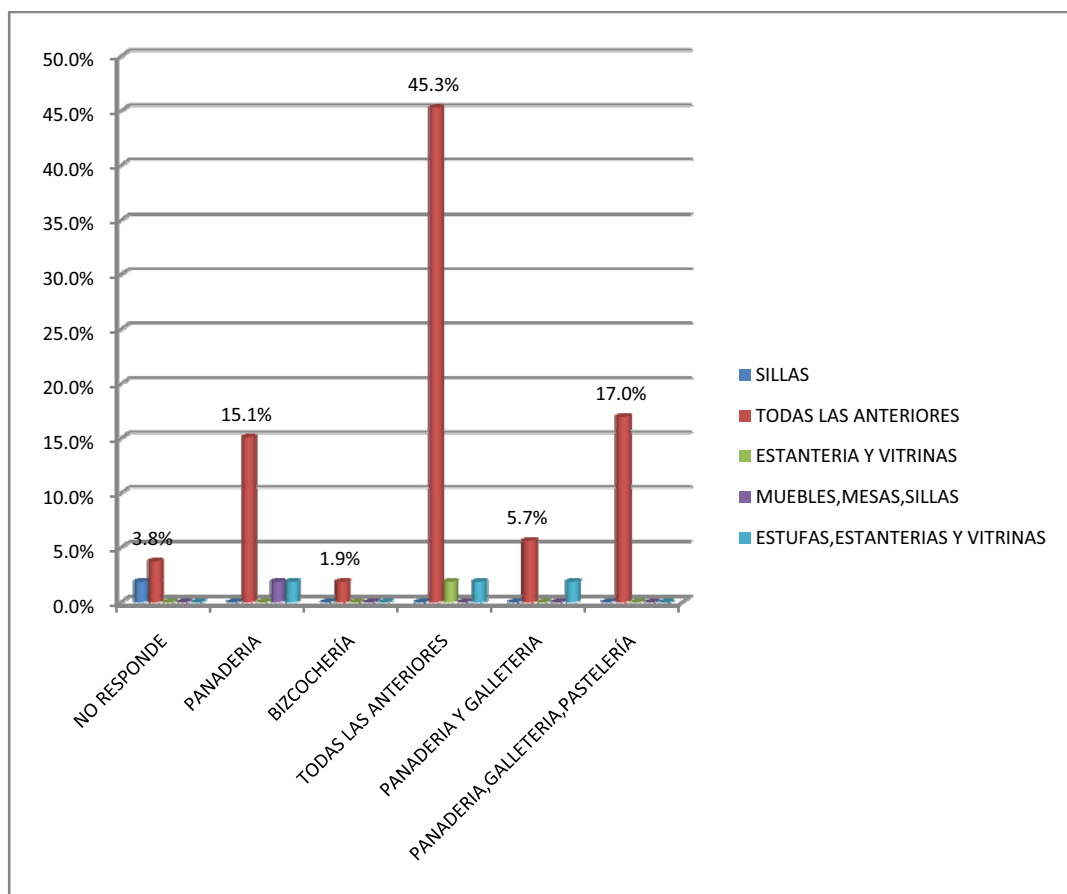
**GRAFICA No. 31 PRODUCTOS DE LA PANADERIA TRADICIONAL Y NEGOCIOS ADICIONALES**



### 7.7.3 PRODUCTOS DE PANADERIA TRADICIONAL \* INSTALACIONES MOBILIARIAS

El grafico nos muestra que las panaderías tradicionales en general cuentan con las instalaciones adecuadas es decir cumplen con las instalaciones optimas para la atención y fabricación del producto, cuentan con sillas, estanterías, vitrinas, muebles, mesas y estufas.

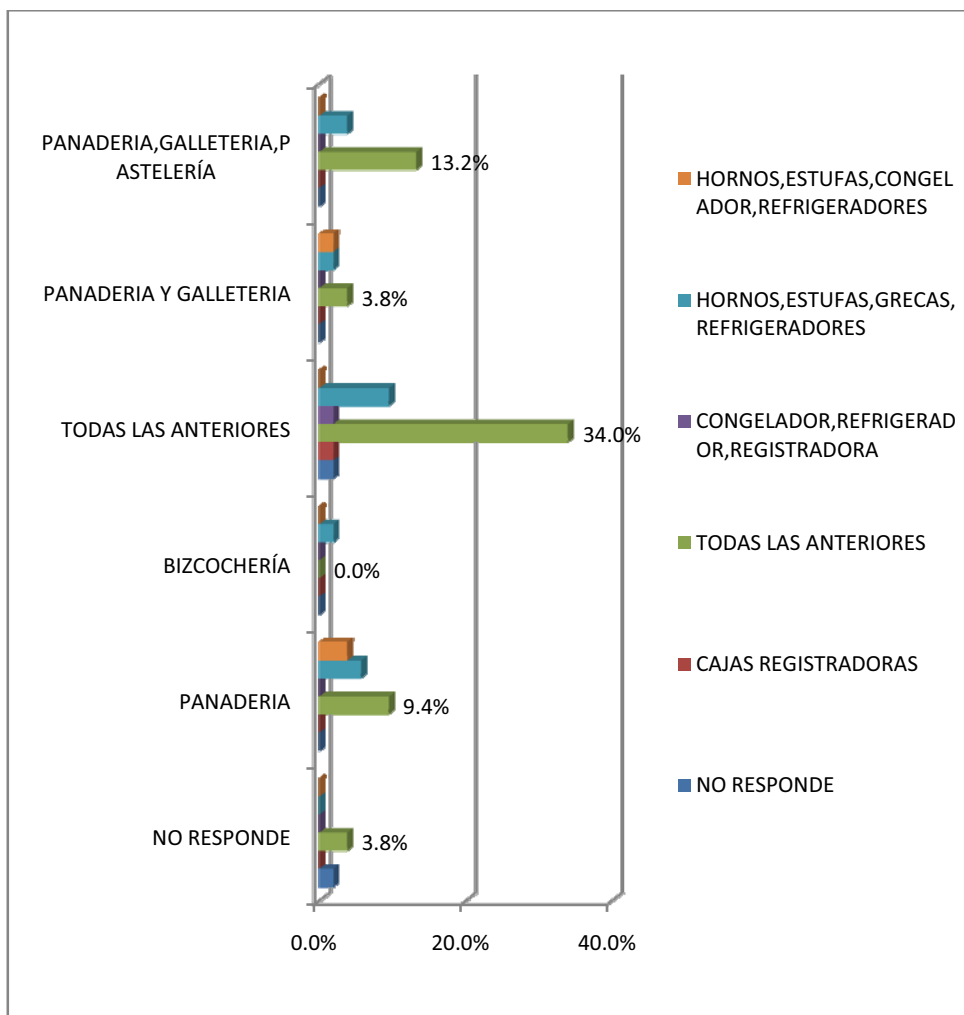
**GRAFICA No. 32 PRODUCTOS E INSTALACIONES MOBILIARIAS DE LA PANADERIA TRADICIONAL**



### 7.7.4 PRODUCTOS DE LA PANADERÍA TRADICIONAL \* EQUIPOS DE OPERACIÓN

Igual que el gráfico anterior se evidencia que los establecimientos o panaderías tradicionales cuentan con los recursos adecuados para su funcionamiento es decir, hornos, estufas, congeladores, refrigeradores, cajas registradoras y grecas

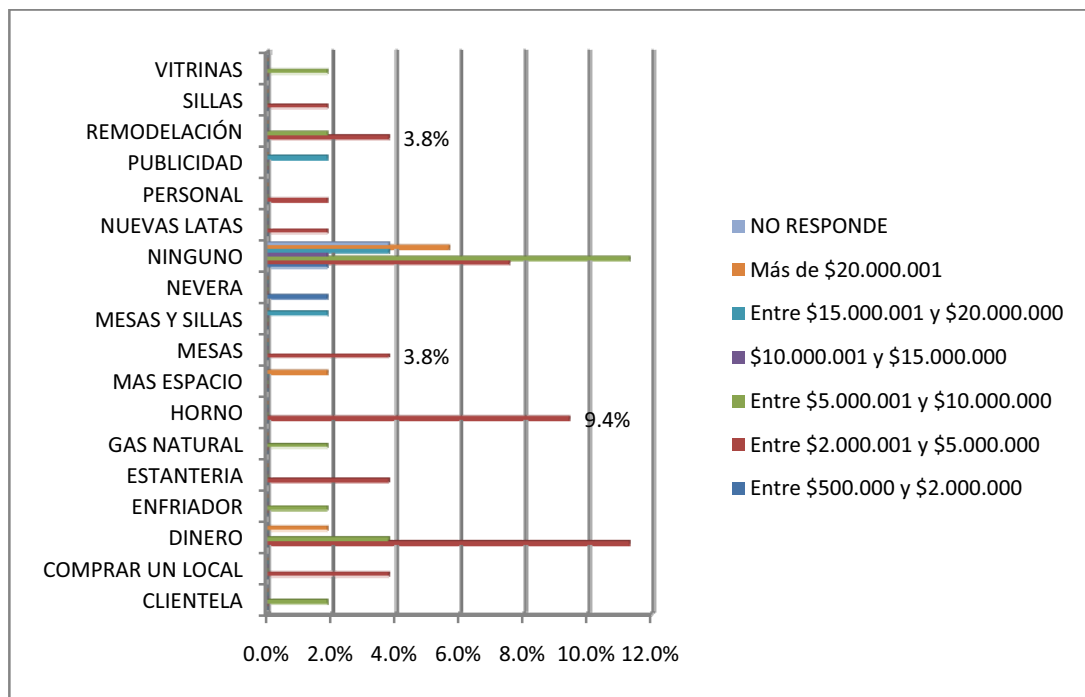
**GRAFICA No 33 PRODUCTOS Y EQUIPOS DE OPERACIÓN DE LA PANADERIA TRADICIONAL**



### 7.7.5 NECESIDADES DEL NEGOCIO \* INGRESOS MENSUALES PROMEDIO

Se evidencia como se ha mostrado en los gráficos anteriores que en un buen porcentaje de los establecimientos encuestados no se presenta ninguna necesidad. Aunque hay que resaltar de los negocios que tienen ingresos entre \$2.000.001 y \$ 5.000.000 con un 9.4% de participación necesitan comprar hornos, en este mismo grupo de establecimientos se encuentran con un 3.8% los que necesitan remodelar el local, con igual porcentaje necesitan la compra de mesas. Es muy claro que los negocios con estos ingresos son los que tienen mayores necesidades.

**GRAFICA No. 34 NECESIDADES, INGRESOS MENSUALES PROMEDIO DE LA PANADRIA TRADICIONAL**



## **8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

- En la panadería tradicional de la ciudad de Manizales, los productos son comprados prácticamente en todos los estratos sociales y a cualquier hora del día, gracias a su precio asequible, su valor nutricional y a la arraigada costumbre de su consumo.
- La panadería tradicional de la ciudad de Manizales, como negocio, se ha desarrollado principalmente como empresa familiar, con técnicas rudimentarias en sus procesos de producción y con opciones de crecimiento reducidas. Cabe aclarar, que en la ciudad se encuentran empresas de panificación con altos estándares de calidad en sus productos y servicios.
- La panadería tradicional de la ciudad de Manizales, tiene como principales clientes y consumidores, a los habitantes del barrio y del sector en que se encuentran ubicadas.
- La panadería tradicional de la ciudad de Manizales, no incrementa los precios de sus productos, así aumenten los de la materia prima por parte de sus proveedores, con el fin de no afectar el consumo por parte de sus clientes.
- La panadería tradicional de la ciudad de Manizales, busca mejorar el consumo, a través del valor agregado en el producto. No obstante algunas lo están haciendo a través de la innovación y variedad de ingredientes y la mejor forma de alcanzar ese objetivo es elaborando productos de panadería, galletería, bizcochería y pastelería que favorezcan la salud y el bolsillo del consumidor.

- Existen 185 panaderías tradicionales vigentes en la ciudad de Manizales, de las cuales 48 pertenecen al nivel socioeconómico bajo, 13 pertenecen al nivel socioeconómico medio y 7 al nivel socioeconómico alto.
- En la panadería tradicional de la ciudad de Manizales, existen en 4 tipos de panaderías de acuerdo a las ventas adicionales de productos así: La panadería cafetería, la cafetería miscelánea, la panadería tienda y abarrotes y la panadería y repostería fina.
- En la panadería tradicional de la ciudad de Manizales, hay una marcada diferencia entre las panaderías de los diferentes niveles socioeconómicos, en cuanto a disposición de recursos físicos, tecnológicos y financieros.
- En la panadería tradicional de la ciudad de Manizales, a pesar de la rentabilidad del negocio como tal, se evidencia la fuente de ingresos adicionales, percibidos por la venta de productos de consumo masivo, de aseo, de comunicación entre otros.
- Una de las grandes preocupaciones de quienes están inmersos en este negocio, es la baja participación que tiene el producto en el consumo por persona, debido a la presencia de alimentos sustitutos propios de la región como la arepa y sus derivados.
- La competencia de la panadería industrial frente a la panadería tradicional, se hace cada vez más fuerte, dada las múltiples promociones



y los precios bajos en los productos con el fin de cautivar más clientes y restarle participación al mercado del pan ofrecido en las panaderías tradicionales de la ciudad.

- Frente a la situación actual de desaceleración económica, se encontró que las panaderías de nivel socioeconómico bajo son poco ambiciosas y creativas para contrarrestar dicho fenómeno, al contrario de los establecimientos del nivel medio y alto, quienes hacen constantes promociones para incrementar las ventas.
- El panadero, a pesar de su empirismo tiene definido su norte como negocio y sabe definir precios, realizar estrategias de venta de productos y se preocupa por ofrecer un buen servicio, con calidad y atención personalizada.
- Las panaderías del nivel socioeconómico bajo, en su gran mayoría deben preocuparse por mejorar sus instalaciones locativas en cuanto a la ambientación y distribución del espacio, además de aumentar el inventario y la gama de productos, que les permita percibir ingresos mayores a los habituales.
- Se debe aprovechar la tendencia de que los consumidores quieren volver hacia la recuperación de los sabores originales, naturales y tradicionales del pan de antaño.
- La vocación del servicio al cliente debe ser siempre una constante, en procura de cautivar nuevos clientes y fidelizar los ya existentes, que permitan garantizar permanencia y crecimiento a futuro.

- Se encontró que actualmente, las panaderías no cuentan con una agremiación que las ayude y las oriente respecto a las actividades pertinentes al negocio, por lo que se recomienda recurrir a prácticas como la asociatividad, la cual lleva implícita la característica de aumentar la competitividad, brindando mejores capacidades para dar respuesta a oportunidades de negocio, que no podrían ser atendidos de forma individual, enmarcadas en la cooperación, el compromiso, la confianza, la comunicación permanente y el riesgo compartido.

## 9. BIBLIOGRAFIA

- **ANONIMO**, El lazarillo de Tormes, sus fortunas y adversidades, Publicado por Editorial Lectorum, México D.F 2000, página 51.
- **ASHTON**, John. *The History of Bread from Pre-historic to Modern Times*, 1ª edición (en inglés), Brooke house publishing co, 1904.
- **BENAVIDES**, J. (1998): *La Imagen del Comercio Minorista en España*, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid, junio.
- **BRUYERIN**, Jean-Baptiste, (1560). Apud S. Honoratum (ed.). Los libros recibaria XXII, primera edición (en francés).
- **CAPEL**, José Carlos: El pan; Editorial Monserrat, 1991.
- **DAVIDSON**, Eaton, Alan. **JAINÉ**, Tom, **SABERI**, Helen. **VANNITHONE**, Soun. Enciclopedia de los alimentos. El alimento y su compañía. Publicado por Oxford University Press, 2006.
- **DUPAIGNE**, Bernard (1999). *The History of Bread*, primera edición (en inglés), Harry N Abrams, pp. 256.
- **GOODY**, Jack. La cocina y los alimentos (Cocina, cuisine y clase, food and love). Editorial Gedisa, 1995.
- **GOMEZ**, Navarro José Luis, Historia Universal, Séptima Edición, Editorial Pearson, 2004 pagina 119.
- **GORDON**, Childe, *Los orígenes de la civilización*, México, Fondo de Cultura Económica, 1986. (Breviarios, 92)
- **HARVEY**, Lang Jenifer (2001). Prosper Montagné (ed.). *Larousse Gastronomique*, tercera (inglesa) edición (en inglés), Clarkson Potter.
- **HEINRICH**, Eduard, Jacob. Peter Reinhart Seis mil años de pan: Su Historia sagrada y pagana. Editorial Skyhorse Publishing. Nueva York 2007.

- **HENSPERGER**, Beth, Chuck Williams, Noel Barnhurst. EL Pan Editorial Simon & Schuster Source, Nueva York 2002.
- **HEUER**, Myron. «The real home of the hamburger», *Herald & Journal*, 1999-10-12. Consultado el 24/3/2008.
- **JUNKELMANN**, Marcus . «Panis militaris - La dieta de los soldados romanos o el poder puro y duro" (en inglés). Zabern, 2006.
- **KAPLAN**, Steven; Catherine Porter . *Good Bread Is Back: A Contemporary History of French Bread, the Way It Is Made, and the People Who Make It*, primera edición (en inglés), Duke University Press, 2006.
- **KOTLER**, Philip, Armostrog Gary. Fundamentos de Mercadotecnia. Editorial. Prentice Hall. Mexico 1998.
- **MALOUIN**, Paul Jacques, Descripciones de Artes y Oficios, , París, 1767. Reedición: Slatkine, Ginebra, 1984. Parcialmente reeditado bajo el título El arte de boulengeri o descripción de todos los métodos de amasado, para producir diferentes tipos de panes y pastas, Saillant y Noyon, París, 1779.
- **MARRERO**, J.L. "Apuntes para una política de comercio interior", *Distribución y Consumo*, año 6, núm. 29, agosto/septiembre, Madrid, pp. 123-129, 1996.
- **MARTINEZ**, Manuel M. *Historia de la gastronomía española*, primera edición (en español), Madrid: Alianza editorial, 1989.
- **MIRANDA**, Álvaro. Colombia la senda dorada del trigo. Episodios de molineros, pan y panaderos. Thomas de Quincey Editores Ltda. 2000 Bogotá.
- **PERCHNOK**, H. "NASA food systems Past, present, and future", *Nutrition*, Volume 18, Issue 10, págs. 913-920. *Perchonok*, Michele, Charles Bourland (Octubre de 2002)

- **PICKERING**, Paul A., Alex Tyrell (Abril de 2002). «The People's Bread: A History of the Anti-Corn Law League» **117** (471): 412-414. Oxford University Press.
- **RAMIREZ**, Carlos Martín, La Revolución Francesa y la Cultura Democrática: La sangre de la libertad, España Editores, 2002, pagina 22.
- **READ**, George (1848). G. Biggs (ed.). *A Brief History of the Bread Baking Trade from the Earliest Period to the Present Time*, primera edición (en inglés).
- **REAL ACADEMIA ESPAÑOLA**, Diccionario de la Real Academia Española, Edición 21, Editorial Espasa, 2000.
- **REBOLLO**, A. (1993): "Clasificación de las formas comerciales: el producto establecimiento", *Distribución y Consumo*, año 3, núm. 10, junio/julio, Madrid, pp. 10-18.
- **RESTREPO**, Cecilia. La alimentación en la vida cotidiana del Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario. 1653- 1773. Centro Editorial Universidad del Rosario. 2005. Bogotá.
- **RODRÍGUEZ**, I. et alter (1998): "Actitudes hacia la modernización del sector comercial minorista", *Distribución y Consumo*, año 8, núm. 39, abril/mayo, Madrid, pp. 34-43.
- **SAINZ DE VICUÑA**, J.M. (1996): *Distribución Comercial. Opciones Estratégicas*, ESIC, Madrid.
- **SALKIND**, Neil. Métodos de Investigación. Prentice Hall, México, 1998.
- **SATURNINO**, Romay; Annie Mitra (1994). *Scholastic: Pizza*, primera edición (en inglés), Scholastic Australia.
- **SHEPPARD**, Ronald, Edward Newton, "The Story of Bread", Lond. : Routledge, 1957.
- **TEJERA**, Osuna, Inmaculada: El libro del pan; Madrid: Alianza editorial, 1993.

- **TOUSSAINT**, Samat Maguelonne, Historia de los Alimentos, Primera Edición . Editorial Blackwell. Nueva York pagina 824, 1994.
- **WILFAHART**, Julius E., "A Treatise on Baking", [Fleischman Division, Standard Brands Incorporated:New York, 1907.

## REVISTAS ELECTRONICAS

- **Revista la Barra**, Edición 23. La almendra del Negocio.2009.

## REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRONICAS

- <http://www.mecaner.com.ar/nueva/articulos1.htm>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Panader%C3%ADa>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Cocci%C3%B3n\\_del\\_pan](http://es.wikipedia.org/wiki/Cocci%C3%B3n_del_pan)
- [http://sepiensa.org.mx/contenidos/historia\\_mundo/prehist/neolitico/neolit\\_7.htm](http://sepiensa.org.mx/contenidos/historia_mundo/prehist/neolitico/neolit_7.htm)
- <http://www.directoalpaladar.com/otros/pan-conoce-su-historia>
- <http://www.infopan.es/infopan/ceo-0-0/ceo-0-0-0/ceo-0-0-0-0.inf.aspx>
- <http://www.nutricionlandia.com/el-pan-en-la-antigua-grecia-1250.html>
- [http://historiasdelagastronomia.blogspot.com/2007/11/gastronomia-en-la-grecia-antigua-en\\_05.html](http://historiasdelagastronomia.blogspot.com/2007/11/gastronomia-en-la-grecia-antigua-en_05.html)
- [http://www.panaderia.us/maquinaria/industriales/hornos/pan\\_griego\\_y\\_romano/](http://www.panaderia.us/maquinaria/industriales/hornos/pan_griego_y_romano/)
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Historia\\_del\\_pan](http://es.wikipedia.org/wiki/Historia_del_pan)
- <http://www.biografiasyvidas.com/biografia/p/parmentier.htm>
- Retrato de un Caballero, disponible en <http://es.geocities.com/draconbelli/sandwich.html>
- <http://www.kelloggcompany.com/company.aspx?id=39>
- <http://www.breadworld.com/history.aspx>
- <http://www.lablaa.org/blaavirtual/historia/rehis2/rehis2i.htm>
- <http://www.historiacocina.com/paises/articulos/pancolombia.htm>
- <http://www.historiacocina.com/paises/articulos/pancolombia.htm>
- [http://www.levapan.com/serv\\_capacitacion.htm](http://www.levapan.com/serv_capacitacion.htm)
- <http://es.answers.yahoo.com/question/index?qid=20070328082455AA2uErG>
- <http://www.zonaeconomica.com/recursos-fisicos-y-o-materiales>
- <http://www.mitecnologico.com/Main/RecursosTecnologicos>
- <http://mx.answers.yahoo.com/question/index?qid=20090707110631AAYQ6KU>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Producto\\_\(marketing\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Producto_(marketing))
- <http://www.fuac.edu.co/revista/III/III/tres.pdf>

# 10. ANEXOS

## ANEXO 1.

### INSTRUMENTO DE INVESTIGACION PARA LA CARACTERIZACION DE LAS PANADERIAS TRADICIONALES DE LA CIUDAD DE MANIZALES

#### GUIA GENERAL DE ENCUESTA

Nombre de la Panadería: \_\_\_\_\_  
 Nombre del Propietario: \_\_\_\_\_  
 Fecha: \_\_\_\_\_ Dirección: \_\_\_\_\_  
 Barrio: \_\_\_\_\_ Estrato: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_  
 Género: Hombre: \_\_\_\_\_ Mujer: \_\_\_\_\_ Estado Civil: \_\_\_\_\_  
 Edad: (1) \_\_\_\_\_ 18 a 25 años (2) \_\_\_\_\_ 26 a 39 años (3) \_\_\_\_\_ 40 a 54 años (4) Más de 55 años \_\_\_\_\_  
 Nivel de Educación: \_\_\_\_\_ Lugar de Nacimiento: \_\_\_\_\_

Encuesta dirigida a hombres y mujeres propietarios de panaderías mayores de 18 años.  
 Buenos Días (tardes, noches), mi nombre es \_\_\_\_\_, en este momento estamos adelantando una investigación sobre las características de las panaderías tradicionales de Manizales y me gustaría que usted nos respondiera algunas preguntas. GRACIAS.

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	DIRECCION	BARRIO	PRODUCTOS DE Panadería				NEGOCIOS ADICIONALES EN LA Panadería								
			Panadería	GALLERIA	PASTELERIA	BIZCOCHERIA	TODAS LAS ANTERIORES	VENTA DE MINUTOS	GRANOS Y ABARROTOS	CACHARRERIA	CAFETERIA Y HELADERIA	PAPELERIA			
<b>PORTAFOLIO DE PRODUCTOS</b>															
Panadería	PAN MANTEQUILLA	PAN ALINADO	PAN INTEGRAL	TODAS LAS ANTERIORES	PAN DULCE	CUCAS	MANTECADAS	CHICHARRON	CUAJADAS	TODAS LAS ANTERIORES					
<b>REFERENCIAS DE PRODUCTOS</b>															
PASTELERIA	REPOSTERIA	TORTA NEGRA	TORTA BLANCA	TODAS LAS ANTERIORES	PAN PRECOCIDO	BIZCOCHOS	PALITOS	CROISSANT	TOSTADAS	TODAS LAS ANTERIORES					
<b>RECURSOS FISICOS Y TECNOLOGICOS</b>															
INSTALACIONES MOBILIARIAS	MUEBLES DE COCINA	MESAS	ESTANTERIA	VITRINAS	SILLAS	EQUIPOS DE OPERACION	HORNOS	ESTUFAS	CAFETERAS-GRECCAS	CONGELADORES	REFRIGERAD OPEC	CAJAS REGISTRAD OF			

**ANEXO 2  
PANADERIAS NIVEL SOCIOECONOMICO BAJO**

BARRIO	NUMERO DE PANADERIAS POR BARRIO	HABITANTES POR BARRIO	PANADERIAS POR HABITANTE	ESTRATO SOCIOECONOMICO
EL PARAISO	1	2.561	2.561	1-1
SAN SEBASTIAN	1	2.716	2.716	1-1
EL CARMEN	4	6.115	1.529	1-2
EL SOLFERINO	1	7.444	7.444	1-2
GALERIA	2	910	455	1-2
JESUS DE LA BUENA ESPERANZA	1	4.416	4.416	1-2
ALTO CARIBE	2	500	250	2-2
BAJO CARIBE	1	463	463	2-2
BENGALA	2	1.120	560	2-2
BOSQUES DEL NORTE	3	8.176	2.725	2-2
COLON	1	2.968	2.968	2-2
EL CARIBE	1	3.862	3.862	2-2
EL NEVADO	2	4.900	2.450	2-2
EL SINAI	3	3.014	1.004	2-2
FANNY GONZALES	1	2.524	2.524	2-2
LA LINDA	1	1.826	1.826	2-2
LAS DELICIAS	7	1.866	266	2-2
PERALONSO	2	1.654	827	2-2
SAMARIA	1	1.344	1.344	2-2
SAN IGNACIO	1	2.582	2.582	2-2
SAN JOSE	4	3.260	815	2-2
VILLAHERMOSA	6	10.698	1.783	2-2
<b>TOTAL PANADERIAS</b>	<b>48</b>		<b>74.919</b>	



### ANEXO 3.

#### NIVEL SOCIOECONOMICO MEDIO

BARRIO	NUMERO DE PANADERIAS POR BARRIO	HABITANTES POR BARRIO	PANADERIAS POR HABITANTE	ESTRATO SOCIOECONOMICO
ALTOS DE GRANADA	2	781	390	3-3
ARAMIJUEZ	2	3.678	1.839	3-3
BAJO PRADO	1	665	665	3-3
BAJO TABLAZO	1	58	58	3-3
BELLAS ARTES	2	1.453	726	3-3
CAMILO TORRES	1	1.914	1.914	3-3
CAMPOAMOR	3	4.327	1.442	3-3
CENTENARIO	1	971	971	3-3
CERVANTES	8	8.598	1.075	3-3
COLOMBIA	2	2.050	1.025	3-3
EL BOSQUE	8	4.393	549	3-3
EL CARRETERO	1	2.165	2.165	3-3
EL CENTRO	19	5.349	281	3-3
EL PRADO	1	1.025	1.025	3-3
ESTAMBUL	1	2.651	2.651	3-3
FANEON	1	2.050	2.050	3-3
FATIMA	7	5.541	791	3-3
LA ARGENTINA	3	2.642	880	3-3
LA ASUNCION	2	2.512	1.256	3-3
LA CAROLA	1	3.948	3.948	3-3
LA CUCHILLA DEL SALADO	1	1.811	1.811	3-3
LA ENEA	8	14.876	1.859	3-3
LA SULTANA	10	9.870	987	3-3
LA TOSCANA	1	757	757	3-3
LAS AMERICAS	1	1.599	1.599	3-3
LINARES	1	272	272	3-3
LOS AGUSTINOS	2	2.594	1.297	3-3
LOS ARRAYANES	2	1.732	866	3-3
LUSITANIA	1	1.062	1.062	3-3
MALHABAR	1	6.226	6.226	3-3
MINITAS	5	3.570	714	3-3
PARQUE CALDAS	1	2.177	2.177	3-3
PRADO MEDIO	1	613	613	3-3
SAN JOAQUIN	3	4.431	1.477	3-3
TERMINAL DE TRANSPORTES LAS AMERICAS	1	4.099	4.099	3-3
TRES ESQUINAS (KILOMETRO 41)	1	130	130	3-3
VILLA NUEVA	1	288	288	3-3
LOS FUNDADORES	4	2.722	680	3-4
SAN JORGE	4	4.004	1.001	3-4
VELEZ	2	2.182	1.091	3-4
ALTA LEONORA	1	1.387	1.387	4-4
ALTA SUIZA	3	2.974	991	4-4
CAMPOHERMOSO	2	3.367	1.683	4-4
CHIPRE	3	4.126	1.375	4-4
EL SOL	1	982	982	4-4
LOS ALCAZARES	1	1.517	1.517	4-4
VILLA PILAR	1	2.761	2.761	4-4
<b>TOTAL PANADERIAS</b>	<b>130</b>		<b>138.900</b>	

**ANEXO 4**

**PANADERIAS NIVEL SOCIOECONOMICO ALTO**

<b>BARRIO</b>	<b>NUMERO DE PANADERIAS POR BARRIO</b>	<b>HABITANTES POR BARRIO</b>	<b>PANADERIAS POR HABITANTE</b>	<b>ESTRATO SOCIOECONOMICO</b>
EL TRIANGULO	1	1.480	1.480	5-5
LA RAMBLA	2	1.577	788	5-5
VERSALLES	1	2.129	2.129	5-5
LA ESTRELLA	2	1.665	832	5-6
PALERMIO	1	2.697	2.697	6-6
<b>TOTAL PANADERIAS</b>	<b>7</b>		<b>9.548</b>	
<b>TOTAL PANADERIAS</b>			<b>185</b>	

ANEXO 5

PANADERIAS Y NÚMERO DE HABITANTES POR COMUNA

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	NOMBRE DEL PROPIETARIO	DIRECCION	BARRIO	ESTRATO	COMUNA
PANADERIA LA PASTORA	GIRALDO GOMEZ DIEGO DE JESUS	CLL 12 NRO 19-05	BELLAS ARTES	3-3	ATARDECERES
PANADERIA EL PAN NUESTRO	LONDONO CHICA LUZ MARY	CLL 14 NRO 19-84	BELLAS ARTES	3-3	ATARDECERES
PANADERIA JY Y MURILLO	SANCHEZ MARIA ASNEI TH	AV 18 NRO 11-11	CAMPOPERMOZO	4-4	ATARDECERES
PANADERIA Y CAFETERIA JUANDI	SANCHEZ ALZATE ALEXANDER	ORA 14 NRO 18-30	CAMPOPERMOZO	4-4	ATARDECERES
PANADERIA GUTEN BROT	OROZCO MEJIA ALEJANDRO	CLL 10 NRO 8-09	CHIPRE	4-4	ATARDECERES
PANADERIA Y CAFETERIA DANIN	LONDONO RENDON LILIANA	CLL 9 NRO 9A-53	CHIPRE	4-4	ATARDECERES
PANADERIA HAMBUR PERRO	INVERSIONES BEDOYA GOMEZ LIDA	CLL 9A NRO 9-71	CHIPRE	4-4	ATARDECERES
PANADERIA LA CUCHILLA	SANCHEZ ZAPATA LUZ MIRIAM	VEREDA LA CUCHILLA DEL SACADO	LA CUCHILLA DEL SACADO	3-3	ATARDECERES
PANADERIA EL MILENIO	GIRALDO AGUIRRE JHON JAIME	LA LINDA ANTES DEL SEMINARIO	LA LINDA	2-2	ATARDECERES
PANADERIA Y PASTERIA MANAPAN	VARGAS GARCIA ROSALBA	CLL 4A NRO 20B-22	LOS ALCAZARES	4-4	ATARDECERES
PANADERIA Y PASTERIA LA FAVORITA	OSORIO GIRALDO SAMUEL	ORA 1E NRO 9B-08	VILLA PIDAR	4-4	ATARDECERES
<b>SUBTOTAL HABITANTES POR COMUNA</b>					
					<b>28.367</b>
PANADERIA Y CAFETERIA PAN CAFE	GARCIA REYES MARTHA CECILIA	CLL 18 NRO 27-49	ALTO CARIBE	2-2	CIUDADELA DEL NORTE
PANADERIA ALTO CARIBE	COOP. DE ALIMENTOS DE MZALES LTDA	ORA 47B NRO 11C-15	ALTO CARIBE	2-2	CIUDADELA DEL NORTE
PANADERIA EL ESTARTAZO	ALZATE FLORE ALBA	ORA 8C NRO 97E-2 02	ALTOS DE GRANADA	3-3	CIUDADELA DEL NORTE
PANADERIA EL ESTARTAZO	MUNOZ ALZATE BLANCA LUCIA	ORA 8C NRO 97E-2 02	ALTOS DE GRANADA	3-3	CIUDADELA DEL NORTE
PANADERIA ANTOJOS Y MAS	ALONSO TRIVINO LUZ DALILA	ORA 13 NRO 47L-11	BAJO CARIBE	2-2	CIUDADELA DEL NORTE
PANADERIA LA ESQUINA	PULIDO OLARTE MARIA NINFA	CLL 48K NRO 8-04	BENGALA	2-2	CIUDADELA DEL NORTE
PANADERIA Y CAFE T. PAN K. CH	ROJAS SANTA FRANCISCO JAVIER	CLL 48G NRO 5B-04	BENGALA	2-2	CIUDADELA DEL NORTE
PANADERIA GIRALDO	GIRALDO TRUJILLO HILDEFONSO	ORA 4D NRO 48B-82	BOSQUES DEL NORTE	2-2	CIUDADELA DEL NORTE
PANADERIA Y CAFE T. MARIA BELOY MUNOZ	MUNOZ MUNOZ MARIA BELOY	ORA 3E NRO 48E-08	BOSQUES DEL NORTE	2-2	CIUDADELA DEL NORTE
PANADERIA MUNOZ	MUNOZ MUNOZ GLADYS CARMENZA	CLL 48F NRO 3B-16	BOSQUES DEL NORTE	2-2	CIUDADELA DEL NORTE
PANADERIA VITAPAN	PEREZ SAMUEL ANTONIO	CLL 48C NRO 12D-03	EL CARIBE	2-2	CIUDADELA DEL NORTE
PANADERIA Y PAST. BAJO PORVENIR	HERNANDEZ GRAJALES BEATRIZ ELENA	CLL 53 NRO 9-02	EL SINAI	2-2	CIUDADELA DEL NORTE
PANADERIA EL MARIEAR	ARROYAVE RAMIREZ MARIA NELLY	CLL 54 NRO 8C-40	EL SINAI	2-2	CIUDADELA DEL NORTE
TIENDA PANADERIA SOBE Y BAJA	SANCHEZ ARIAS JORGE ELIECER	ORA 7L NRO 53-01	EL SINAI	2-2	CIUDADELA DEL NORTE
PANADERIA Y CAFETERIA LEOPAN	LOPEZ OSPINA LEONARDO	CLL 51 NRO 7-33 SOUTERINO	EL SOUTERINO	1-2	CIUDADELA DEL NORTE
TIENDA Y PANADERIA BOLIVIA	QUINTERO MARIA EUGENIA	ORA 32C NRO 49E-10	FANNY GONZALES	2-2	CIUDADELA DEL NORTE
PANADERIA NORMA	RESTREPO JIMENEZ ALEICER DE JESUS	ORA 11 NRO 35-06	LA CAROLA	3-3	CIUDADELA DEL NORTE
PANADERIA LOS HERMANOS	CALDERON RODRIGUEZ JAVIER	CLL 45D NRO 11C-22	PERALONSO	2-2	CIUDADELA DEL NORTE
PANADERIA PIERALONSO	VELASQUEZ MUNOZ CONSUELO	ORA 12 NRO 45G-22	PERALONSO	2-2	CIUDADELA DEL NORTE
PANADERIA SAMARIA LA 52	AGUDELO CASIRO ELIZABETH	CLL 52 NRO 36-70	SAMARIA	2-2	CIUDADELA DEL NORTE
RAPITIENDA Y PANADERIA SAN RAFAEL	ALVAREZ ALZATE DIEGO	ORA 11 NRO 51G-02 VILSA	VILLAHERMOSA	2-2	CIUDADELA DEL NORTE
PANADERIA Y MISCELANEA LAS TRES YES	VASQUEZ VASQUEZ JOSE ALIRIO	ORA 12 NRO 55-22	VILLAHERMOSA	2-2	CIUDADELA DEL NORTE
CAFETERIA PANADERIA DANNY	LOPEZ HENAO LUISA FERNANDA	CLL 51D NRO 10-76	VILLAHERMOSA	2-2	CIUDADELA DEL NORTE
PANADERIA ALEJO	MORALES POMAR MILENA DEL ROCIO	ORA 11 NRO 91C-21	VILLAHERMOSA	2-2	CIUDADELA DEL NORTE
TIENDA Y PANADERIA JUANCHICO	GALVIS DIAZ MARIA DAYNE	CLL 50 NRO 11-05	VILLAHERMOSA	2-2	CIUDADELA DEL NORTE
PANADERIA DELICIAS VILLAHERMOSA	SANCHEZ HERNANDEZ EDGAR	ORA 11 NRO 91E-24	VILLAHERMOSA	2-2	CIUDADELA DEL NORTE
PANADERIA Y PASTERIA JE	TRUJILLO ALZATE EIDERSSON	CLL 48F NRO 3G-08	SAN SEBASTIAN	1-1	CIUDADELA DEL NORTE
<b>SUBTOTAL HABITANTES POR COMUNA</b>					<b>62.059</b>

ANEXO 5

PANADERIAS Y NÚMERO DE HABITANTES POR COMUNA

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	NOMBRE DEL PROPIETARIO	DIRECCION	BARRIO	ESTRATO	COMUNA
PANADERIA LA ESTACION	SOTO GIRALDO ALVARO	CRA 26A NRO 32-60	CAMPOAMOR	3-3	CUMANDAY
PANADERIA PAN PAN PANADERIA	JIMENEZ REYES EDGAR EDUARDO	CRA 28 NRO 29-20	CAMPOAMOR	3-3	CUMANDAY
PANADERIA LA MONA DE CAMPOAMOR	CALDERON DE CARDOVA ARACELY	CRA 28 NRO 29-09	CAMPOAMOR	3-3	CUMANDAY
PANADERIA PANI EXTRA	GIRALDO BOTERO JOSE ALBERTO	CRA 23 NRO 27-14	CENTRO	3-3	CUMANDAY
PANADERIA Y CAFETERIA ANDREA	AGUDELO GLORIA AMPARO	CRA 19 NRO 24-08	CENTRO INUBBE	3-3	CUMANDAY
PANADERIA PASTELERIA PANCAKE	CUICERO IDRRAGA EROEL	CLL 19 NRO 15-08	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
PANADERIA Y PASTELERIA MARIA E	CASTILLO AMADOR MARIA EVA	CRA 18 NRO 24-27	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
PANADERIA Y CAFETERIA PERLA DE ORO	MARIN MURILLO MARIELA	CLL 27 NRO 19-56	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
PANADERIA SANCHO SANCHO	ORTIZ JIMENEZ LUIS FERNAN	CLL 18 NRO 27-28	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
PANADERIA Y CAFETERIA PANES Y PANES	RIVERA MARIN ELIZABETH	CLL 23 NRO 20-01	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
PANADERIA Y CAFETERIA LA 22	MARIN GRISALES MIRIAM	CRA 22 NRO 28-45	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
PANADERIA LA CREMOSITA NRO. 2	RODRIGUEZ DE CELIS OFELIA	CRA 24 NRO 22-34	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
PANADERIA Y PASTELERIA LOS MARINILLOS	GIRALDO ORTIZ JENARO DE JESUS	CRA 24 NRO 21-04	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
PANADERIA PAULINA	COTRINI DE VALENCIA LUZ EUGENIA	CRA 19 NRO 22-64	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
PANADERIA OLIVA	LOPEZ OSORIO LUCERO	CRA 23 NRO 14-52	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
PANADERIA AMAREO	DAIZ DIAZ MONICA JOHANNA	CLL 17 NRO 24-13	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
PANADERIA Y CAFET. RICURAS HVE	MARTINEZ MUÑOZ GLORIA ESPERANZA	CRA 23 NRO 15-05	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
CAFETERIA Y PANADERIA SANTIPAN	CALDERON Y VARGAS FABIO	CLL 17 NRO 23-51	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
PANADERIA SAN ANTONIO MIZLES	GONZALEZ OCAMPO HIBER	CLL 18 NRO 25-08	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
PANADERIA Y CAFET. TIO RICO	HERRERA BUTRAGO JORDIANA	CRA 18 NRO 19-51	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
PANADERIA Y CAFET. EL TIROLO	RAMIREZ JIMENEZ ANA MARIA	CRA 20 NRO 21-02	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
PANADERIA BIN BAN CENTRO	GIRALDO SALAZAR PEDRO LUIS	CRA 21 NRO 21-11	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
PANADERIA Y CAFET. JUANCHO	SANCHEZ SALAVARRIETA NEGLY EMILCE	CRA 20 NRO 50-72	LINARES	3-3	CUMANDAY
PANADERIA Y CAFET. LA 34	LOPEZ AGUDELO LUZ YAMILE	CRA 26 NRO 33-84	LINARES	3-3	CUMANDAY
PANADERIA WALT DISNEY	JARAMILLO GOMEZ BEATRIZ	CLL 19 NRO 18-35 LO 1 AGUST	LOS AGUSTINOS	3-3	CUMANDAY
PANADERIA FLOR PAN	HERNANDEZ RIOS FLOR MARINA	CLL 17 NRO 15-47	LOS AGUSTINOS	3-3	CUMANDAY
PANADERIA Y CAFETERIA BIN BAN	GIRALDO DE SALAZAR INOHEMY	CRA 23 NRO 32-24	LOS FUNDADORES	3-4	CUMANDAY
PANADERIA EDIPAN	GALLEGO ATEHORTUA LOSE HE DILBERTO	CLL 33 NRO 20-04	LOS FUNDADORES	3-4	CUMANDAY
EL ENTE DE SODA Y PANADERIA SORRENTO	VARON UDARAGA CLAUDIA MARCELA	CRA 23 NRO 31-37	LOS FUNDADORES	3-4	CUMANDAY
CAFETERIA PANADERIA PANGCHEL NRO 1	OSORIO ROS HONORIO	CRA 23 NRO 31-15	LOS FUNDADORES	3-4	CUMANDAY
PANADERIA COFE RICO	HERNANDEZ NAVARREZ NANCY MILENA	CRA 20 NRO 27-57	PARQUE CALDIAS	3-3	CUMANDAY
PANADERIA FRANCESA	VILLADA BEDOYA JAVIER	CLL 23 NRO 27-05	SAN JOAQUIN	3-3	CUMANDAY
PANADERIA LA DELICIOSA	MORALES GOMEZ LAURA ESPERANZA	CRA 26 NRO 27-61	SAN JOAQUIN	3-3	CUMANDAY
PANADERIA MARYLIN	GONZALEZ CORREA JOSUE	CLL 25 NRO 26-31	SAN JOAQUIN	3-3	CUMANDAY
<b>SUBTOTAL HABITANTES POR COMUNA</b>					
					<b>28.247</b>
PANADERIA LA NUEVA VALLUNA	GALVIS MEJIA DIEGO ALBERTO	CRA 20 NRO 74-04	ALTA SUIZA	4-4	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA PEGASO XTREM NRO 2	GIL PEREZ NORBERTO DE JESUS	CRA 19 NRO 74A-04	ALTA SUIZA	4-4	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA CHIQUIPAN	QUINTERO QUINTERO LEONEL	CRA 19 NRO 74A-44	LA ALTA SUIZA	4-4	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA AGUILERA	CLAVIJO LOPEZ LUIS EVELIO	CRA 10 NRO 66-08	LA SULTANA	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA CON-PAN	GIRALDO AGUIRRE ORLANDO	CRA 11 NRO 62-10 LOCAL	LA SULTANA	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA Y PASTELERIA RICO PASTEL	AGUIRRE MEDINA MARIA ESTELIA	CLL 63B NRO 11A-18	LA SULTANA	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA LOS VENTARONES	GARCIA CASTAÑO MARIA DOORIS	CRA 8 NRO 67-40	LA SULTANA	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA Y PASTELERIA WINNIE PAN	CLAVIJO LOPEZ FLORENTINO	CLL 66 NRO 9A-71	LA SULTANA	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA FELIPE	MEDIA LOPEZ MARIO	CLL 67 NRO 8-145	LA SULTANA	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA JUANES	MARTINEZ CARDENAS JUAN DE DIOS	CRA 10 NRO 66A-24	LA SULTANA	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA Y CAFET. HOMAR	LOPEZ GALLEGO ALFREDO	CLL 67 NRO 10-22	LA SULTANA	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA SOFIA	MARIN AGUIRRE MARIA EDITH	CLL 66A NRO 7-34	LA SULTANA	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA RICURAS DEL GORDO	BETANCUR MARIN LUZ MARIA	CLL 67 NRO 10A-20	LA SULTANA	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
MISCLANEA Y PANADERIA LA TOSCANIA	LONDOÑO DE LONDOÑO CLARIVEL	CLL 65B NRO 15-25	LA TOSCANIA	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA EL GRAN LEIA-HEL	VILLAMIL RIVERA BLANCA VIVIANA	CLL 61 NRO 9-03	MINITAS	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA Y CAFETERIA VIVEROS LA 63	OSPINA ZAPATA FELIX MARIA	CLL 63 NRO 12A-04	MINITAS	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA JUANES DE LA DECIMA	MARIN HERNANDEZ JUAN CAMILO	CRA 10 NRO 66A-24	MINITAS	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA J.G. MUÑOZ	MUÑOZ FERNANDEZ JOSE GABRIEL	CRA 11A NRO 60-29	MINITAS	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA EL TRIGO DE ORO	MONTOYA DE MONTOYA SOCORRO	CLL 63B NRO 11A-18	MINITAS	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
<b>SUBTOTAL HABITANTES POR COMUNA</b>					<b>29.945</b>

ANEXO 5

PANADERIAS Y NÚMERO DE HABITANTES POR COMUNA

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	NOMBRE DEL PROPIETARIO	DIRECCION	BARRIO	ESTRATO	COMUNA
PANADERIA LA CASA DEL PANDEBONO	SERNA GALLEGO LUZ DARY	CRA 23 NRO 36-04	EL CARRETERO	3-3	LA ESTACION
PANADERIA Y CAFETERIA LUZ HELENA	NARANJO MARIN ANA MARIA	CLL 51 NRO 22-02	EL SOL	4-4	LA ESTACION
PANADERIA CAMILEJA	URREGO SANCHEZ HUMBERTO	CLL 51B NRO 18-12	LA ARGENTINA	3-3	LA ESTACION
PANADERIA LUZ HELENA DE MZLES	BEDOYA TRUJILLO RICARDO ANTONIO	CLL 51 NRO 22-02	LA ARGENTINA	3-3	LA ESTACION
PANADERIA Y MISCELANEA CHEOS	TORRES CATAÑO CARLOS ENRIQUE	CRA 19 NRO 51-15	LA ARGENTINA	3-3	LA ESTACION
PANADERIA Y CAFETERIA	RIVERA MURILLO MARIA CARMENZA	CRA 16A NRO 51B-118	LA ASUNCION	3-3	LA ESTACION
PANADERIA LUCY PAN	LONDOÑO LLANOS LUZ ALBA	CRA 17 NRO 51C-27	LA ASUNCION	3-3	LA ESTACION
PANADERIA Y PASTELERIA NATACHA	MARTINEZ GOMEZ ERALMO	CRA 19 NRO 51-15	SAN JORGE	3-4	LA ESTACION
PANADERIA VULY	HOYOS SERNA FRANCISCO LUIS	CRA 20 NRO 48C-51	SAN JORGE	3-4	LA ESTACION
PANADERIA VALENTINA DE LA 48	PATINO AGUIRRE MARTHA CECILIA	CLL 48 NRO 18-34	SAN JORGE	3-4	LA ESTACION
PANADERIA PEGASO REAL	AGUIRRE CAMPUZANO YENNY PAOLA	CRA 22 NRO 47-02	SAN JORGE	3-4	LA ESTACION
PANADERIA Y PAST. DELICIAS EL GORDO	LONDOÑO RESTREPO JOSE REINALDO	CRA 23 NRO 50-54	VERSALLES	5-5	LA ESTACION
<b>SUBTOTAL HABITANTES POR COMUNA</b>					
					<b>21.203</b>
PANADERIA Y CAFETERIA ALEXA	BETANCURTH ARCILIA EDILSON	CRA 34 NRO 48H-13	BAJO PRADO	3-3	LA FUENTE
TIENDA MIXTA Y PANADERIA LASSER	FANNY ZULUAGA SERNA	CLL 36 NRO 27-97	CERVANTES	3-3	LA FUENTE
PANADERIA CAFETERIA LA UNION	DIQUE RIOS JULIAN DAVID	CLL 36 NRO 29-30	CERVANTES	3-3	LA FUENTE
PANADERIA CALIDAD	PERALTA OSORIO SAMUEL	CLL 36 NRO 26A-05	CERVANTES	3-3	LA FUENTE
PANADERIA JOSE ARTURO VALENCIA	VALENCIA GARCIA JOSE ARTURO	CLL 38 NRO 28-26	CERVANTES	3-3	LA FUENTE
CAFETERIA Y PANADERIA CARDONA	CARDONA SEPULVEDA JOSE ALDIVAR	CLL 31A NRO 30A-80	CERVANTES	3-3	LA FUENTE
PANADERIA Y CAFETERIA RICURAS DE C.	CEBALLOS JOSE JESUS	CLL 37 NRO 29A-19	CERVANTES	3-3	LA FUENTE
PANADERIA PAN Y PAN	FERRER QUINTERO MAURICIO	CRA 30A NRO 30-11	CERVANTES	3-3	LA FUENTE
CAFETERIA Y PANADERIA LA FLORESTA	FRANCO GOMEZ LUZ STELLA	CLL 28 NRO 32-06	CERVANTES	3-3	LA FUENTE
PANADERIA Y CAFETERIA DANIEL	QUINTERO GIRALDO RUBEN ALBERTO	CRA 30 NRO 47-75	COLOMBIA	3-3	LA FUENTE
TIENDA MIXTA Y PANADERIA COLOMBIA	VILLADA SUAZA ANIBAL DE JESUS	CLL 47 NRO 29-11	COLOMBIA	3-3	LA FUENTE
PANADERIA EL NEVADO	BUSTAMANTE SALAZAR LUIS HERNAN	CLL 26 NRO 34A-17	EL NEVADO	2-2	LA FUENTE
PANADERIA M Y L	ESCOBAR MARIO FERNANDO	CLL 26 NRO 33B-04	EL NEVADO	2-2	LA FUENTE
PANADERIA PAN Y PAN	CORREA GIRALDO NICOLAS ALBERTO	CRA 40 NRO 48A-36	EL PARISO	1-1	LA FUENTE
PANADERIA CAFETERIA MIL RICURAS	HOYOS AGUDELO JUAN CARLOS	CLL 47 NRO 36A-08	EL PRADO	3-3	LA FUENTE
PANADERIA AUTOPAN	HENAO CORREA BEATRIZ EUGENIA	CRA 27 NRO 48-10	FANEON	3-3	LA FUENTE
PANADERIA LAS TRES PERLAS	BETANCURTH ALVAREZ JOSE AIDEMAR	CLL 38 NRO 34-22	LOS ARRAYANES	3-3	LA FUENTE
PANADERIA AMIGA	OCAMPO JURADO JOSE WILSON	CLL 37A NRO 34-16	LOS ARRAYANES	3-3	LA FUENTE
PANADERIA TULIPAN	VALENCIA GOMEZ JOSE ARNULFO	CLL 46 NRO 35B-39	PRADO MEDIO	3-3	LA FUENTE
PANADERIA Y CAFETERIA MAURY	MONSALVE DE OSORIO HERCULIA	CRA 24 NRO 40-106	VELEZ	3-4	LA FUENTE
PANADERIA ZURICH	ZULUAGA MENDOZA YULIANA	CRA 23 NRO 43-44	VELEZ	3-4	LA FUENTE
<b>SUBTOTAL HABITANTES POR COMUNA</b>					
					<b>43.090</b>
PANADERIA LA FE	LONDOÑO HERNANDEZ CARLOS ENRIQUE	VEREDA BAJO TABLAZO	BAJO TABLAZO	3-3	LA MACARENA
MISCELANEA Y PANADERIA ROSSY	BETANCUR CANO VIVIANA ANDREA	CRA 34 NRO 10C-77	CENTENARIO	3-3	LA MACARENA
PANADERIA EL ESPIGAL	HERNANDEZ LUZ MARGARITA	CRA 16 NRO 27-02	EL BOSQUE	3-3	LA MACARENA
TIENDA MIXTA PANADERIA KAREN	TORRES SALAZAR CLAUDIA PATRICIA	CLL 14 NRO 26-42	EL BOSQUE	3-3	LA MACARENA
PANADERIA NUEVO MILENIO	COCA GONZALEZ JESUS NICOLAS	CRA 27 NRO 17-41	EL BOSQUE	3-3	LA MACARENA
PANADERIA MECHAS	MUÑOZ ORREGO SANDRA PATRICIA	CRA 28 NRO 13-54	EL BOSQUE	3-3	LA MACARENA
PANADERIA Y CAFETERIA NEO PAN	OCAMPO VASQUEZ JARIE DEL CONSUELO	CRA 26 NRO 12-01	EL BOSQUE	3-3	LA MACARENA
PANADERIA LA 12	CORREA DE GONZALEZ MARGARITA	CLL 12 NRO 28-36	EL BOSQUE	3-3	LA MACARENA
PANADERIA LA PEQUEÑA DE LA 26	GONZALEZ CORREA HECTOR DE JESUS	CRA 26 NRO 14-01	EL BOSQUE	3-3	LA MACARENA
PANADERIA LA 27 CON 13	GONZALEZ CORREA ADRIANA LORENA	CRA 27 NRO 13-18	EL BOSQUE	3-3	LA MACARENA
PANADERIA LA ESMERALDA	GIRALDO ARAMILLO GERARDO	CRA 6E NRO 52-27	EL CARMEN	1-2	LA MACARENA
CAFETERIA Y PANADERIA JULIANITA	ARANGO SOTO MARIA LUZ DARY	CLL 18 NRO 31-29	EL CARMEN	1-2	LA MACARENA
PANADERIA EL CARMEN	CASTAÑO GOMEZ MARIA GLADYS	CRA 33 NRO 18-28	EL CARMEN	1-2	LA MACARENA
PANADERIA LA VIENESA	CORTES CORTES JOSE SAUL	CRA 28 NRO 17-18 PISO 1	EL CARMEN	1-2	LA MACARENA
PANADERIA EL CALEXO	HENAO LONDOÑO JOSE OTAVIN	CRA 42A NRO 10C-47	ESTAMBUL	3-3	LA MACARENA
PANADERIA LA CASA DEL PANDEYUCA	ORREGO DE OROZCO MARIA ALEJYDA	CRA 31 NRO 16-20	JESUS DE LA BUENA ESPERANZA	1-2	LA MACARENA
PANADERIA DELICIAS DEL 41	VELEZ ACEVEDO JORGE HERNAN	TRES ESQUINAS (KILOMETRO 41)	TRES ESQUINAS (KILOMETRO 41)	3-3	LA MACARENA
<b>SUBTOTAL HABITANTES POR COMUNA</b>					
					<b>32.014</b>

ANEXO 5

PANADERIAS Y NÚMERO DE HABITANTES POR COMUNA

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	NOMBRE DEL PROPIETARIO	DIRECCION	BARRIO	ESTRATO	COMUNA
PANADERIA LA CALEYA	VALENCIA DE FRANCO ERLINDA	CRA 20 NRO 52-61 LOC-1	ALTA LEONORA	4-4	PALOGRAÑDE
PANADERIA PAN Y DONAS	ORGANIZAC. ESCOBAR Y FRANCO LTDA	CLL 54 NRO 23-05	EL TRIANGULO	5-5	PALOGRAÑDE
PANADERIA LA VICTORIA S.A.	PANADERIA LA VICTORIA S.A.	CRA 23 NRO 59-67	LA ESTRELLA	5-6	PALOGRAÑDE
PANADERIA Y CAFETERIA DON PANDEBONO	MUÑOZ HERNANDEZ LINA MARIA	CRA 24 NRO 64-57	LA ESTRELLA	5-6	PALOGRAÑDE
PANADERIA GOLO DELI NRO. 2	SANCHEZ GARCIA EFRAIN	CRA 23 NRO 61-08	LA RAMBLA	5-5	PALOGRAÑDE
SUZETTE PANADERIA REPOSTERIA	SUZETTE S.A	CRA 23 NRO 63-112	LA RAMBLA	5-5	PALOGRAÑDE
PANADERIA Y PASTERERIA REAL	GIRALDO ZULUAGA SERGIO ANDRES	CLL 65 NRO 23B-91 LOC-3	PALERMO	6-6	PALOGRAÑDE
<b>SUBTOTAL HABITANTES POR COMUNA</b>					
					<b>24.688</b>
CAFETERIA Y PANADERIA SUPERPAN	BETANCURT GONZALEZ DAVID	CLL 27 NRO 13-66	COLON	2-2	SAN JOSE
PANADERIA Y CAFETERIA MOLINO	PINILLA DE RONCANCIO ELVIA	CLL 24 NRO 16-40 L 40	GALERIA	1-2	SAN JOSE
PANADERIA Y CAFETERIA BIN PAN	ARIAS TORRES LUZ MARINA	CLL 21 NRO 16-62	GALERIA	1-2	SAN JOSE
PANADERIA LA 20	CASTILLO ESCOBAR ALONSO	CLL 33 NRO 19-02	LAS DELICIAS	2-2	SAN JOSE
CAFET Y PANADERIA SABOR Y PAN	LONDOÑO CARDONA JAIME	CRA 17 NRO 30-02	LAS DELICIAS	2-2	SAN JOSE
PANADERIA CAFETERIA LADY	QUINTERO DE VALENCIA MARIA ALBA	CRA 18 NRO 31-12	LAS DELICIAS	2-2	SAN JOSE
PASTERERIA Y PANADERIA PAN COMER	VALENCIA BOHORQUEZ BLANCA ROCIO	CRA 18 NRO 30-52	LAS DELICIAS	2-2	SAN JOSE
PANADERIA ANA MARIA	RIOS DE MURILLO ANA MARIA	CRA 18 NRO 30-02	LAS DELICIAS	2-2	SAN JOSE
PANADERIA Y CAFET. CRISPAN	GOMEZ VALENCIA MARTHA YOLANDA	CLL 30 NRO 19-03	LAS DELICIAS	2-2	SAN JOSE
PANADERIA LA 67	SANCHEZ ARROYAVE JESUS MARIA	CRA 18 NRO 34-41	LAS DELICIAS	2-2	SAN JOSE
PANADERIA LA PIRAMIDE	LOPEZ AGUDELO JORGE ELIEGER	CRA 12 NRO 29-01	SAN IGNACIO	2-2	SAN JOSE
PANADERIA Y CAFETERIA LA 14	PEREZ OSORIO MARIA CONSUELO	CLL 25 NRO 13-66	SAN JOSE	2-2	SAN JOSE
PANADERIA EL GRAN PANDEYUCA	LAVERDE POSADA HUMBERTO	CRA 16 NRO 24-37	SAN JOSE	2-2	SAN JOSE
PANADERIA LOS TRIGALES	TRUJILLO DUQUE JAIRO	CLL 25 NRO 16-37	SAN JOSE	2-2	SAN JOSE
PANADERIA COMA RICO	HENAQ DE LOPEZ LETICIA	CRA 14 NRO 28-58	SAN JOSE	2-2	SAN JOSE
<b>SUBTOTAL HABITANTES POR COMUNA</b>					
					<b>25.363</b>
PASTERERIA Y PANADERIA TODO RICO	MUÑOZ MUÑOZ LUIS EVELIO	CRA 35 NRO 100B-41	LA ENEA	3-3	TESORITO
CAFETERIA Y PANADERIA RICAURTE	QUINTERO VALENCIA MARTHA LUCIA	CRA 35 NRO 98-03	LA ENEA	3-3	TESORITO
PANADERIA YAZZREZ	RAMIREZ RAMIREZ MARCO FIDEL	CLL 103 NRO 34-07	LA ENEA	3-3	TESORITO
MISCELANEA Y PANADERIA SUPERIOR	ARIAS AVILA BEATRIZ ELENA	CLL 95B NRO 36A-27	LA ENEA	3-3	TESORITO
PANADERIA JUANGHO PAN	GUARIN VALENCIA JUAN CARLOS	CRA 34 NRO 103-03	LA ENEA	3-3	TESORITO
PANADERIA EL GRAN BUKUELO	ZAPATA GARCIA WILMAR	CRA 35 NRO 99A-99	LA ENEA	3-3	TESORITO
PANADERIA Y PAST.ANTUJOS DE LA ENEA	LOPEZ GALLEGU OLGA PATRICIA	CRA 35 NRO 101B-51	LA ENEA	3-3	TESORITO
PANADERIA SAN DIEGO	ESPINOSA PACHON HERNAN ALONSO	CRA 32B NRO 100B-33	LA ENEA	3-3	TESORITO
PANADERIA LUSITANIA	ZAMBRANO JORGE ANDRES	CRA 36 NRO 81B-16	LUSITANIA	3-3	TESORITO
<b>SUBTOTAL HABITANTES POR COMUNA</b>					
					<b>22.068</b>
HELADER Y PANADERIA FRUTUJUGOS	CARVAJAL DE VERGARA ANA ZORAIDA	CRA 42 NRO 71-73	ARANJUEZ	3-3	UNIVERSITARIA
PANADERIA PAPIPAN	MUÑOZ OSORIO ANGELA MARGELA	CLL 69A NRO 42-03	ARANJUEZ	3-3	UNIVERSITARIA
CAFETERIA Y PANADERIA PIRULIN	GONZALEZ HERRERA JOSE NARCES	CLL 57 NRO 39-09	CAMILO TORRES	3-3	UNIVERSITARIA
PANADERIA BEATRIZ AMPARO	CASTAÑO ROJAS NANCY DEL SOCORRO	CLL 62 NRO 34B-25	FATIMA	3-3	UNIVERSITARIA
PANADERIA LOS OSTOS	MARIN MONTES LILIANA	CLL 65A NRO 33-116	FATIMA	3-3	UNIVERSITARIA
PANADERIA SURTIPAN	JIMENEZ CASAS JORGE IVAN	CLL 68 NRO 35A-128	FATIMA	3-3	UNIVERSITARIA
CAFETERIA Y PANADERIA KAREL	GIRALDO HURTADO RUBEN DARIO	CLL 68 NRO 34-100	FATIMA	3-3	UNIVERSITARIA
PANADERIA J.R.	HENAQ HERRERA MARIA LUCERO	CLL 66B NRO 38-33	FATIMA	3-3	UNIVERSITARIA
PANADERIA LA ABUELA DE KENNEDY	OCAMPO GONZALEZ JULIO BERNARDO	CRA 36A NRO 63A-46	FATIMA	3-3	UNIVERSITARIA
PANADERIA JUNIOR	GIRALDO MEJIA ISAURO	CRA 34 NRO 63-29	FATIMA	3-3	UNIVERSITARIA
PANADERIA ARENAS	ARENAS AGUDELO MARTHA INES	CLL 67C NRO 42-12	MALHABAR	3-3	UNIVERSITARIA
PANADERIA LA ESPECIAL	RODRIGUEZ ARANGO JULIO CESAR	TERMINAL DE TRANSP. LOC 24	TERMINAL DE TRANSPORTES	3-3	UNIVERSITARIA
PANADERIA TENAMPA	RENDON ECHEVERRI JAVIER ARTEMIO	CLL 38 NRO 25-63	VILLA NUEVA	3-3	UNIVERSITARIA
<b>SUBTOTAL HABITANTES POR COMUNA</b>					
					<b>36.269</b>
<b>TOTAL GENERAL HABITANTES</b>					<b>353.313</b>

## ANEXO 6

### MUESTREO DE PANADERIAS POR BARRIO

#### MUESTREO DE PANADERIAS REPRESENTATIVAS POR BARRIO

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	DIRECCION	BARRIO	ESQUEMA
PANADERIA Y PASTELERIA / E	CLL 48E NRO 3609	SAN SEBASTIAN	1-1
PANADERIA PARY PAN	CR6A0 NRO 10A-36	EL PARASO	1-1
PANADERIA Y CAFETERIA AGUIRRE	CLL 24 NRO 36-40 E-40	GALEA	3-2
PANADERIA EL INTINO	LATINDIA ANTES DEL SEBASTIANO	LATINDIA	2-2
PANADERIA Y CAFETERIA PANCAFÉ	CLL 18 NRO 27-49	ALTO CARRIBE	2-2
PANADERIA Y CAFETERIA PAN K CH	CLL 48E NRO 38-04	BENGALA	2-2
PANADERIA GIRALDO	CR6A0 NRO 10B-82	BOSQUES DEL NORTE	2-2
Tienda PANADERIA SUREY BOYA	CR6A7L NRO 35-01	LESIMU	2-2
Tienda Y PANADERIA BOYIVA	CR6A2C NRO 49E-20	PANAY GONZALES	2-2
PANADERIA LOS HERMANOS	CLL 45B NRO 11C-22	TEBAQUISO	2-2
PANADERIA DELICIOS VICTORINOZA	CR6A11 NRO 51E-24	VICTORINOZA	2-2
PANADERIA MY L	CLL 26 NRO 34B-04	EL NEVADO	2-2
CAFETERIA Y PANADERIA SUPRI PAN	CLL 27 NRO 13-66	COLON	2-2
PANADERIA LA 20	CLL 33 NRO 35-02	LOS DELGOS	2-2
PANADERIA LA TIRANOMIE	CR6A12 NRO 29-01	SAN TOMAS	2-2
PANADERIA Y CAFETERIA LA 14	CLL 25 NRO 13-66	SAN JOSE	2-2
PANADERIA LA ESTACION	CR6A26 NRO 32-00	CAMPOMAYOR	3-3
CAFETERIA Y PANADERIA SANTIPAN	CLL 17 NRO 23-51	EL CENTRO	3-3
PANADERIA Y CAFETERIA JUANITO	CR6A26 NRO 30-72	LAS AMERICAS	3-3
PANADERIA Y CAFETERIA LA 34	CR6A26 NRO 33-84	UMARES	3-3
PANADERIA VANI OSBANY	CLL 19 NRO 36-55 LOS 1 AGUIN	LOS AGOSTINOS	3-3
PANADERIA MARTIN	CLL 25 NRO 26-31	SAN JOAQUIN	3-3
PANADERIA AGUIRRE	CR6A10 NRO 66-08	ASUTAMA	3-3
PANADERIA EL GRAN LEHATL	CLL 6 NRO 9-03	TUMITAS	3-3
PANADERIA CAMITEA	CLL 18 NRO 18-12	LA ARGENTINA	3-3
CAFETERIA Y PANADERIA LA FLORESIA	CLL 28 NRO 32-06	CERVANTES	3-3
PANADERIA Y CAFETERIA DANIEL	CR6A30 NRO 17-75	COLOMBIA	3-3
PANADERIA AUI OPAN	CR6A27 NRO 06-10	PANGEN	3-3
PANADERIA LAS TRES PERLAS	CLL 38 NRO 34-27	LOS ARRIYANES	3-3
PANADERIA TUPAN	CLL 46 NRO 34B-39	PANDO MAENO	3-3
PANADERIA EL ESPIGAL	CR6A16 NRO 27-02	EL BOSQUE	3-3
PANADERIA EL CALEFO	CR6A28 NRO 10C-47	ESPARBUJ	3-3
PASTELERIA Y PANADERIA TODO RICO	CR6A35 NRO 100B-41	LA INFA	3-3
PANADERIA USUMANA	CR6A36 NRO 18B-16	LUSTANIA	3-3
PANADERIA Y PANADERIA HUILKOS	CR6A10 NRO 71-73	ABANUIJ	3-3
CAFETERIA Y PANADERIA PIRULIN	CLL 37 NRO 35-09	CAMITO TORRES	3-3
PANADERIA TUNDA	CR6A34 NRO 15-29	PATIMA	3-3
PANADERIA ARENAS	CLL 67 NRO 22-12	MACHARAR	3-3
CAFETERIA PANADERIA PANACHELY NRO 1	CR6A23 NRO 31-15	LOS FUNDADORES	3-4
PANADERIA FEGOSO REAL	CR6A22 NRO 47-02	SAN JOSE	3-4
PANADERIA Y CAFETERIA MANURY	CR6A24 NRO 10D-06	VELIZ	3-4
PANADERIA JI Y MANUELLO	AV 18 NRO 11E-11	CAMPOTERMOSO	4-4
PANADERIA SUTEN BROT	CLL 0 NRO 8-09	CHUPRE	4-4
PANADERIA Y PASTELERIA PATORITA	CR6A16 NRO 39-08	VILAYAPAR	4-4
PANADERIA LA NUEVA VALLUNA	CR6A20 NRO 74-01	ALTA SUZA	4-4
PANADERIA Y CAFETERIA TUZHERIA	CLL 51 NRO 22-02	EL SOL	4-4
PANADERIA LA CALETA	CR6A20 NRO 35-61 LOC-1	ALTALEONORA	4-4
PANADERIA PARY YODNAS	CLL 54 NRO 23-06	EL TIRANGULO	5-5
PANADERIA GOLO DELI NRO 2	CR6A23 NRO 01-08	LA RAMBLA	5-5
SUZETTE PANADERIA REPOSERIA	CR6A23 NRO 06-112	LA RAMBLA	5-5
PANADERIA LA VICTORIA S.A.	CR6A23 NRO 39-67	LA ESTRELLA	5-6
PANADERIA Y PASTELERIA REAL	CLL 65 NRO 23B-91 LOC-3	PALEIRRO	6-6

## ANEXO 7

### POBLACION DE MANIZALES POR COMUNA Y BARRIO A JUNIO DE 2005

#### COMUNA ATARDECERES

BARRIO	NOMBRE DEL BARRIO Y/O URBANIZACION	POBLACION	ESTRATO PREDOMINANTE
1	CIUDADELA LA LINDA	1.826	2
	* La Quinta	1.811	2
2	BELLA MONTAÑA(Hosp G. -Esc	158	3
3	SACATIN	624	1
4	VILLAPILAR	2.761	4
	* VillaPilar II -Venecia	1.289	4
	* Torres de Avila	646	4
	* San Luis	422	4
	* Aquilino Villegas- La Livonia	206	4
	* Urb. Atalaya y Bello Horizonte	369	4
	* Santa Monica	140	4
5	CHIPRE	4.126	4
	* Chipre Viejo	1.453	3
	* Balcones de Chipre	309	4
	* Bellavista	1.259	4
6	CAMPOHERMOSO( Univ.Mzles)	3.367	4
	* La Chimenea I y II	396	4
	* Altos de Castilla	216	4
	* Terrazas de Campohermoso	911	4
	* Conjunto Campohermoso	749	4
7	MORROGACHO	577	2
	* Topacio	421	2
	* Montana	262	4
8	LA FRANCIA	598	6
	* Palmar	57	6
	* San Francisco	26	6
	* Poblado	55	6
	* San Remo	37	6
	* Candelaria	51	4
9	LOS ALCAZARES	1.517	4
	* Portal de los Alcazares	514	4
	* Portales	159	5
	* Villa Real	139	4
	* Quinta Hispania	208	2
	* Asturias	635	4
	Sector Arenillo	73	2
	<b>SUB - TOTAL</b>	<b>28.367</b>	

#### COMUNA SAN JOSE

BARRIO	NOMBRE DEL BARRIO Y/O URBANIZACION	POBLACION	ESTRATO PREDOMINANTE
1	ASIS	653	1
	* Jazmin	623	1-2
2	AVANZADA	4.130	1-2
	* Camino del Medio	340	1
	* Tachuelo	473	1
3	SAN IGNACIO	2.582	2
4	GALAN	2.304	1-2
	* Alto Galan	1.960	1
	* Maizal	165	1
	* Holanda	157	1
5	ESTRADA	1.620	1
	* Sierra Morena	724	1
6	DELICIAS	1.866	2-2
7	SAN JOSE	3.260	2-2
	* San Vicente	628	2
8	COLON	2.968	2-2
	* Galerias	910	2



<b>SUB - TOTAL</b>	25.363
--------------------	--------

COMUNA CUMANDAY

BARRIO	NOMBRE DEL BARRIO Y/O URBANIZACION	POBLACION	ESTRATO PREDOMINANTE
1	LAS AMERICAS (Term.Transpor)	4.099	3
	* La Palma	1.726	3
	* Residencias Caldas	189	3
2	LOS AGUSTINOS	2.594	3
3	CENTRO	5.349	3
	* Valvanera	633	3
4	SAN JOAQUIN	4.431	3
5	CAMPOAMOR	4.327	3
	* Hoyo Frio	2.177	3
6	FUNDADORES	2.722	3-4
	<b>SUB - TOTAL</b>	<b>28.247</b>	

COMUNA LA ESTACION

BARRIO	NOMBRE DEL BARRIO Y/O URBANIZACION	POBLACION	ESTRATO PREDOMINANTE
1	SANTA HELENA-Conj.La Estaci	1.077	3-4
	* Saenz	248	3
	* Conjunto Cerrado Fundadores	231	3
	* Parque Castilla(Rincón Castilla)	497	3
2	LOS CEDROS	982	3
	* Urbanización el Rio	253	3
3	SAN JORGE	4.004	3-4
4	EL SOL	982	4 - 3
	* La Primavera - Conj. Las Amer.	1.599	4 - 3
5	LA ARGENTINA	2.642	3
6	LA ASUNCION	2.512	3
7	VERSALLES	2.129	5 - 5
	* Nuevo Versalles	211	4
8	EL CAMPIN	996	4
9	LLERAS -- Bavaria	2.165	3-4
	* Villa del Rio	675	3
	<b>SUB - TOTAL</b>	<b>21.203</b>	

COMUNA CIUDELA DEL NORTE

BARRIO	NOMBRE DEL BARRIO Y/O URBANIZACION	POBLACION	ESTRATO PREDOMINANTE
1	S. CORINTO-Pta Sol-S.More-Aures	97	1 - 2
2	EL CARIBE	3.862	2
	* Conjunto Piamonte	463	3
3	SAN CAYETANO	4.706	2
4	BOSQUES DEL NORTE	8.176	2
	* Bengala	1.120	2
5	SAN SEBASTIAN (I -II Etapa)	2.716	1
6	SOLFERINO( * Samaria )	7.444	2 - 1
7	LA CAROLA	3.948	3
	* La Carolita	805	2
	* Villa del Rio	851	3
	* Altos de Granada-C.C.-Mir.A.G	781	3
	* Villa Café Etapas I-II	1.205	3
8	VILLAHERMOSA- La Playa	10.698	2
	* La Daniela	230	2
	* Viña del Rio	352	3
9	COMUNEROS	4.076	2
10	FANNY GONZALEZ	2.524	2
11	ALTOS DE CAPRI	870	3
12	VILLA JULIA	470	2
13	EL PORVENIR	1.997	2
14	SINAI	3.014	2
15	PERALONSO	1.654	2
	<b>SUB - TOTAL</b>	<b>62.059</b>	

COMUNA ECOTURISTICO CERRO DE ORO

BARRIO	NOMBRE DEL BARRIO Y/O URBANIZACION	POBLACION	ESTRATO PREDOMINANTE
1	VIVEROS	1.046	3
	* Yarumales I y II	825	2
	* La Licorera	210	3
	* Villaluz	841	3
2	LA CUMBRE	4.818	3 - 3
3	MINITAS	3.570	3
4	BAJA SUIZA	142	4
5	ALTA SUIZA	2.974	4 - 4
	* La Riviera	116	4
6	RESIDENCIAS MANIZALES	2.167	4
7	COLSEGUROS	1.240	4
	* Torres de Oriente	312	5
8	LA TOSCANA	757	3
	Escuela de Carabineros	11	
9	LA SULTANA	9.870	3
10	BOSQUES DE NIZA-Conj.Mir.Sierr	308	4 - 4
	* Camino de la Palma	201	4
	* Conju. Cerrado Balcones Palma	270	4
	* Rincón de la Palma	175	4
	* Cerro de Oro	92	3
	<b>SUB - TOTAL</b>	29.945	

COMUNA TESORITO

BARRIO	NOMBRE DEL BARRIO Y/O URBANIZACION	POBLACION	ESTRATO PREDOMINANTE
1	SAN MARCEL	164	6
	* El Pinar	404	4
	* Arboretos	202	5
	*Conj. Cerrado Santa Ana	180	5
	* Chachafruto- Bosque Popular	382	4 - 4
2	ALHAMBRA	262	6
	* Colinas del Viento	164	6
	* El Portal del Bosque,	168	6
3	CERROS DE LA ALHAMBRA	224	6
	* Valles de la Alhambra	53	6
4	MALTERIA	574	1
5	JUANCHITO	399	1 - 2
	* Zona Industrial	76	
6	CASERIO LA ENEA	342	4 - 3
	* Sector La Capilla	312	2
	* Bosques de la Alhambra	424	4
	* Portal de la Alhambra (C.C.)	102	
	* Bosques de la Enea	105	
	* Villafundemos	621	2
	* El Cairo	231	3
7	LA ENEA	14.876	3
	Aeropuerto	0	
	* Los Pinos- Sector de Gallinazo	741	3
8	LUSITANIA	1.062	3
	<b>SUB - TOTAL</b>	22.068	

COMUNA PALOGRANDE

BARRIO	NOMBRE DEL BARRIO Y/O URBANIZACION	POBLACION	ESTRATO PREDOMINANTE
1	LA LEONORA	1.387	4 - 4
	* Baja Leonora	1.499	4
2	LOS ROSALES	998	5 - 6
3	LA RAMBLA	1.577	5
4	LAURELES	1.405	5
5	PALOGRANDE	688	6
	* Estadio, U. de Caldas y Nacional	219	
6	LA ESTRELLA	1.665	5 - 6
7	BELEN	1.480	5 - 6
8	GUAYACANES	1.336	6
9	ARBOLEDA	1.835	5
	* Conjunto Ibiza	106	6

10	PALERMO	2.697	6
	* Sauces -Bajo Palermo	140	6
11	CAMELIA	1.029	6
	* Sector Batallon	17	0
12	SAN CANCIO	2.509	6
	* Alameda	131	6
	* Villa del Campo	227	6
	* Loma Verde	139	6
	* Conjunto C. Colinas de Oriente	62	
13	MILAN	2.391	5 - 6
	* Alto del Perro- Sierra Bonita	451	6
	* Conj. Cerrado Mirador de Sierra	39	
14	EL TREBOL	89	6
	* Guaduales	96	6
	* Rincon de Doña Elvira	36	6
	* Edificio Tejares del Bosque	71	6
	* Condominio el Tejar	42	6
	* Rincón del Trebol	223	6
	* Bosques del Trebol	58	6
	* San Sebastián de Buena Vista	46	6
	<b>SUB - TOTAL</b>	<b>24.688</b>	

COMUNA UNIVERSITARIA

BARRIO	NOMBRE DEL BARRIO Y/O URBANIZACION	POBLACION	ESTRATO PREDOMINANTE
1	BETANIA	1.175	3 - 3
2	FATIMA	5.541	3
3	VIVIENDA POPULAR	1.676	3
	* Granjas y Viviendas-Aguacate	559	2
4	PIO XII	4.263	2 - 1
5	KENNEDY	2.234	3 - 3
	* San Luis	338	2
	* San Fernando	639	2
	* Pepe Caceres	638	2
	* Ciudadela del Ciego	194	2
	* Sector Bolivariana	392	2
6	CAMILO TORRES	1.914	2-2
	* Santos	600	3
	* Villamercedes	481	3
7	LAS COLINAS	3.507	3-3
	* 11 de Noviembre	1.236	2
	* Castilla	293	3
8	MALHABAR	6.226	3
	* Malhabar 2 F	405	3
9	ARANJUEZ	3.678	3
	* El Encuentro -La Paz-Balc.Aran	280	3
	<b>SUB - TOTAL</b>	<b>36.269</b>	

COMUNA LA FUENTE

BARRIO	NOMBRE DEL BARRIO Y/O URBANIZACION	POBLACION	ESTRATO PREDOMINANTE
1	URIBE	2.506	3
	* Villa Nueva	288	3
	* El Palmar	715	3
2	VELEZ	2.182	4 - 3
	* Los Alamos	933	4
3	COLOMBIA	2.050	3
4	PRADO	1.025	3
5	BAJO PRADO	665	3
6	GONZALEZ	613	1-2
7	PERSIA	858	2
	* Bajo Persia	836	1-2
	* Eucaliptus ( Portal de S. Luis)	1.542	3
	* Portal de Eucaliptus	114	3
	* Isabela	991	2
8	GUAMAL - Urbanizac. Galicia	2.548	3
	* Urbanización Galicia	160	4
	* La Fuente	279	4
9	EL PARAISO ( Alferez Real)	2.561	1

10	VILLACARMENZA	2.665	4
11	ARRAYANES	1.732	3
12	CERVANTES	8.598	3
13	NEVADO	4.900	2
	* Los Andes	344	2
	* Bajo Nevado	1.471	1
	* La Panamericana.	333	1
14	MARMATO	1.522	1
	* La Isla	659	1
	<b>SUB - TOTAL</b>	<b>43.090</b>	

COMUNA LA MACARENA

BARRIO	NOMBRE DEL BARRIO Y/O URBANIZACION	POBLACION	ESTRATO PREDOMINANTE
1	SAN ANTONIO	2.425	3
2	20 DE JULIO	3.358	1-2
	* Solidaridad	260	1-2
3	EL CARMEN	6.115	1-2
	* Campamento	322	1
	* La Providencia	204	1
	* La Albania- El Rocio	494	1
4	CASTELLANA	428	6
5	EL BOSQUE - Bosconia	4.393	3-3
6	JESUS DE LA B. ESPERANZA	4.416	1-2
7	NOGALES- Portal de Nogales	1.756	3
8	PANORAMA - La Montaña	970	2
	* Nuevo Horizontes	285	2
9	CENTENARIO	971	3
	* Chapinero	439	1
	* Villa Kempis	314	2
10	ESTAMBUL- Multifamiliares	2.651	3
	* Villa Jardin	1.129	3
	* Torres de la Esponsión	581	3
	* Niño Jesus de Praga	183	2
	* Granjas de Estambul	262	2
	* Sector Estacion Uribe	58	2
	<b>SUB - TOTAL</b>	<b>32.014</b>	
	<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>353.313</b>	

ANEXO 8

PANADERIAS VIGENTES A MAYO DE 2009

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	NOMBRE DEL PROPIETARIO	DIRECCION	BARRIO	ESTRATO	COMUNA
PANADERIA LA CALEVA	VALENCIA DE FRANCO ERIDIA	CRA 20 NRO 52-61 LOC-1	ALTA LEONORA	4-4	PALOGRADE
PANADERIA LA NUEVA VALLUNA	GALVIS MEJIA DIEGO ALBERTO	CRA 20 NRO 74-04	ALTA SUZA	4-4	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA PEGASO XTREM NRO 2	GIL PEREZ NORBERTO DE JESUS	CRA 19 NRO 74A-04	ALTA SUZA	4-4	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA Y CAFETERIA PAN-CAFE	GARCIA REYES MARTHA CECILIA	CLL 18 NRO 27 49	ALTO CARIBE	2-2	CIUDADELA DEL NORTE
PANADERIA ALTO CARIBE	COOP. DE ALIMENTOS DE MZALES LTDA	CRA 47B NRO 11C-15	ALTO CARIBE	2-2	CIUDADELA DEL NORTE
PANADERIA EL ESTAR TAZO	ALZATE FLOR ALBA	CRA 3C NRO 57E-2 02	ALTOS DE GRANADA	3-3	CIUDADELA DEL NORTE
HELADER Y PANADERIA FRUITLUGOS	MUÑOZ ALZATE BLANCA LUCIA	CRA 3C NRO 57E-2 02	ALTOS DE GRANADA	3-3	CIUDADELA DEL NORTE
PANADERIA PAPAPIAN	CARVALLO DE VERGARA ANA ZORAIMA	CRA 42 NRO 71-73	ARANUIEZ	3-3	UNIVERSITARIA
PANADERIA ANTOLIS Y MAS	MUÑOZ OSORIO ANGELA MARCELA	CLL 66A NRO 12-03 ARANUIEZ	ARANUIEZ	3-3	UNIVERSITARIA
PANADERIA Y CAFETERIA ALEXA	ALONSO TRIVINO LUZ DALILA	CRA 13 NRO 47L-11	BAJO CARIBE	2-2	CIUDADELA DEL NORTE
PANADERIA LA FE	BETANCOURT ARQUITA EDISON	CRA 34 NRO 48B-13	BAJO TABLAZO	3-3	LA FUENTE
PANADERIA LA PASTORA	LONDONO HERNANDEZ CARLOS ENRIQUE	VEREDA BAO TABLAZO	BAJO TABLAZO	3-3	LA MACARENA
PANADERIA EL PAN NUESTRO	GIRALDO GOMEZ DIEGO DE JESUS	CLL 12 NRO 13-05	BELLAS ARTES	3-3	ATARDECERES
PANADERIA LA ESQUINA	LONDONO CHICA LUZ MARY	CLL 14 NRO 19-64	BELLAS ARTES	3-3	ATARDECERES
PANADERIA Y CAFET. PAN K.CH	PULIDO OLARTE MARIA NINFA	CLL 48K NRO 6-04	BENGALA	2-2	CIUDADELA DEL NORTE
PANADERIA GIRALDO	ROJAS SANTA FRANGSCO JAVIER	CLL 48G NRO 3B-04	BENGALA	2-2	CIUDADELA DEL NORTE
PANADERIA Y CAFET. MARIA BELCY MUKOZ	GIRALDO TRUJILLO HILDEFONSO	CRA 4D NRO 48B-62	BOSQUES DEL NORTE	2-2	CIUDADELA DEL NORTE
CAFETERIA Y PANADERIA PIRUJIN	MUÑOZ MUÑOZ GLADYS CARMENZA	CRA 3E NRO 48E-08	BOSQUES DEL NORTE	2-2	CIUDADELA DEL NORTE
SAN PAN PANADERIA	MUÑOZ ALVARO JOSE MARCES	CLL 48F NRO 3B-16	BOSQUES DEL NORTE	2-2	CIUDADELA DEL NORTE
PANADERIA LA ESMAERALDA	SOTO GIRALDO ALVARO	CLL 57 NRO 3B-09	CAMILLO TORRES	3-3	UNIVERSITARIA
PANADERIA LA ESMAERALDA	JIMENEZ REYES EGGAR EDUARDO	CRA 26A NRO 32-60	CAMPANADOR	3-3	CUMANDAY
PANADERIA JY Y WIDRILO	CALDERON DE CARDONA ANACELLY	CRA 33 NRO 29-20	CAMPANADOR	3-3	CUMANDAY
MISCELANEA Y PANADERIA ROSSY	SANCHEZ MARIA ASRENEFH	CRA 28 NRO 29-09	CAMPANADOR	3-3	CUMANDAY
PANADERIA PAN EXTRA	BETANCOURT CANO VIVIANA ANDREA	AV 18 NRO 11-11	CAMPHERMOSO	4-4	ATARDECERES
TIENDA MIXTA Y PANADERIA LASSER	GIRALDO BOTERO JOSE ALBERTO	CRA 14 NRO 13-50	CAMPHERMOSO	4-4	ATARDECERES
PANADERIA Y CAFETERIA RICURAS DE C.	AGUDELO GLORIA AMPARO	CRA 23 NRO 10C-77	GENTRIO	3-3	LA MACARENA
PANADERIA CALIDAD	FANNY ZULUAGA SERNA	CRA 19 NRO 24-08	GENTRIO INURBE	3-3	CUMANDAY
PANADERIA JOSE ARTURO VALENCIA	PERALTA OSORIO SAMUEL	CLL 35 NRO 27-97	GERVANTES	3-3	CUMANDAY
CAFETERIA Y PANADERIA CARDONA	VALENCIA GARCIA JOSE ARTURO	CLL 35 NRO 29-30	GERVANTES	3-3	LA FUENTE
PANADERIA PAN Y PAN	CARDONA SEPULVEDA JOSE ALDIVAR	CLL 36 NRO 26A-05	GERVANTES	3-3	LA FUENTE
CAFETERIA Y PANADERIA LA FLORESTA	FERBER QUINTERO MARIOLIC	CLL 38 NRO 28-26	GERVANTES	3-3	LA FUENTE
PANADERIA GUTEN BROT	FRANCO GOMEZ LUZ STELLA	CLL 31A NRO 30A-80	GERVANTES	3-3	LA FUENTE
PANADERIA HAMBUR PEFERO	ORDOZ MEJIA ALEJANDRO	CLL 37 NRO 29A-19	GERVANTES	3-3	LA FUENTE
PANADERIA Y CAFETERIA DANIN	LONDONO RENDON JULIANA	CRA 30A NRO 30-11	GERVANTES	3-3	LA FUENTE
PANADERIA DANIEL	INVERSIONES BIEDOYA GOMEZ LTDA	CLL 28 NRO 32-06	CHIPRE	3-3	LA FUENTE
TIENDA MIXTA Y PANADERIA COLOMBIA	QUINTERO GIRALDO RUBEN ALBERTO	CLL 10 NRO 8-09	CHIPRE	4-4	ATARDECERES
CAFETERIA Y PANADERIA SUPERPAN	VILLADA SUAZA ANIBAL DE JESUS	CLL 9A NRO 9-71	CHIPRE	4-4	ATARDECERES
PANADERIA EL ESPIGAL	BETANCOURT GONZALEZ DAVID	CRA 30 NRO 47-75	COLOMBIA	4-4	ATARDECERES
PANADERIA NUEVO MILENIO	HERNANDEZ LUZ MARGARITA	CLL 47 NRO 29-11	COLOMBIA	3-3	LA FUENTE
PANADERIA MIECHAS	TORRES SALAZAR CLAUDIA PATRICIA	CLL 27 NRO 13-66	COLON	2-2	SAN JOSE
PANADERIA Y CAFETERIA NEO PAN	COCA GONZALES JESUS NICOLAS	CRA 16 NRO 27-02	EL BOSQUE	3-3	LA MACARENA
PANADERIA LA 12	MUÑOZ ORBEGO SANDRA PATRICIA	CLL 14 NRO 26-42	EL BOSQUE	3-3	LA MACARENA
PANADERIA LA PEQUEÑA DE LA 26	OCAMPO VASQUEZ MARIE DEL CONSUELO	CRA 27 NRO 17-41	EL BOSQUE	3-3	LA MACARENA
PANADERIA VITAPAN	GONZALEZ CORREA MARGARITA	CRA 28 NRO 13-54	EL BOSQUE	3-3	LA MACARENA
PANADERIA LA ESMAERALDA	GONZALEZ CORREA AURIMIANA LORENA	CRA 26 NRO 14-01	EL BOSQUE	3-3	LA MACARENA
CAFETERIA Y PANADERIA JULIANITA	GONZALEZ CORREA AURIMIANA LORENA	CLL 12 NRO 28-36	EL BOSQUE	3-3	LA MACARENA
PANADERIA LA VIERNA	GONZALEZ CORREA AURIMIANA LORENA	CRA 26 NRO 14-01	EL BOSQUE	3-3	LA MACARENA
PANADERIA LA CASA DEL PANDEBONO	PEREZ SAMUEL ANTONIO	CRA 27 NRO 13-18	EL BOSQUE	3-3	LA MACARENA
PANADERIA Y PASTERIA MARIA E	GIRALDO IJARAMILLO GERARDO	CLL 48C NRO 12D-03	EL CARIBE	2-2	CIUDADELA DEL NORTE
PANADERIA SANCHO SANCHO	ARANZO SOTO MARIA LUZ DARY	CRA 6E NRO 52-27	EL CARMEN	1-2	LA MACARENA
PANADERIA Y CAFETERIA PERLA DE ORO	CASTAÑO GOMEZ MARIA GLADYS	CLL 18 NRO 31-29	EL CARMEN	1-2	LA MACARENA
PANADERIA SANCHO SANCHO	CORTES CORTES JOSE SAUL	CRA 33 NRO 18-28	EL CARMEN	1-2	LA MACARENA
PANADERIA Y CAFETERIA LA 22	SERNA GALLIGO LUZ DARY	CRA 28 NRO 17-18 PISO 1	EL CARRTERO	1-2	LA MACARENA
PANADERIA Y CAFETERIA SAMITAPAN	QUICENO IDARRAGA EROEL	CRA 23 NRO 316-04	EL CARRTERO	3-3	LA ESTACION
PANADERIA Y CAFETERIA PABO	CASTILLO AMAOR MARIA EVA	CLL 19 NRO 15-03	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
HERREERA BUJIRRAGO ADRIANA	MARIN MURILLO MARIELA	CRA 18 NRO 24-27	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
PANADERIA Y CAFET. TIO RICO	ORTIZ JIMENEZ LUZ FERNAN	CLL 27 NRO 19-56	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
PANADERIA Y CAFET. EL TIROL	RIVERA IMBERTI ELIZABETH	CLL 18 NRO 22-28	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
PANADERIA BIN BAN CENTRO	MARIN GRISALES MIRIAM	CLL 23 NRO 26-01	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
PANADERIA Y CAFETERIA LOS MARINILLOS	RODRIGUEZ DE CELIS OFELIA	CRA 23 NRO 28-45	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
PANADERIA OLAYA	GIRALDO ORTIZ JENARO DE JESUS	CRA 24 NRO 21-04	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
PANADERIA AMARDO	COYRINI DE VALENCIA LUZ EUGENIA	CRA 19 NRO 22-64	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
CAFETERIA Y PANADERIA SAMITAPAN	LOPEZ OSORIO LUCERO	CRA 23 NRO 14-52	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
PANADERIA Y CAFET. TIO RICO	DIAZ DIAZ MONICA JOHANNA	CLL 17 NRO 24-13	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
PANADERIA Y CAFET. EL TIROL	MARTINEZ MUÑOZ GLORIA ESPERANZA	CRA 24 NRO 15-05	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
PANADERIA Y CAFET. EL TIROL	CALDERON VARGAS PABO	CLL 17 NRO 23-51	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
PANADERIA Y CAFET. EL TIROL	HERREERA BUJIRRAGO ADRIANA	CLL 18 NRO 25-08	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
PANADERIA Y CAFET. EL TIROL	HAMIREZ JIMENEZ ANA MARIA	CRA 18 NRO 19-51	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
PANADERIA BIN BAN CENTRO	GIRALDO SALAZAR PEDRO LUIS	CRA 20 NRO 21-02	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY
PANADERIA BIN BAN CENTRO	GIRALDO SALAZAR PEDRO LUIS	CRA 21 NRO 21-11	EL CENTRO	3-3	CUMANDAY

PANADERIA EL NEVADO	BUSTAMANTE SALAZAR LUIS HERMAN	CLL 26 NRO 34A-17	EL NEVADO	2-2	LA FUENTE
PANADERIA M Y L	ESCOBAR MARIO FERNANDO	CLL 26 NRO 33B-04	EL NEVADO	2-2	LA FUENTE
PANADERIA PAN Y PAN	CORREA GIRALDO NICOLAS ALBERTO	CRA 40 NRO 48A-36	EL PARAISO	1-1	LA FUENTE
PANADERIA CAFETERIA MIL RICURAS	HOYOS AGUDELO JUAN CARLOS	CLL 47 NRO 36A-08	EL PRADO	3-3	LA FUENTE
PANADERIA Y PAST. BAO PORVENIR	HERNANDEZ GRAJALES BEATRIZ ELENA	CLL 53 NRO 9-02	EL SINAI	2-2	CUADRELA DEL NORTE
PANADERIA EL MAMEAR	ARROYAVE RAMIREZ MARIA NELLY	CLL 54 NRO 8C-40	EL SINAI	2-2	CUADRELA DEL NORTE
TIENDA PANADERIA SUBE Y BAJA	SANCHEZ ARIAS JORGE ELIECER	CRA 7L NRO 53-01	EL SINAI	2-2	CUADRELA DEL NORTE
PANADERIA Y CAFETERIA LUZ HELENA	NABANIO MARIN ANA MARIA	CLL 51 NRO 22-02	EL SOL	4-2	LA ESTACION
PANADERIA Y CAFETERIA LEOPAN	LOPEZ OSPINA LEONARDO	CLL 51 NRO 7-33 SOLLERINO	EL SOLLERINO	4-2	CUADRELA DEL NORTE
PANADERIA PAN Y DONAS	ORGANIZAC. ESCOBAR Y FRANCO LTDA	CLL 54 NRO 23-05	EL TRIANGULO	5-5	PALOGRANDE
PANADERIA EL CALEJO	HERNANDEZ ESCOBAR Y FRANCO LTDA	CRA 02A NRO 10C-47	ESTAMBUL	3-3	LA MACARENA
PANADERIA AUTOPAN	HENAO CORREA BEATRIZ EUGENIA	CRA 27 NRO 08-10	FANEON	3-3	LA FUENTE
TIENDA Y PANADERIA BOLIVIA	QUINTERO MARIA EUGENIA	CRA 32C NRO 49E-10	FANNY GONZALES	2-2	CUADRELA DEL NORTE
PANADERIA BEATRIZ AMPARO	CASTAÑO ROJAS WANCY DEL SOCORRO	CLL 02 NRO 34B-25	FATIMA	3-3	UNIVERSITARIA
PANADERIA LOS OSTOS	MARIN MONTES ILLIANA	CLL 65A NRO 33-118	FATIMA	3-3	UNIVERSITARIA
PANADERIA SURIPAN	JIMENEZ CASAS JORGE IVAN	CLL 68 NRO 35A-128	FATIMA	3-3	UNIVERSITARIA
CAFETERIA Y PANADERIA KAREL	GIBALDO HURTADO RUBEN DARIO	CLL 68 NRO 34-100	FATIMA	3-3	UNIVERSITARIA
PANADERIA JR.	HENAO HERRERA MARIA LUCERO	CLL 66B NRO 38-33	FATIMA	3-3	UNIVERSITARIA
PANADERIA LA ABUELA DE KENNEDY	O'CAMPO GONZALEZ JULIO BERNARDO	CRA 36A NRO 63A-46	FATIMA	3-3	UNIVERSITARIA
PANADERIA JUNIOR	GIBALDO MEJIA ISAIRO	CRA 34 NRO 63-29	FATIMA	3-3	UNIVERSITARIA
PANADERIA Y CAFETERIA MQUINO	PINILLA DE RONCANCIO ELVIA	CLL 24 NRO 16-40 L 40	GALERIA	1-2	SAN JOSE
PANADERIA Y CAFETERIA BIN PAN	ARIAS TORRES LUZ MARINA	CLL 21 NRO 16-62	GALERIA	1-2	SAN JOSE
PANADERIA LA CASA DEL PANDEVUCA	ORRIBEO DE OROZCO MARIA ALEJDA	CRA 31 NRO 16-20	IESUS DE LA BUENA ESPERANZA	1-2	LA MACARENA
PANADERIA CHOCUPAN	QUINTERO QUINTERO LEONEL	CRA 19 NRO 74A-44	LA ALTA SUZTA	4-4	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA CAMILEJA	URREGO SANCHEZ HUMBERTO	CLL 51B NRO 18-12	LA ARGENTINA	3-3	LA ESTACION
PANADERIA LUZ HELENA DE MIZLES	BEDOTA TRUJILLO RICARDO ANTONIO	CLL 51 NRO 22-02	LA ARGENTINA	3-3	LA ESTACION
PANADERIA Y MISCELANEA CHEOS	TORRES CATANO CARLOS ENRIQUE	CRA 19 NRO 51-15	LA ARGENTINA	3-3	LA ESTACION
PANADERIA Y CAFETERIA	RIVERA MURILLO MARIA CARMENZA	CRA 16A NRO 51B-118	LA ASSUNCIÓN	3-3	LA ESTACION
PANADERIA LUCY PAN	LONDOÑO LUANOS LUZ ALBA	CRA 17 NRO 51C-27	LA ASSUNCIÓN	3-3	LA ESTACION
PANADERIA NORMA	RESTREPO JIMENEZ ALEJECER DE JESUS	CRA 11 NRO 55-06	LA CAROLA	3-3	CUADRELA DEL NORTE
PANADERIA LA CUCHILLA	SANCHEZ ZAPATA LUZ MIRIAM	VEREDALA CUCHILLA DEL SALADO	LA CUCHILLA DEL SALADO	3-3	ATARDECERES
PASTELERIA Y PANADERIA TODO RICO	MUÑOZ MUÑOZ LUIS EVELIO	CRA 35 NRO 100B-41	LA ENEA	3-3	TESORITO
CAFETERIA Y PANADERIA RICAUITE	QUINTERO VALENCIA MARTHA LUCIA	CRA 35 NRO 98-03	LA ENEA	3-3	TESORITO
MISCELANEA Y PANADERIA SUPERIOR	RAMIREZ RAMIREZ MARCO FIDEL	CLL 103 NRO 34-07	LA ENEA	3-3	TESORITO
PANADERIA JUANCHICO PAN	ARIAS AVILA BEATRIZ ELENA	CLL 95B NRO 36A-27	LA ENEA	3-3	TESORITO
PANADERIA EL GRAN RULUOLO	GUARIN VALENCIA LUAN CARLOS	CRA 34 NRO 10B-03	LA ENEA	3-3	TESORITO
PANADERIA Y PAST. ANTONIOS DE LA ENEA	ZAPATA GARCIA WILLMAR	CRA 35 NRO 99A-99	LA ENEA	3-3	TESORITO
PANADERIA SAN DIEGO	LOPEZ GALLEGO OLGIA PATRICIA	CRA 35 NRO 101B-51	LA ENEA	3-3	TESORITO
PANADERIA LA VICTORIA S.A.	ESPINOSA PACHON HERNAN ALONSO	CRA 22 NRO 100B-33	LA ENEA	3-3	TESORITO
PANADERIA Y CAFETERIA DON PANDEBONO	MUÑOZ HERNANDEZ LINA MARIA	CRA 23 NRO 59-67	LA ESTRELLA	5-6	PALOGRANDE
PANADERIA EL MILENIO	GIBALDO AGUIRRE JHON JAIMÉ	CRA 24 NRO 64-57	LA ESTRELLA	5-6	PALOGRANDE
PANADERIA GOLO DEL NRO. 2	SANCHEZ GARCIA EFRAIN	LA LINDA ANTES DEL SEMINARIO	LA LINDA	2-2	ATARDECERES
SUZETTE PANADERIA REPOSTERIA	SUZETTE S.A	CRA 23 NRO 61-08	LA RAMBLA	5-5	PALOGRANDE
PANADERIA AGUILENA	CLAUDIO LOPEZ LUIS EVELIO	CRA 23 NRO 63-112	LA RAMBLA	5-5	PALOGRANDE
PANADERIA CON-PAN	GIBALDO AGUIRRE ORLANDO	CRA 10 NRO 66-08	LA SULTANA	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA Y PASTELERIA RICO PASTEL	AGUIRE MEDINA MARIA ESTELLA	CRA 11 NRO 62-10 LOCAL	LA SULTANA	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA LOS VENTARRONES	GARCIA CASTAÑO MARIA DORIS	CLL 68B NRO 11A-18	LA SULTANA	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA Y PASTELERIA WINNIE PAN	CLAUDIO LOPEZ FLORENTINO	CRA 8 NRO 67-40	LA SULTANA	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA FELIPE	MEJIA LOPEZ MARIO	CLL 66 NRO 9A-71	LA SULTANA	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA JUANES	MARTINEZ Cárdenas JUAN DE DIOS	CLL 67 NRO 8-145	LA SULTANA	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA Y CAFET. HOMAR	LOPEZ GALLEGO ALFREDO	CRA 10 NRO 66A-24	LA SULTANA	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA SOFIA	MARIN AGUIRRE MARIA EDITH	CLL 67 NRO 10-22	LA SULTANA	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA RICURAS DEL GORDO	BETANCUR MARIN LUZ MARIA	CLL 67 NRO 10A-20	LA SULTANA	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
MISCELANEA Y PANADERIA LA TOISCANA	LONDOÑO DE LONDOÑO CLARIVEL	CLL 68B NRO 15-25	LA TOISCANA	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA Y CAFET. JUANCHICO	SANCHEZ SALAVARRIETA NEGLY EMILCE	CRA 20 NRO 50-72	LAS AMERICAS	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA LA 20	CASTILLO ESCOBAR ALONSO	CLL 33 NRO 19-02	LAS DELICIAS	3-3	CUMANDAY
PANADERIA CAFETERIA LADY	LONDOÑO CARDOÑA JAIME	CRA 17 NRO 30-02	LAS DELICIAS	2-2	SAN JOSE
PANADERIA Y PANADERIA PAN COWER	QUINTERO DE VALENCIA MARIA ALBA	CRA 18 NRO 31-12	LAS DELICIAS	2-2	SAN JOSE
PANADERIA ANA MARIA	VALENCIA BOHORQUEZ BLANCA ROCIO	CRA 18 NRO 30-52	LAS DELICIAS	2-2	SAN JOSE
PANADERIA Y CAFET. CRISPAN	GOMEZ VALENCIA MARTHA YOLANDA	CLL 40 NRO 19-03	LAS DELICIAS	2-2	SAN JOSE
PANADERIA LA 67	SANCHEZ ABOYAVE JESUS MARIA	CRA 18 NRO 34-41	LAS DELICIAS	2-2	SAN JOSE
PANADERIA Y CAFET. LA 34	LOPEZ AGUDELO LUZ YAMILE	CRA 26 NRO 33-84	UNIBRES	3-3	CUMANDAY
PANADERIA WALT DISNEY	JARAMILLO GOMEZ BEATRIZ	CLL 19 NRO 18-55 10 J AGUST	LOS AGUSTINOS	3-3	CUMANDAY
PANADERIA FLOR PAN	HERNANDEZ RIOS FLOR MARINA	CLL 17 NRO 15-47	LOS AGUSTINOS	3-3	CUMANDAY
PANADERIA Y PASTELERIA MAMAPAN	VARGAS GARCIA ROSALBA	CLL 4A NRO 20B-22	LOS ALCAZARES	4-4	ATARDECERES
PANADERIA LAS TRES PERLAS	BETANCUR ALVAREZ JOSE ALDEMAR	CLL 38 NRO 3A-22	LOS ARRAYANES	3-3	LA FUENTE
PANADERIA AMIGA	O'CAMPO JURADO JOSE WILSON	CLL 37A NRO 34-16	LOS ARRAYANES	3-3	LA FUENTE
PANADERIA Y CAFETERIA BIN PAN	GIBALDO DE SALAZAR NOHEMY	CRA 23 NRO 32-24	LOS FUNDADORES	3-4	CUMANDAY
PANADERIA EDIPAN	GALLEGO ATHEROTUA JOSE HEDILBERTO	CLL 33 NRO 20-04	LOS FUNDADORES	3-4	CUMANDAY
FUENTE DE SODA Y PANADERIA SORRENTO	VARON IDARRAGA CLAUDIA MARCELA	CRA 23 NRO 31-37	LOS FUNDADORES	3-4	CUMANDAY
CAFETERIA PANADERIA PANCHELY NRO 1	OSORIO RIOS JHON JAIRO	CRA 23 NRO 31-15	LOS FUNDADORES	3-4	CUMANDAY
PANADERIA LUSITANIA	ZAMBRANO JORGE ANDRES	CRA 36 NRO 81B-16	LUSITANIA	3-3	TESORITO
PANADERIA ARENAS	ARENAS AGUDELO MARTHA INES	CRA 36 NRO 81B-16	MAHABAR	3-3	UNIVERSITARIA
PANADERIA EL GRAN EL CAHEL	VILLAMIL RIVERA BLANCA WIVIANA	CLL 67C NRO 02-12	MINITAS	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA Y CAFETERIA VIVEROS LA 63	OSPINA ZAPATA FELIX MARIA	CLL 63 NRO 12A-04	MINITAS	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA JUANES DE LA DECIMA	MARIN HERNANDEZ JUAN CAVILLO	CRA 10 NRO 66A-24	MINITAS	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO

PANADERIA J.G. MUÑOZ	MUÑOZ FERNANDEZ JOSE GABRIEL	CRA 11A NRO 60-29	MINITAS	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA EL TRIGO DE ORO	MONTOYA DE MONTOYA SOCORRO	CLL 63B NRO 11A-18	MINITAS	3-3	ECO TURISTICO CERRO DE ORO
PANADERIA Y PASTELERIA REAL	GIRALDO ZULUAGA SERGIO ANDRES	CLL 65 NRO 23B-91 LOC-3	PALERMO	6-6	PALERMO
PANADERIA QUE RICO	HERNANDEZ NARVAEZ NANCY MILENA	CRA 20 NRO 27-57	PARQUE CALDAS	3-3	CUMANDAY
PANADERIA LOS HERMANOS	CALDERON RODRIGUEZ JAVIER	CLL 45D NRO 11C-22	PERALONSO	2-2	CUDADELA DEL NORTE
PANADERIA PERALONSO	VELASQUEZ MUÑOZ CONSUELO	CRA 12 NRO 45G-22	PERALONSO	2-2	CUDADELA DEL NORTE
PANADERIA TULIPAN	VALENCIA GOMEZ JOSE ARNULFO	CLL 46 NRO 35B-39	PRADO MEDIO	3-3	LA FUENTE
PANADERIA SAMARIA LA 52	AGUDELO CASTRO ELIZABETH	CLL 52 NRO 36-70	SAMARIA	2-2	CUDADELA DEL NORTE
PANADERIA LA PIRAMIDE	LOPEZ AGUDELO JORGE EULECER	CRA 12 NRO 29A-01	SAN IGNAO	2-2	SAN JOSE
PANADERIA FRANCESA	VILLADA BEDOYA JAVIER	CLL 23 NRO 27-05	CUMANDAY	3-3	CUMANDAY
PANADERIA LA DELICOSA	MORALES GOMEZ LAURA ESPERANZA	CRA 26 NRO 27-61	SAN JOAQUIN	3-3	CUMANDAY
PANADERIA MARYLUN	GONZALEZ CORREA JOSUE	CLL 25 NRO 26-31	SAN JOAQUIN	3-3	CUMANDAY
PANADERIA Y PASTELERIA NATACHA	MARTINEZ GOMEZ EPALMIO	CRA 19 NRO 51-15	SAN JORGE	3-4	LA ESTACION
PANADERIA YULY	HOYOS SERRA FRANCISCO LUIS	CRA 20 NRO 48C-51	SAN JORGE	3-4	LA ESTACION
PANADERIA VALENTINA DE LA 48	PATINO AGUIRRE MARTHA CECILIA	CLL 48 NRO 18-34	SAN JORGE	3-4	LA ESTACION
PANADERIA Y CAFETERIA LA 14	AGUIRRE CAMPUZANO YENNY PAOLA	CRA 22 NRO 47-02	SAN JORGE	3-4	LA ESTACION
PANADERIA EL GRAN PANDEYUCA	PEREZ OSORIO MARIA CONSUELO	CLL 25 NRO 13-66	SAN JOSE	2-2	SAN JOSE
PANADERIA LOS TRIGALES	LAVERDE POSADA HUMBERTO	CRA 16 NRO 24-37	SAN JOSE	2-2	SAN JOSE
PANADERIA COMA RICO	TRUJILLO DUQUE JAIRO	CLL 25 NRO 16-37	SAN JOSE	2-2	SAN JOSE
PANADERIA Y PASTELERIA JE	HENAO DE LOPEZ LETICIA	CRA 14 NRO 285-58	SAN JOSE	2-2	SAN JOSE
PANADERIA LA ESPECIAL	MOLINA ALZATE EDERSSON	CLL 48F NRO 36G-09	SAN SEBASTIAN	1-1	CUDADELA DEL NORTE
PANADERIA DELICIAS DEL 41	RODRIGUEZ ARANGO JULIO CESAR	TERMINAL DE TRANSP. LOC 24	TERMINAL DE TRANSPORTES	3-3	UNIVERSITARIA
PANADERIA Y CAFETERIA MAURY	VELEZ ACEVEDO JORGE HERNAN	TRES ESQUINAS (KILOMETRO 41)	TRES ESQUINAS (KILOMETRO 41)	3-3	LA MACABENA
PANADERIA ZURCH	MONSALVE DE OSORIO HERCULIA	CRA 24 NRO 40-106	VELEZ	3-4	LA FUENTE
PANADERIA Y PAST. DELICIAS EL GORDO	ZULUAGA MENDOZA YULIANA	CRA 23 NRO 13-44	VELEZ	3-4	LA FUENTE
PANADERIA TENAMPA	LONDONO RESTREPO JOSE RENALDO	CRA 23 NRO 50D-54	VERSALES	3-5	LA ESTACION
PANADERIA Y PASTELERIA LA FAVORITA	RENDON ECHEVERRI JAVIER ARTEMIO	CLL 38 NRO 25-63	VILLA NUEVA	3-3	UNIVERSITARIA
PANADERIA Y MISCELANEA LAS TRES YES	OSORIO GIRALDO SAMUEL	CRA 1E NRO 98B-08	VILLA PILAR	4-4	ATARDECERES
CAFETERIA PANADERIA DANNY	ALVAREZ ALZATE DIEGO	CRA 11 NRO 51G-02 V/HSA	VILLAHERMOSA	2-2	CUDADELA DEL NORTE
PANADERIA ALEJO	VASQUEZ VASQUEZ JOSE ALIRIO	CRA 12 NRO 55-22	VILLAHERMOSA	2-2	CUDADELA DEL NORTE
TIENDA Y PANADERIA JUANCHO	LOPEZ HENAO LUISA FERNANDA	CLL 51D NRO 10-76	VILLAHERMOSA	2-2	CUDADELA DEL NORTE
PANADERIA DELICIAS VILLAHERMOSA	MORALES POMAR MILENA DEL ROCIO	CRA 11 NRO 51C-21	VILLAHERMOSA	2-2	CUDADELA DEL NORTE
	GALVIS DIAZ MARIA DAYNE	CLL 50 NRO 11-05	VILLAHERMOSA	2-2	CUDADELA DEL NORTE
	SANCHEZ HERMANDEZ EDGAR	CRA 11 NRO 51E-24	VILLAHERMOSA	2-2	CUDADELA DEL NORTE