

	<b>GESTIÓN DE RECURSOS Y SERVICIOS BIBLIOTECARIOS</b>	<b>Código</b>	FO-SB- 12/v0
	<b>ESQUEMA HOJA DE RESUMEN</b>	<b>Página</b>	1/1

### RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES):

NOMBRE(S): WILLIAM APELLIDOS: GALBAN PINEDA

NOMBRE(S): HECTOR HERNANDO APELLIDOS: MONTES CASTELLANOS

NOMBRE(S): VANITY SMITH APELLIDOS: ARCINIEGAS PÉREZ

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: CONTADURÍA PÚBLICA

DIRECTOR:

NOMBRE(S): GERSON APELLIDOS: RUEDA VERA

CODIRECTOR:

NOMBRE(S): YAIR ROLANDO APELLIDOS: CASADIEGO DUQUE

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): EVALUACIÓN EMPRESARIAL DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DEL SECTOR MINORISTA DE LA COMUNA 5 DE LA CIUDAD DE SAN JOSÉ CÚCUTA

RESUMEN

En la actualidad los establecimientos de comercio minorista en la ciudad de San José De Cúcuta aumentan cada día y se han convertido en el principal medio para la distribución de productos y servicios de primera necesidad en la ciudad de San José De Cúcuta; esto debido principalmente a la crisis económica que enfrenta la ciudad actualmente. Teniendo en cuenta el anterior escenario, el presente trabajo de investigación tiene como objetivo fundamental determinar las particularidades de los establecimientos comerciales del sector minorista de la comuna 5 de la ciudad de Cúcuta por medio de la Evaluación Empresarial. Para tal fin, se han seleccionado tres tipos de establecimientos comerciales típicos de barrio como las Tiendas, misceláneas y papelerías de la comuna 5 de Cúcuta. En el marco del desarrollo metodológico, se ha planteado una investigación con enfoque cualitativo, de tipo descriptivo. Se desea que los resultados aquí expuestos sean de gran utilidad para los diversos actores que conforman el comercio minorista, la academia y el público en general.

PALABRAS CLAVE: Comercio Minorista, Crisis Económica, Evaluación Empresarial, Economía.

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 89 PLANOS:      ILUSTRACIONES:      CD ROOM: 1

Elaboró		Revisó		Aprobó	
Equipo Operativo del Proceso		Comité de Calidad		Comité de Calidad	
Fecha	24/10/2014	Fecha	05/12/2014	Fecha	05/12/2014

COPIA NO CONTROLADA

EVALUACIÓN EMPRESARIAL DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DEL  
SECTOR MINORISTA DE LA COMUNA 5 DE LA CIUDAD DE SAN JOSÉ CÚCUTA.

WILLIAM GALBAN PINEDA

HECTOR HERNANDO MONTES CASTELLANOS

VANITY SMITH ARCINIEGAS PÉREZ

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS DE CONTADURÍA PÚBLICA

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2020

EVALUACIÓN EMPRESARIAL DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DEL  
SECTOR MINORISTA DE LA COMUNA 5 DE LA CIUDAD DE SAN JOSÉ CÚCUTA.

WILLIAM GALBAN PINEDA

HECTOR HERNANDO MONTES CASTELLANOS

VANITY SMITH ARCINIEGAS PÉREZ

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

Contador Público

Director:

GERSON RUEDA VERA

Contador Público

Codirector:

YAIR ROLANDO CASADIEGO DUQUE

Contador Público

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS DE CONTADURÍA PÚBLICA

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2020

**FECHA:** Cúcuta, 11 de junio de 2020

**LUGAR:** "UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER"  
**PLAN DE ESTUDIOS:** "CONTADURIA PUBLICA"

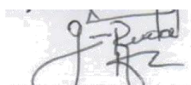
**TITULO DEL TRABAJO:** "EVALUACIÓN EMPRESARIAL DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DEL SECTOR MINORISTA DE LA COMUNA 5 DE LA CIUDAD DE SAN JOSE DE CÚCUTA"

JURADOS	ENTIDAD
GERSON RUEDA VERA	U.F.P.S.
YAIR ROLANDO CASADIEGO DUQUE	U.F.P.S.
GABRIEL CARRASCAL PEREZ	U.F.P.S.
LUIS FERNANDO GUARDIOLA PLAZAS	U.F.P.S.


**DIRECTOR (A):** GERSON RUEDA VERA  
**CODIRECTOR (A):** YAIR ROLANDO CASADIEGO DUQUE

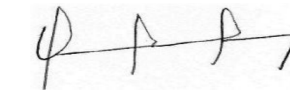
NOMBRE DEL ESTUDIANTE	CODIGO	CALIFICACION	LETRAS	A	M	L
WILLIAM GALBAN PINEDA	1223109	4.2	Cuatro Dos	X		
HECTOR HERNANDO MONTES CASTELLANOS	1223111	4.2	Cuatro Dos	X		
VANITY SMITH ARCINIEGAS PEREZ	1223099	4.2	Cuatro Dos	X		

**FIRMA DE LOS JURADOS:**

  
GERSON RUEDA VERA  
Jurado

  
YAIR ROLANDO CASADIEGO DUQUE  
Jurado

  
LUIS FERNANDO GUARDIOLA PLAZAS  
Jurado

  
GABRIEL CARRASCAL PEREZ  
Jurado

Vo.Bo. COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR PLAN DE ESTUDIOS

Fabian R.





**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA  
LA CONSULTA, LA REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y LA PUBLICACIÓN  
ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO**

Cúcuta, 6 de julio del 2020

Señores  
BIBLIOTECA EDUARDO COTE LAMUS  
Ciudad

Cordial saludo:

William Galban Pineda, Hector Hernando Montes Castellanos y Vanity Smith Arciniegas Perez identificados con la C.C. N° 1.090.520.706, 1.090.501.005, 1.093.786.028, autores de la tesis y/o trabajo de grado titulado EVALUACIÓN EMPRESARIAL DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DEL SECTOR MINORISTA DE LA COMUNA 5 DE LA CIUDAD DE SAN JOSÉ CÚCUTA presentado y aprobado en el año 2020 como requisito para optar al título de Contador Público; autorizamos a la biblioteca de la Universidad Francisco de Paula Santander, Eduardo Cote Lamus, para que con fines académicos, muestre a la comunidad en general a la producción intelectual de esta institución educativa, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado en la página web de la Biblioteca Eduardo Cote Lamus y en las redes de información del país y el exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad Francisco de Paula Santander.
- Permita la consulta, la reproducción, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato CD-ROM o digital desde Internet, Intranet etc.; y en general para cualquier formato conocido o por conocer.

Lo anterior, de conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la ley 1982 y el artículo 11 de la decisión andina 351 de 1993, que establece que “**los derechos morales del trabajo son propiedad de los autores**”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

*William Galban P.*

C.C 1.090.520.706

*Hector Montes C.*

C.C 1.090.501.005

*Vanity Smith*

C.C 1.093.786.028

## Contenido

	<b>Pág.</b>
Introducción	15
1. Problema	16
1.1 Titulo	16
1.2 Planteamiento del Problema	16
1.3 Objetivos	19
1.3.1 Objetivo general	19
1.3.2 Objetivos específicos	20
1.4 Justificación	20
1.4.1 A nivel social	20
1.4.2 Nivel institucional	20
1.4.3 A nivel personal	21
1.5 Alcances	21
1.6 Limitaciones	21
1.6.1 De tipo académico	21
1.6.2 De tipo económico	21
2. Marco Referencial	22
2.1 Antecedentes de la Investigación	22
2.2 Marco Teórico	25
2.2.1 Teoría del valor	25
2.2.2 Teoría de la administración	27
2.2.3 Teoría de sistemas	29
2.3 Bases Legales	30

2.3.1 Generales	30
2.3.1.1 Constitución política de Colombia. (1991)	30
2.3.1.2. Decreto 410 marzo 27 de 1971	31
2.3.1.3. Decreto 0624 de 1989	31
2.3.2 Específicas	32
2.3.2.1 Leyes, acuerdos ordenanzas, decretos, resoluciones, estatutos y actas	32
2.4 Marco Conceptual	32
2.5 Sistema de Hipótesis	33
2.6 Sistema de Variables	34
2.6.1 Variable independiente	34
2.6.2 Variable dependiente	34
2.6.3 Variable interviniente	34
2.7 Matriz de Operacionalización de las Variables	35
3. Diseño Metodológico	36
3.1 Tipo de Investigación	36
3.2 Diseño Investigativo o tipo de Estudio	36
3.3 Población	36
3.4 Muestra	37
3.5 Diseño de Instrumentos	38
3.6 Validación y Confiabilidad de los Instrumentos	39
3.7 Estudio piloto o Validación por Expertos	39
3.8 Técnica de Recolección de Datos	39
3.8.1 Fuentes primarias	39
3.8.2 Fuentes secundarias	40

3.9 Técnica de Análisis de la Información	40
3.9.1 Análisis documental	40
3.9.2 Análisis opinático	40
3.9.3 Análisis estadístico	40
3.9.4. Análisis financiero	41
3.9.5. Análisis Administrativo	41
3.9.6 Análisis estratégico	41
4. Análisis y Procesamiento de la Información	42
4.1 Análisis Descriptivo	42
4.2 Análisis Correlacional	71
5. Conclusiones	77
6. Recomendaciones	79
Referencias Bibliográficas	80
Anexos	83



## Lista de Tablas

	<b>pág.</b>
Tabla 1. Matriz de operacionalización de las variables	35
Tabla 2. Indique en cuál de las siguientes instituciones gubernamentales se encuentra registrada su empresa	59
Tabla 3 ¿Cuál de los siguientes impuestos está obligado?	64
Tabla 4. Correlación de variables de los Ítems 2 y 4	71
Tabla 5. Correlación de variables de los Ítems 7 y 8	72
Tabla 6. Correlación de variables de los Ítems 9 y 17	73
Tabla 7. Correlación de variables de los Ítems 3 y 10	73
Tabla 8. Correlación de variables de los Ítems 13 y 21	74
Tabla 9. Correlación de variables de los Ítems 20 y 3	74
Tabla 10. Correlación de variables de los Ítems 22 y 24	75
Tabla 11. Correlación de variables de los Ítems 25 y 26	75
Tabla 12. Correlación de variables de los Ítems 6 y 7	76

## Lista de Figuras

	<b>pág.</b>
Figura 1. Que lo motivo para iniciar su empresa?	42
Figura 2. ¿Cuánto tiempo hace que inició operaciones en la empresa?	43
Figura 3. Valor promedio de las ventas mensuales	43
Figura 4. Dinero requerido para iniciar su empresa	44
Figura 5. Quien dirige las operaciones en la empresa	45
Figura 6. ¿Cuántas personas laboran en su empresa?	45
Figura 7. Contratación de empleados	46
Figura 8. Forma de pago a empleados	47
Figura 9. Estrategias utilizadas para diferenciarse	48
Figura 10 ¿Considera que los almacenes de cadena son una amenaza?	49
Figura 11. ¿Qué estrategia maneja para la ubicación de sus productos?	49
Figura 12. ¿De qué forma abastece su negocio?	50
Figura 13. ¿Con que regularidad surte su negocio?	51
Figura 14 ¿Cantidad de proveedores?	52
Figura 15. ¿Sus proveedores les otorgan crédito?	53
Figura 16 ¿Tiempo de crédito otorgado por el proveedor?	53
Figura 17. Principal cliente	54
Figura 18 ¿Otorgan crédito a sus clientes?	55
Figura 19 ¿Tiempo de crédito otorgado a sus clientes?	55
Figura 20 ¿Horas en las que permanece abierto su negocio?	56
Figura 21. Días de atención	57
Figura 22. ¿Conoce entidades que le brinden apoyo?	57

Figura 23. Indique la entidad que le brindó apoyo para el desarrollo de su empresa	58
Figura 24. Tipo de servicio suministrado para el desarrollo de su empresa	59
Figura 25. ¿Se encuentra registrada en la Dian?	60
Figura 26 ¿Se encuentra registrada en la cámara de comercio?	61
Figura 27 ¿Se encuentra registrada en Industria y Comercio?	62
Figura 28. ¿Se encuentra registrada en Sayco y Acinpro?	62
Figura 29. ¿No se encuentra registrada en ninguna entidad?	63
Figura 30. ¿Está obligado a pagar impuesto de renta?	64
Figura 31. ¿Está obligado a pagar ICA?	65
Figura 32. ¿Está obligado a pagar el impuesto del IVA?	66
Figura 33. ¿Tipos de registros contables que utiliza en su negocio?	66
Figura 34. ¿Responsable de llevar el control financiero de la empresa?	67
Figura 35 ¿Elabora estados financieros en su empresa?	68
Figura 36. Utiliza algún tipo de financiamiento o préstamo para su empresa	69
Figura 37 ¿Cuál fue el destino del financiamiento?	69
Figura 38. ¿Hace uso de caja registradora?	70
Figura 39 ¿Utiliza alguna tecnología como medio de pago?	71

## Lista de Anexos

	<b>pág.</b>
Anexo 1. Encuesta	84

## **Resumen**

En la actualidad los establecimientos de comercio minorista en la ciudad de San José De Cúcuta aumentan cada día y se han convertido en el principal medio para la distribución de productos y servicios de primera necesidad en la ciudad de San José De Cúcuta; esto debido principalmente a la crisis económica que enfrenta la ciudad actualmente. Teniendo en cuenta el anterior escenario, el presente trabajo de investigación tiene como objetivo fundamental determinar las particularidades de los establecimientos comerciales del sector minorista de la comuna 5 de la ciudad de Cúcuta por medio de la Evaluación Empresarial. Para tal fin, se han seleccionado tres tipos de establecimientos comerciales típicos de barrio como las Tiendas, misceláneas y papelerías de la comuna 5 de Cúcuta. En el marco del desarrollo metodológico, se ha planteado una investigación con enfoque cualitativo, de tipo descriptivo. Se desea que los resultados aquí expuestos sean de gran utilidad para los diversos actores que conforman el comercio minorista, la academia y el público en general.

## **Abstract**

Nowadays, the retail establishments In the city of San José De Cúcuta increase every day and have become the main means for the distribution of products and services of necessities in the city of San José De Cúcuta; This is mainly due to the economic crisis facing the city today.

Taking into account the previous scenario, this research work has as fundamental objective to determine the particularities of the commercial establishments of the retail sector of the commune 5 of the city of Cúcuta by means of the Evaluation Business. To this end, three types of commercial establishments typical of the neighborhood have been selected, such as the Shops, Miscellanies and Stationeries of the commune 5 of Cúcuta. In the framework of methodological development, a research with a qualitative approach, of a descriptive type, has been raised. It Is desired that the results presented here have been very useful for the various actors that make up retail, academia and the general public.

## **Introducción**

Actualmente los cambios que se presentan en la economía mundial han llevado a que las empresas cuyo objetivo fundamental es el crecimiento, tengan de herramienta principal la evaluación empresarial, ya que esta permite conocer el desempeño de un trabajador, el cual es un componente de gran importancia para las empresas, porque ayuda a implementar estrategias y afinar la eficacia.

Colombia se ha caracterizado en los últimos años por tener una dinámica altamente positiva respecto del comercio minorista que se presenta en el país, en el cual se observa que las tiendas de barrio tradicional generan un gran impacto debido a su buen acoplo. Por tal motivo la evaluación empresarial es de gran utilidad para determinar el grado de madurez o evolución de la empresa, en el cual se abarca un amplio conocimiento acerca de cuáles son las fortalezas y debilidades de esta.

Es por ello que en el presente trabajo se realizó una evaluación empresarial al sector minorista con el fin de optimizar sus recursos e incrementar su nivel competitivo, el cual está comprendido por los pequeños establecimientos de comercio, ubicados en los distintos barrios que comprende la ciudad, cuyo objetivo principal fue determinar las particularidades de los establecimientos comerciales del sector minorista de la comuna 5 de la ciudad de san José de Cúcuta.

# **1. Problema**

## **1.1 Título**

EVALUACIÓN EMPRESARIAL DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DEL SECTOR MINORISTA DE LA COMUNA 5 DE LA CIUDAD DE SAN JOSÉ CÚCUTA.

## **1.2 Planteamiento del Problema**

La evaluación empresarial es una herramienta de suma importancia en el mercado global, debido a que ésta permite realizar un diagnóstico en el cual el empresario podrá conocer como está funcionando su empresa actualmente, esto brindará un apoyo para minimizar riesgos y tomar decisiones acertadas con el fin de que los objetivos propuestos sean conseguidos.

El Global Retail Development Index <sup>TM</sup> (GRDI) en el año 2017 señala que:

Los minoristas más grandes del mundo enfrentan nuevos desafíos a medida que se expanden en mercados en desarrollo. El sentimiento nacionalista destacado por Brexit y América First ha creado incertidumbre sobre la entrada en nuevos mercados, mientras que la mayor sofisticación y el éxito de los competidores locales y regionales ha generado dudas sobre lo que se necesita para competir con éxito en estos mercados. (p.1)

Por lo mencionado anteriormente se puede decir que los mercados minoristas globales están en constante cambio debido al aumento de competidores locales, y referente a este proceso se tiene como una parte muy importante al cliente, el cual obliga a que las compañías realicen cambios significativos y otras estén en el proceso de aprendizaje.



En Colombia, se establece que el mercado minorista es altamente competitivo. El comercio minorista en el país se realiza de forma tradicional y formal. El Tradicional comprende un conjunto de las llamadas “tiendas de barrio”, “misceláneas”, “cacharrerías” y “variedades”, el cual constituye una gran parte de las ventas del sector. Estas tiendas son importantes para la población de bajos recursos, ya que responden a las necesidades y características de los consumidores. El formal está compuesto por almacenes cuya área de ventas es mayor a 100m<sup>2</sup> y por lo general son comerciantes privados.

El Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE) realizó un estudio que arroja como resultado que, en marzo de 2019, las ventas del comercio minorista aumentaron 5,3% frente a las registradas en el mismo mes de 2018. De las 16 líneas de mercancías, 14 registraron variaciones positivas en sus ventas reales sumando 5,9 puntos porcentuales. Por su parte, las demás líneas restaron en conjunto 0,6 puntos porcentuales al comportamiento del sector.

Teniendo en cuenta la información anterior, las ventas del comercio minorista en Colombia en el 2019 han tenido un aumento significativo respecto al 2018, esto se debe a que la población en general busca comodidad y economía al comprar los productos de la canasta familiar de forma detallada para su uso diario. Por otra parte, el comercio minorista ha crecido debido a que los almacenes de cadena en su mayoría no venden de forma detallada y asequible para las necesidades de la población que no tiene el capital disponible para comprar al por mayor aprovechando las ofertas de la misma. Además, se estableció que a nivel nacional la informalidad laboral más alta fue en Cúcuta donde el indicador se ubicó en un 69,4%.

También se realizó un estudio donde se muestra que en el 2019 la tasa de desempleo fue 10,3%, presentando un aumento de 0,8 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2018 (9,5%). La tasa global de participación se ubicó en 62,2%, lo que representó una caída de 2,4 puntos porcentuales frente al mes de abril de 2018 (64,6%). Finalmente, la tasa de ocupación fue 55,8%, presentando una disminución de 2,7 puntos porcentuales en comparación con abril de 2018 (58,5%).

De lo anterior se puede concluir que el país cada año aumenta los índices de desempleo lo cual es uno de los principales motivos que tienen los comerciantes de Cúcuta para vivir en la informalidad o empezar a emprender con una “tiendita” llamada coloquialmente así, en su propia casa y de allí obtener su sostenimiento y estabilidad económica.

Por ello el motivo de nuestra investigación, se realizar un trabajo de campo donde haremos encuestas a los comerciantes de la comuna 5 propietarios de papelerías tiendas y misceláneas donde se realizarán unas encuestas que nos proporcionara información suficiente para evaluar el nivel de los siguientes aspectos:

Descripción del establecimiento

Diagnostico administrativo

Diagnóstico del entorno

Diagnostico legal y financiero

Regionalmente hablando Suárez (2016), nos dice en su trabajo de investigación que:

San José de Cúcuta es una ciudad que se encuentra inmersa en una crisis económica debido a la dependencia, en materia económica, que la ciudad ha desarrollado de Venezuela. Sumado a esto, el desinterés por parte del Estado y los diferentes problemas sociales han llevado a que la ciudad hace casi una década no tenga avances significativos en materia de desarrollo urbano. (p.1)

Hoy en día en el 2019 la crisis económica de la cual habla Suarez sigue empeorándose y no se tiene un panorama positivo de mejoramiento puesto que el desempleo sigue aumentando significativamente al pasar los años, los trabajadores informales de a poco están siendo suplantados por los ciudadanos venezolanos ya que los empresarios los prefieren por su mano de obra más económica lo que está llevando a los ciudadanos cucuteños a comenzar su propia empresa en el sector minorista lo cual según las cifras del Dane mencionadas anteriormente va en crecimiento, pero esta decisión a su vez trae una serie de inconvenientes que impiden el desarrollo económico de la ciudad.

Uno de ellos es que la mayoría de tiendas tradicionales no están registradas en la cámara de comercio y no pagan impuestos, esto reduce de manera importante el recaudo económico del país. Debido a esto se realizará una investigación de campo en la comuna 5 de Cúcuta, la cual tiene como objetivo general determinar las particularidades de los establecimientos comerciales del sector minorista de la comuna 5 de la ciudad de Cúcuta.

### **1.3 Objetivos**

**1.3.1 Objetivo general.** Determinar las particularidades de los establecimientos comerciales del sector minorista de la comuna 5 de la ciudad de Cúcuta.

**1.3.2 Objetivos específicos.** Conocer las características de los establecimientos minoristas y sus actividades comerciales.

Describir los aspectos organizacionales y administrativos de los establecimientos comerciales del sector minorista de la comuna 5 de la ciudad de Cúcuta.

Especificar el uso de los sistemas de información financiera de los establecimientos comerciales del sector minorista de la comuna 5 de la ciudad de Cúcuta.

## **1.4 Justificación**

Este diagnóstico busca determinar ciertas particularidades de los establecimientos comerciales del sector minorista de la ciudad de San José Cúcuta, el cual permitirá evidenciar los diferentes factores y variables que influyen en la competitividad económica. Dicha evaluación empresarial brindara apoyo para que los comerciantes tomen decisiones acertadas con el fin de lograr los objetivos establecidos.

**1.4.1 A nivel social.** El presente proyecto permitirá identificar las fortalezas y necesidades de los comerciantes del sector minorista de la comuna 5 de la ciudad de Cúcuta, conocer cómo se encuentra el comercio actual de la ciudad, cuales establecimientos se encuentran formalizados y quienes no lo están.

**1.4.2 Nivel institucional.** Institucionalmente realizar este tipo de investigaciones permite que la Universidad Francisco De Paula Santander pueda llegar a los sectores empresariales realizando actividades de extensión, permitiendo así el acercamiento a la comunidad en aras de establecer un conocimiento específico del conjunto de organizaciones objeto de estudio, que pueda ser socializado en la comunidad académica.

**1.4.3 A nivel personal.** A nivel personal permite visualizar como se encuentra el sector minoritario de la ciudad de San José De Cúcuta y la importancia de una adecuado diagnóstico empresarial, además de esto también es un escenario propicio para la ampliación de los conocimientos adquiridos en las diferentes áreas durante el proceso de formación de la Carrera, y a su vez, permite tener un contacto directo con la realidad que tienen que vivir las pequeñas empresas en sus labores habituales.

## **1.5 Alcances**

Al realizar el diagnóstico de los establecimientos comerciales que componen la comuna 5, que hacen parte del sector minorista se puede determinar los aspectos organizacionales y administrativos de los establecimientos, cuales es su caracterización, que sistemas de información implementan y particularidades del mismo. La investigación abarcara únicamente establecimientos comerciales como tiendas, misceláneas entre otros que hacen parte del sector minorista.

## **1.6 Limitaciones**

**1.6.1 De tipo académico.** Una de las dificultades que se podría presentar al realizar la investigación es la no actualización en datos y estudios realizados por entidades gubernamentales.

**1.6.2 De tipo económico.** Se podría presentar una dificultad en los recursos necesarios para costear el constante desplazamiento a los establecimientos minoritarios de la comuna 5 de la Ciudad de Cúcuta al realizar las encuestas.

## **2. Marco Referencial**

### **2.1 Antecedentes de la Investigación**

Los antecedentes de investigación que se muestran a continuación presentan algunos criterios, problemas y temas relacionados que se van a tomar como fundamento teórico de referencia en el desarrollo de la investigación con el tema objeto de estudio.

Moreno & Suarez (2008), en su trabajo “evaluación de la eficiencia y la productividad de las empresas de distribución minorista en el período 1996-2002” de la Universidad de Alcalá de Henares, que tuvo como objetivo analizar la eficiencia del sector de la distribución minorista en el período 1996 a 2002 mediante técnicas no paramétricas, su metodología fue de tipo descriptivo. La cual arrojó como resultados: que se ha producido un proceso de divergencia, y relativa concentración de la eficiencia de las empresas en torno a niveles inferiores de la misma en el período analizado, también que la mayor parte de las empresas no llevan el mismo ritmo de incremento en la productividad que las líderes, lo cual habría de interpretarse como una falta de capacidad para adoptar las tecnologías (de proceso, producto, organizativas, etcétera) que han permitido a las empresas más eficientes ir incrementando su productividad y, de forma paralela, ir desplazando la frontera de producción (el cambio técnico).

De acuerdo con este trabajo es de suma importancia que las empresas de distribución minorista tengan una capacidad tecnológica óptima, esto permitirá que su eficiencia y productividad mejoren significativamente de igual forma ayudara a que el establecimiento no se vea tan afectado por las grandes cadenas de supermercados.

Hinestroza (2014), autor del trabajo investigativo “factores del sistema de gestión de las PYMES comerciales minoristas, en la ciudad de Medellín afectadas por los tratados de libre comercio” que realizó para optar al título de Ingeniero Industrial de la Universidad Pontificia Bolivariana. Implemento una metodología de tipo descriptivo. La investigación tuvo como objetivo Identificar y analizar los factores de gestión que necesitan las PYMES Comerciales minoristas para hacer frente a los tratados de libre comercio. Se concluye que los factores que las PYMES comerciales minoristas deben tener en cuenta para fortalecer en sus organizaciones son el direccionamiento de la empresa, el conocimiento del cliente, sus necesidades y gustos para definir los elementos que la diferenciaran de la competencia; los procesos y exigencias de calidad a nivel interno; el control y manejo de los inventarios; realizar y optimizar los procesos que de verdad generen valor para la empresa. La correcta operación de estas actividades y de la gestión que se realice sobre ellas, éstas son la base de la actividad de la empresa en conjunto.

La investigación anterior tiene relación con la evaluación empresarial, debido a que se realiza un estudio sobre las pequeñas empresas comerciales (PYMES), en el cual se puede tomar como referencia que las empresas o los establecimientos minoristas que tienen un buen conocimiento del cliente, un control adecuado de inventarios y una excelente calidad del nivel interno complementados con la optimización de los procesos en la organización, aumentaran su eficiencia en las ventas, lo cual contribuye al aumento de valor empresarial de la organización que va directamente relacionada con el tema de estudio (evaluación empresarial).

Romero (2015), en su proyecto de investigación “caracterización del comercio tradicional de distribución minorista de productos de consumo masivo caso barrio la enea de Manizales”. Realizado para optar al Título de Magister en administración de la Universidad Nacional De Colombia. Tuvo como objetivo caracterizar los establecimientos comerciales de acuerdo a su

actividad económica en el barrio la Enea. La Metodología utilizada fue Descriptiva. En el proyecto se concluye que, en los establecimientos comerciales seleccionados por la presente investigación, la principal actividad comercial corresponde a las misceláneas con el 55% de la participación total del comercio de barrio, el 28% son ferreterías y un 17% salas de internet. Se concluye que, de las típicas tiendas de barrio, las misceláneas y cacharrerías son las segundas en cantidad. Se evidencia la importancia de esta manifestación comercial para la distribución de productos de consumo masivo. Es recomendable que Instituciones como el SENA y las Universidades desde los programas de Administración de Empresa, Mercadeo Nacional e Internacional, Publicidad, podrían adelantar trabajo de proyección social, con el fin de capacitar a los comerciantes tradicionales, en temas administrativos, financieros, de comercialización e innovación publicitaria, manejo de imagen, atención al cliente, etc.

Esta investigación realizada en Manizales servirá de guía ya que tiene muchas cosas en común con el trabajo que se llevara a cabo, debido a que en su estudio se toman los establecimientos comerciales minoristas como tiendas de barrio, misceláneas y papelería, el cual arrojo unos resultados estadísticos por medio de encuestas realizadas a los diferentes establecimientos.

Suarez (2016), en su “diagnóstico de la situación del desarrollo económico de cúcuta durante las dos últimas administraciones, como base para la creación de una zona de régimen aduanero especial en la ciudad”. Para optar al Título de profesional en Gestión y Desarrollo de la Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario. Esta investestigacion tiene como objetivo presentar la situación en la que se encuentra la ciudad de San José de Cúcuta, partiendo de su actual crisis económica y estableciendo una posible alternativa de reactivación económica como lo es la implementación de una Zona de Régimen Aduanero Especial, dadas las



condiciones geográficas del territorio como valor agregado. La Metodología implementada fue la Descriptiva. En el diagnóstico se concluye que la ciudad de San José de Cúcuta se encuentra inmersa en una crisis económica debido a la dependencia, en materia económica, que la ciudad ha desarrollado de Venezuela. Sumado a esto, el desinterés por parte del Estado y los diferentes problemas sociales han llevado a que la ciudad hace casi una década no tenga avances significativos en materia de desarrollo urbano. Se recomienda plantear una propuesta para generar una reactivación de la economía cucuteña, y la creación de medidas a temporales que realmente influyan estructuralmente a la ciudad puede ser la declaratoria de Cúcuta como una Zona de Régimen Aduanero Especial. Esta medida ofrece un cambio de la estructura económica de la ciudad, y la connotación de ofrecer soluciones a largo plazo y respuestas a los diferentes espacios multidinámicos que se encuentran en el territorio.

Actualmente la crisis económica de la ciudad de San José de Cúcuta ha generado que los establecimientos minoristas aumenten, esto se debe en gran parte al cierre fronterizo con el país vecino de Venezuela. Por tal motivo es de suma importancia este diagnóstico de la situación de desarrollo económico de la ciudad ya que permitirá conocer a fondo como esta crisis económica afecta también al comercio minorista de la ciudad.

## **2.2 Marco Teórico**

**2.2.1 Teoría del valor.** Según Boundi (2018). “el valor de una mercancía cambia en razón directa a la cantidad de trabajo invertido y disminuye al aumentarse la capacidad de producción de la misma”

De acuerdo con lo anterior se puede decir que el valor de una mercancía es directamente proporcional a la cantidad de trabajo necesario tomando al hombre como el capital más

importante y es inversamente proporcional a la capacidad de producción de la misma.

Cabe señalar que las circunstancias de producción, la capacidad de los empleados y la organización del departamento de producción fijarán la capacidad productiva de la empresa y, en consecuencia, el valor de los artículos que en ella se produzcan.

Para Smith (1776) la palabra VALOR tiene dos significados distintos. “Valor de uso” el cual expresa la utilidad que tiene un objeto en particular, y el “valor de cambio” que es el poder de compra de otros bienes a cambio de dicho objeto lo que al día de hoy lo podemos relacionar con el valor comercial. Smith explica por medio del siguiente ejemplo que las cosas que tienen un gran valor de uso frecuentemente poseen poco o un nulo valor de cambio. No hay nada más útil que el agua, pero con ella casi no se puede comprar nada; casi nada se obtendrá a cambio de agua. Un diamante, por el contrario, apenas tiene valor de uso, pero a cambio de él se puede conseguir generalmente una gran cantidad de otros bienes.

Dicho lo anterior se puede inferir que para las tiendas que son uno de los objetos de estudios de la investigación, las neveras donde se almacenan todas las bebidas de la empresa tienen un gran valor para el comerciante ya que mantiene el producto a una temperatura agradable para sus clientes, pero no tiene un valor comercial debido a que en su mayoría son suministradas por algunos de sus proveedores. Por otro lado, las bebidas que se almacenan en la nevera si tienen un valor comercial.

"La ley del valor determina cuanto tiempo disponible puede gastar la sociedad en la producción de cada especie de mercancía" (Marx, 1969, p. 263).

Entonces al hablar de una ley del valor, que expresa la modificación de las relaciones entre trabajo individual y trabajo social y la necesidad de un ajuste del primero sobre el segundo. De igual manera se identifica que el valor de las mercancías es determinado por el tiempo que se establece en la producción.

Salvador G (2001) dice que “El valor de las cosas para Marx abarca únicamente en el tiempo de trabajo empleado para producirlas incluyendo en el mismo el usado para obtener lo que se requiere para esa producción. La medida del valor se realiza por consiguiente en unidades de trabajo con la condición de que ese trabajo sea socialmente necesario.

De acuerdo a lo anterior la teoría de valor señala que el valor de un producto se establece por el tiempo de trabajo invertido en él y los factores que requiere, Por lo que podemos que decir que para esta investigación la teoría del valor siendo aplicada al sector minorista de la comuna 5 estaría representada en el trabajo que hay desde que la compañía proveedora crean el producto lo distribuyen y dichos comerciantes se encargan de venderlo obteniendo una ganancia por comercializarlo.

**2.2.2 Teoría de la administración.** Según Arianne & Adalberto (2002) en la revista cubana de psicología dice que “Esta teoría se ocupa del aumento de la eficiencia de la empresa a través de su organización, de la forma y disposición de sus departamentos y de sus relaciones estructurales”.

Por lo descrito anteriormente la teoría de la administración nos dice que toda empresa tiene éxito si aumenta el nivel de eficiencia por medio de todo el talento humano que la compone si se aplica esto al sector donde se hace la presente investigación, incentivando al encargado de la microempresa, asignándole la caja a personal de confianza como familiares y otras medidas que

se pueden llevar a cabo con el fin de tener una adecuada administración y por consiguiente el aumento de la eficiencia de la microempresa.

Idalberto (1999) plantea que: “la Teoría General de la Administración (TGA) es una disciplina orientadora del comportamiento profesional para todo lo que tiene que ver con la administración. En vez de preocuparse por enseñar a hacer las cosas o cómo hacerlas, busca enseñar lo que debe hacerse o el por qué.

La idea planteada por Chiavenato señala que la teoría general de la administración principalmente orienta el comportamiento de los administradores con los empleados, de esta manera el administrador buscaría enseñar a cada empleado el por qué debe realizar correctamente sus funciones dentro de la organización y así evitar tener empleados trabajando mecánicamente, sino por el contrario con el paso del tiempo estos trabajadores estarán motivados y harán su trabajo de la mejor manera posible y como consecuencia el aumento de la eficiencia de la microempresa.

Según Fayol (1916), la función administrativa está estructurada por cinco componentes:

Previsión. Define un programa de acción.

Organización. Construye una estructura dual de trabajo.

Dirección. Encauza todos los esfuerzos al objetivo en común.

Coordinación. Armoniza todas las actividades del negocio.

Control. Comprueba los resultados con base en lo planeado. Estos cinco componentes van a integrar lo que actualmente conocemos como proceso administrativo.

Fayol sostiene que la teoría de la administración tenía como objetivo crear una herramienta con un alto grado de investigación y pensamiento sistematizado. El proceso administrativo de Fayol ha sido un modelo a seguir por generaciones en el cual se identifica que la única etapa que ha sufrido cambio en su denominación ha sido la de dirección; algunos autores le llaman ejecución, otros la denominan comando o implementación, etc., pero en contenido sigue siendo la misma etapa.

**2.2.3 Teoría de sistemas.** Según Bertalanffy (1976) la teoría general de los sistemas; “sería un instrumento útil al dar, por una parte, modelos utilizables y transferibles entre diferentes campos y evitar, por otra, vagas analogías que a menudo han perjudicado el progreso en dichos campos.”

De acuerdo a la universidad Autónoma de México (UNAM) la Teoría General de Sistemas se fundamenta en tres premisas básicas:

Los sistemas existen dentro de sistemas

Los sistemas son abiertos.

Las funciones de un sistema dependen de su estructura

Bertoglio (1993) dice que “un objeto es un sistema cuando la variabilidad que experimenta la totalidad es menor que la suma de las variabilidades de cada una de sus partes o componentes.”

Este fenómeno se puede observar, por ejemplo, en las actividades de la totalidad de las abejas en un panal. Mirando en forma global, nos parece estar observando una enorme variabilidad en el movimiento de cada abeja o de grupos de abejas. Sin embargo, si consideramos al panal como una totalidad, podremos observar que su conducta es bastante equilibrada y ello nos permite

predecir el comportamiento del panal como una empresa productora de miel de abejas.

De acuerdo con lo anterior se puede decir que un sistema es cuando un conjunto de elementos presenta una mínima variación frente a todas las variables que representa un solo elemento.

Puesto que todos los seres vivos tenemos una infinidad de cualidades que nos diferencian uno del otro, pero cuando nos unimos creando un grupo específico o sistema, todos los seres incluidos tienen comportamiento similar.

## **2.3 Bases Legales**

### **2.3.1 Generales.** Como se muestra a continuación:

**2.3.1.1 Constitución política de Colombia. (1991).** La constitución política de Colombia es relevante para la presente investigación debido a que en ella están contempladas las leyes que rigen a Colombia. De acuerdo al título XII del régimen económico y hacienda pública, en su capítulo 1 de las disposiciones generales se encuentra que en el artículo 333, señala que la actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial. El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional. La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación.

De acuerdo a lo anteriormente mencionando en la constitución política de Colombia de 1991 se establece que nadie puede vulnerar el derecho al realizar una actividad económica teniendo en cuenta los parámetros que para ello se establece.

**2.3.1.2. Decreto 410 marzo 27 de 1971** por el cual se expide el código de comercio que dictamina en su Artículo 10 del código de comercio, son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles. La calidad de comerciante se adquiere mediante la legalidad para poder ejercer, aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de apoderado, intermediario o interpuesta persona. En el artículo 19 se encuentran las obligaciones de todo comerciante.

**2.3.1.3. Decreto 0624 de 1989** por el cual se expide el estatuto tributario de los impuestos administrados por la dirección general de impuestos nacionales establece:

**Art. 2.** Contribuyentes. Son contribuyentes o responsables directos del pago del tributo los sujetos respecto de quienes se realiza el hecho generador de la obligación sustancial.

**Art. 3.** Responsables. Son responsables para efectos del impuesto de timbre, las personas que, sin tener el carácter de contribuyentes, deben cumplir obligaciones de éstos por disposición expresa de la ley.

**Art. 12.** Sociedades y entidades sometidas al impuesto. Las sociedades y entidades nacionales son gravadas, tanto sobre sus rentas y ganancias ocasionales de fuente nacional como sobre las que se originen de fuentes fuera de Colombia.

Los anteriores artículos se establecen para aclarar de manera puntual las obligaciones tributarias que los contribuyentes deben saber.

**El artículo 5 del decreto 2460 del 7 de noviembre de 2013** señala expresamente quienes están obligados a inscribirse en el RUT.

**2.3.2 Especificas.** Como se muestra a continuación:

**2.3.2.1 Leyes, acuerdos ordenanzas, decretos, resoluciones, estatutos y actas.**

LEY 590 DE 2000 (julio 10) Diario Oficial 44078 12/ 07/00 es conocida como la LEY MIPYMES creada por el congreso de la república. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo del micro, pequeñas y medianas empresa; mediante la presente ley se estimula para la creación de empresas en el sector económico. De esta forma se espera la generación de empleo, y el desarrollo regional y la integración entre sectores económicos.

LEY 905 DE 2004 (agosto 2) Diario Oficial. 45628 2/08/04 Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.

Las modificaciones de la ley 590 del 2000, están enfocadas en estimular la promoción y formación de mercados altamente competitivos a través del fomento a la permanente creación y funcionamiento de la macro, pequeñas y medianas empresas, Mipymes.

## **2.4 Marco Conceptual**

Estados financieros: está determinado por un conjunto de informes en el cual muestra la situación financiera de un ente económico.

Egresos: se entiende como la salida de dinero.

Sayco: Sociedad de autores y compositores de Colombia.



Acinpro: Asociación colombiana de intérpretes productores fonográficos

Caracterización: determinar los atributos específicos de alguien o de algo, de modo que se diferencie de los demás.

Canal de distribución: Son las vías seleccionadas por una empresa para transportar sus productos desde la planta de producción hasta que llega al consumidor final.

Consumidor: se define consumidor o usuario a aquella persona que adquiere bienes o servicios.

Consumo masivo: Son aquellos productos que están más apetecidos por el consumidor

Distribución minorista: es la empresa comercial o persona de régimen simplificado que vende productos al consumidor final. Son el último eslabón del canal de distribución.

Factores económicos: Actividades que ayudan al aumento de la capacidad de producción de bienes y servicios de la economía, para responder a las necesidades humanas.

Mi Pymes: acrónimo de micro, pequeña y mediana empresa

## **2.5 Sistema de Hipótesis**

La evaluación o diagnóstico empresarial de los establecimientos comerciales minoritarios de la comuna 5 de la ciudad de Cúcuta permitirá que el propietario tenga un mejor conocimiento de las características, particularidades, aspectos organizacionales y administrativos de su negocio.

## **2.6 Sistema de Variables**

**2.6.1 Variable independiente:** Evaluación empresarial del sector minorista.

**2.6.2 Variable dependiente:** Establecimientos comerciales de la comuna 5 de la Ciudad de Cúcuta.

**2.6.3 Variable interviniente:** Formalidades del sistema de información.

## 2.7 Matriz de Operacionalización de las Variables

**Tabla 1. Matriz de operacionalización de las variables**

<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>ITEMS</b>	<b>FUENTES</b>
Conocer las características de los establecimientos minoristas y sus actividades comerciales.	Evaluación empresarial del sector minorista.	Ventas, rotación de inventarios.	Encuestas, Entrevistas	<b>1,2,3,4</b>	Establecimientos comerciales del sector minorista de la comuna 5
Describir los aspectos organizacionales y administrativos de los establecimientos comerciales del sector minorista de la comuna 5 de la ciudad de san José de Cúcuta.	Establecimientos comerciales de la comuna 5 de la Ciudad de Cúcuta.	Formalidad, estructura administrativa	Encuestas, Entrevistas	<b>5,6,7,8,9,10,11, 12,13,14,15,16, 17,18,19,20,21, 22,23,24</b>	La gerencia de los establecimientos comerciales
Especificar el uso de los sistemas de información financiera de los establecimientos comerciales del sector minorista de la comuna 5 de la ciudad de san José de Cúcuta.	Formalidad del sistema de información.	Sistema De Información	Encuestas, Entrevistas	<b>25,26,27,28,29, 30,31,32,33</b>	La gerencia de los establecimientos comerciales

### **3. Diseño Metodológico**

#### **3.1 Tipo de Investigación**

Hernández, Fernández & Baptista (2014), afirman que existen dos tipos de enfoque, cuantitativo, cualitativo y un tercer método mixto donde une a los dos anteriormente mencionados donde el método cuantitativo “Usa la recolección de datos, para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”.

En este proyecto al recolectar toda la información por medio de entrevistas realizadas a los comerciantes del sector minorista de la comuna 5 de la ciudad de Cúcuta podemos concluir que será de enfoque cuantitativo.

#### **3.2 Diseño Investigativo o tipo de Estudio**

Méndez (2001) señala que: Los estudios descriptivos acuden a técnicas específicas en la recolección de información, como la observación, las entrevistas y los cuestionarios. También pueden utilizarse informes y documentos elaborados por otros investigadores. En Este proyecto al utilizarse todas las técnicas de recolección de datos anteriormente mencionadas se puede concluir que es un estudio de tipo descriptivo.

#### **3.3 Población**

El concepto de población es imprescindible para poder entender y aplicar las distintas pruebas de la Estadística Inferencial, sin olvidar los conceptos de probabilidad. Población se define como cualquier conjunto bien definido de personas u objetos.

La generalización de los resultados de una muestra a toda la población se basa en leyes de probabilidad, por ello se debe de dejar claro cuál es la población de partida y como se elige la muestra.

La población de partida elegida para llevar a cabo la evaluación empresarial son los establecimientos comerciales del sector minorista de la comuna 5 de la ciudad de Cúcuta.

Según José Serrano Angulo, Facultad de Ciencias de la Educación. Universidad de Málaga. Respecto a la población, se debe de aportar toda aquella información que se conozca y que sea relevante en la investigación, como el tamaño, las características que determinen grupos, etc. Esta información es necesaria para poder determinar a posteriori la representatividad de la muestra.

### **3.4 Muestra**

Según López (2004) muestra es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros que se verá más adelante. La muestra es una parte representativa de la población.

En la investigación se escogió el muestreo intencional, que de acuerdo con Namkaforoosh (1987): será seleccionado bajo juicio personal del investigador. En este tipo de muestreo el investigador tiene previos conocimientos de los elementos poblacionales. Aunque este muestreo es subjetivo, requiere que el investigador conozca los elementos muestrales, lo que permite que el muestreo sea representativo.

El muestreo intencional para Scharager & Reyes (2001) indica que: La elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las condiciones que permiten hacer el muestreo

(acceso o disponibilidad, conveniencia, etc.); son seleccionados con mecanismos informales y no aseguran la total representación de la población. En este procedimiento, es el investigador quien selecciona la muestra e intenta que sea representativa, por lo tanto, la representatividad depende de su “intención” u “opinión”. Queda claro que la evaluación de la representatividad es subjetiva.

La muestra intencional seleccionada para la presente investigación considero la cantidad de 111 establecimientos de comercio minoristas de la comuna 5 de la ciudad de Cúcuta entre los cuales se encuentran tiendas de barrio, cacharrerías, papelerías y misceláneas.

### **3.5 Diseño de Instrumentos**

Según Méndez (2001) afirma:

La información es la materia prima por la cual puede llegarse a explorar, describir y explicar hechos o fenómenos que definen un problema de investigación. Así mismo define la fuente secundaria como la información que ha sido recopilada y transcrita por personas que han recibido tal información directamente de fuentes primarias o de fuentes secundarias. (p. 153)

Arias (2004) afirma: “Las técnicas de recolección de datos son las distintas formas o maneras de obtener la información” (p. 99).

En esta investigación el instrumento que se implementa es el de la encuesta aplicado a los empresarios de los establecimientos comerciales minoritarios seleccionados, cuyos elementos están relacionados con los objetivos específicos de la investigación, y además se recopiló información a través de informes, estadísticas, proyectos de investigación y búsquedas en Internet entre otros.

### **3.6 Validación y Confiabilidad de los Instrumentos**

El instrumento de recolección de datos a aplicar debe cumplir los requisitos de validez y confiabilidad. Referente a la confiabilidad Hernández, Fernández y Baptista (2008) enuncian que “la confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce resultados iguales” (P.277). La aplicación de una prueba piloto permitirá cumplir con el requisito de confiabilidad de la encuesta escrita.

Respecto a la validez del instrumento Hernández, Fernández y Baptista (2008) la definen como “grado en el que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir” (P.278). Para determinar la validez de la encuesta a aplicar para recopilar la información se utilizará la opinión de personas expertas en investigación y con conocimiento en el área objeto de estudio.

### **3.7 Estudio piloto o Validación por Expertos**

El estudio piloto es una herramienta de suma importancia que permite visualizar cuales son los posibles fallos que se pueden presentar al realizar una investigación científica. Por tal motivo en el presente proyecto no se realizó el estudio piloto, debido a que es una investigación de tipo descriptivo, la cual se enfoca en Determinar las particularidades de los establecimientos comerciales del sector minorista de la comuna 5 de la ciudad de Cúcuta.

### **3.8 Técnica de Recolección de Datos**

**3.8.1 Fuentes primarias.** La información se obtuvo a través de la aplicación de las encuestas dirigidas a los comerciantes del sector minorista de la comuna 5 de la ciudad de Cúcuta, que tendrán como objetivo principal la búsqueda de información detallada y específica que se requiera para el estudio.

**3.8.2 Fuentes secundarias.** Se utilizaron textos relacionados con el tema objeto de la investigación consultada en libros e internet y referencias bibliográficas, así mismo se recopiló información teórica de la Biblioteca de la Universidad Francisco de Paula Santander de tesis ya elaboradas también se tendrá la asesoría del directos del proyecto.

### **3.9 Técnica de Análisis de la Información**

**3.9.1 Análisis documental.** Dulzaides Iglesias, M. E., & Molina Gómez, A. M. (2004). El análisis documental es una forma de investigación técnica, un conjunto de operaciones intelectuales, que buscan describir y representar los documentos de forma unificada sistemática para facilitar su recuperación. Comprende el procesamiento analítico- sintético que, a su vez, incluye la descripción bibliográfica y general de la fuente, la clasificación, indización, anotación, extracción, traducción y la confección de reseñas.

La información base para analizar en la elaboración del anteproyecto serán de los trabajos de grado, las tesis de grado, textos, libros, bibliografías, documentos físicos y virtuales investigados sobre el tema; de igual forma los documentos en general de la de la comuna 5.

**3.9.2 Análisis opinático.** Se tendrá en cuenta la información obtenida por medio de las encuestas, para tomar los puntos claves que las personas entrevistadas consideren necesarios ya que sus opiniones son valiosas al efectuar este análisis y es de mucho interés para el estudio, y así llevar a cabo la evaluación empresarial de los establecimientos minoristas de la comuna 5 de la ciudad de Cúcuta.

**3.9.3 Análisis estadístico.** Se recopilará la información de las encuestas que se realicen a los comerciantes de la comuna 5 de la ciudad de Cúcuta. El análisis se obtiene con base en las



respuestas obtenidas en las mismas; organizándolas en tablas por medio de la tabulación en forma de tortas estadísticas logrando así la agilidad y efectividad del proceso.

**3.9.4. Análisis financiero.** Álvarez (2004). El análisis financiero forma parte de un sistema o proceso de información cuya misión es la de aportar datos que permitan conocer la situación actual de la empresa y pronosticar su futuro, lo cual resulta de gran interés para gran parte de la sociedad actual ya que los individuos son empleados por las empresas, adquieren sus bienes y servicios, invierten en ellas, obtiene información de ellas, sufre su contaminación y se benefician de los impuestos que las empresas pagan.

Con la información obtenida se analizará la situación actual del sector minorista de la comuna 5 de la ciudad de Cúcuta, a través de los resultados que suministran en materia económica y financiera además las transacciones desde el punto de vista horizontal, vertical e índices financieros; llegando con esto a la elaboración de dicho análisis.

**3.9.5. Análisis Administrativo.** Se medirá el impacto de la gestión tanto en el logro de resultados, como en el manejo de los recursos utilizados y disponibles a través de informes e indicadores de eficacia, equidad, eficiencia, economía y ecología en la comuna 5 de la ciudad de san José de Cúcuta.

**3.9.6 Análisis estratégico.** Se utiliza la herramienta administrativa de la Matriz DOFA que nos permite hacer un análisis interno y externo de la comuna 5 que consiste en relacionar oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades, preguntándose cómo convertir una amenaza en oportunidad, como aprovechar una fortaleza, como anticipar el efecto de una amenaza y prevenir el efecto de una debilidad. Los resultados se obtendrán mediante la evaluación del análisis interno y externo, mostrados a través de la Matriz DOFA.

## 4. Análisis y Procesamiento de la Información

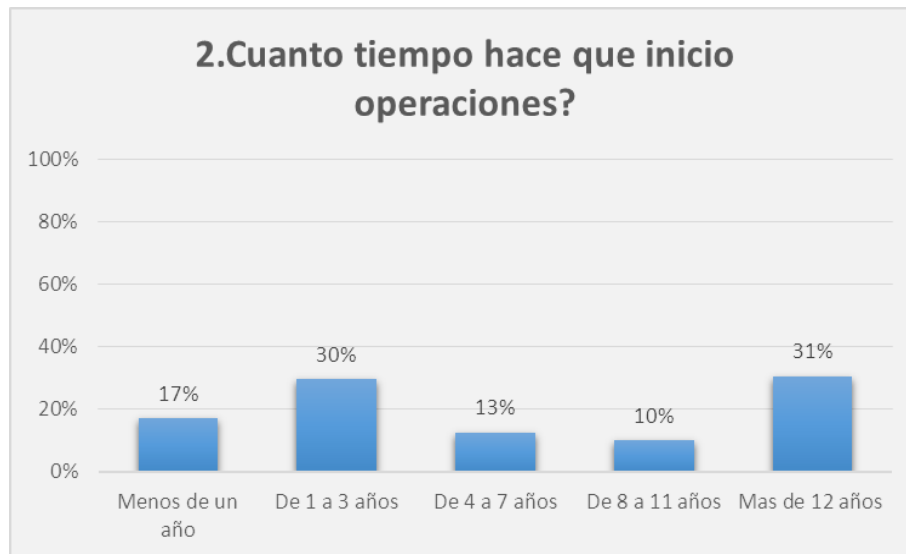
### 4.1 Análisis Descriptivo

A continuación, se presentan los resultados o hallazgos obtenidos con la aplicación de la encuesta a los 111 establecimientos comerciales del sector minorista de la comuna 5 de la ciudad de Cúcuta.



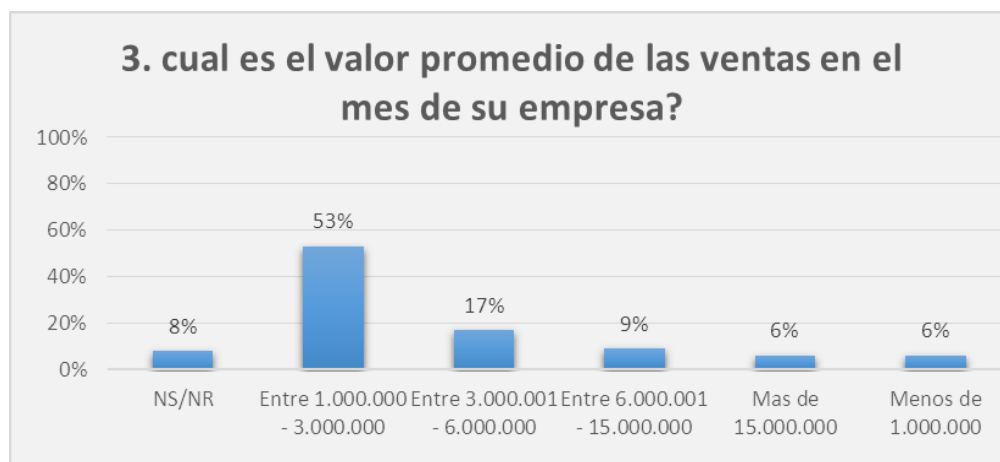
**Figura 1. Que lo motivo para iniciar su empresa?**

En el momento de realizar esta pregunta a los pequeños empresarios de la comuna 5, la mayoría respondieron que tienen su negocio debido a una iniciativa propia la cual se ve impulsada en no querer ser trabajadores para alguien toda su vida, expresan que en Colombia los hombres tienen que trabajar hasta los 65 años y las mujeres hasta los 60 desde las 8:00am hasta las 6:00pm para poder tener su pensión y estar tranquilos, ellos prefieren tener su “negocito”, ser sus propios jefes y dejar un patrimonio estable para cuando envejecan.



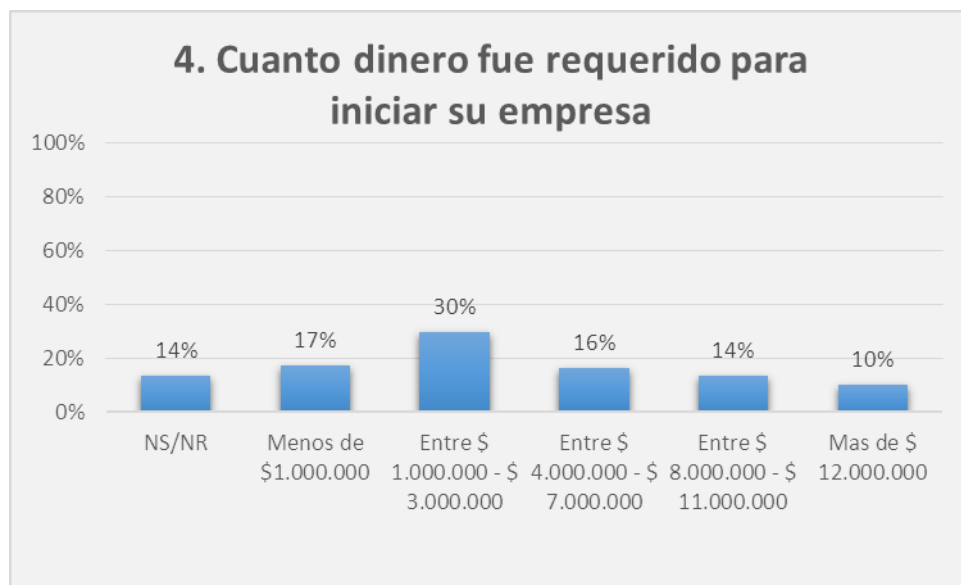
**Figura 2. ¿Cuánto tiempo hace que inició operaciones en la empresa?**

De la anterior figura se puede deducir que la gran mayoría de tiendas, papelerías, misceláneas y demás establecimientos de comercio ubicados en los barrios de la comuna 5 fueron creadas hace más de 12 años, siendo los dueños de estas tiendas personas de la tercera edad las cuales comenzaron con un negocio muy pequeño y han ido creciendo a lo largo de los años con mucho trabajo, aunque hay también un porcentaje considerable que son relativamente nuevas demostrando la nueva generación de empresarios que están creciendo en la ciudad.



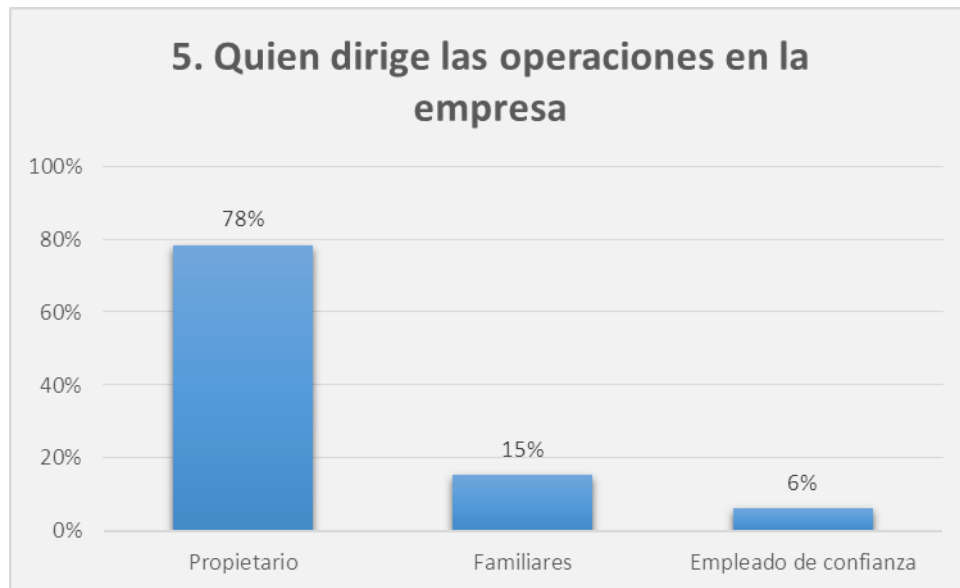
**Figura 3. Valor promedio de las ventas mensuales**

Aunque en la comuna hay muchas personas emprendedoras que tienen su negocio por muchos de los diferentes motivos mencionados en la figura 1, la realidad es que no se gana mucho dinero con estas tiendas porque si bien hay un margen de ganancia a cada producto, para que sea asequible al consumidor final es del máximo 30%, la mayoría de los encuestados dicen que el total de ventas al mes oscila entre 1 y 3 millones de pesos que dejaría una ganancia neta, siendo optimista de 1 millón de pesos lo cual no se aleja mucho de un salario mínimo.



**Figura 4. Dinero requerido para iniciar su empresa**

Para iniciar un negocio en la comuna 5 de la ciudad depende de muchos factores, como se explica en el punto 2 muchas personas tienen su negocio hace más de 12 años lo cual representada en ese tiempo un mayor poder adquisitivo ya que el peso Colombiano estaba mejor evaluado en esa época por lo que muchas de esas personas necesitaron solo de 1 a 3 millones de pesos, por otro lado también se puede iniciar un negocio en su casa con pocos recursos con la misma cantidad, ahora bien también puedes hacer una gran inversión para tener un bonito y rentable negocio, todo depende de la disponibilidad y la ambición que tenga cada persona.



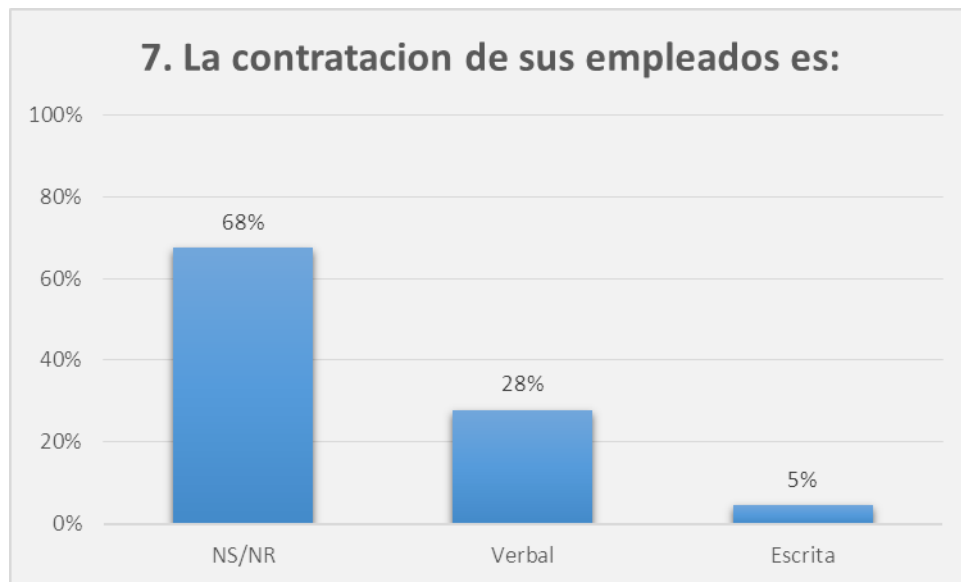
**Figura 5. Quien dirige las operaciones en la empresa**

En este tipo de negocio del comercio minorista al no ser tan altos los ingresos generalmente, como fue explicado anteriormente, no se pueden dar el lujo de tener muchos empleados, en la mayoría de los casos el dueño es el mismo que lleva a cabo todas sus operaciones y atiende su propio negocio.



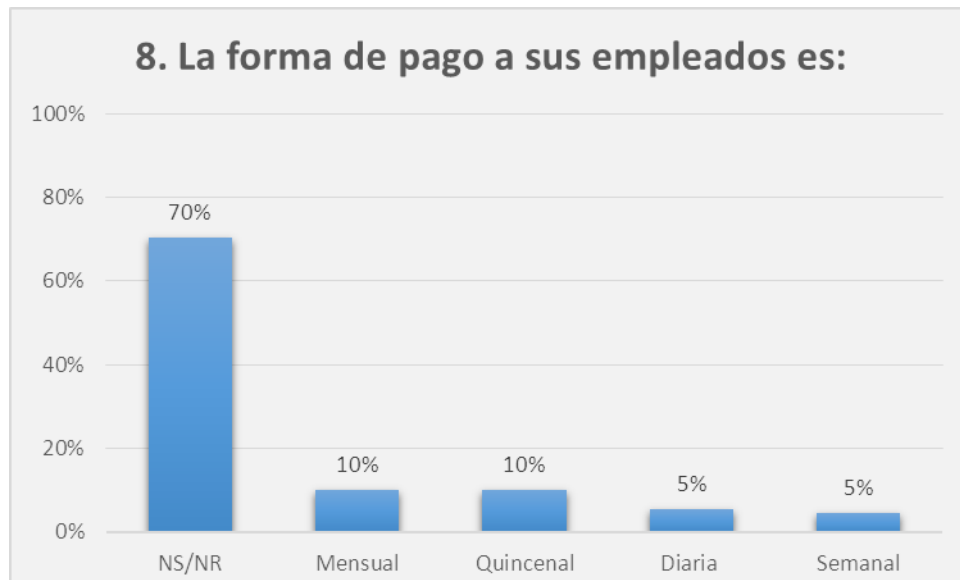
**Figura 6. ¿Cuántas personas laboran en su empresa?**

Las empresas del sector minorista más populares, como tiendas, misceláneas y papelerías que son el actual objeto de estudio de esta investigación, no tienen unos ingresos muy altos para generar mucho empleo, sin embargo, más de la mitad de los empresarios respondieron que tenían de 1 a 3 empleados en los que se apoyan para poder llevar todas sus operaciones en la empresa, y para descansar un poco.



**Figura 7. Contratación de empleados**

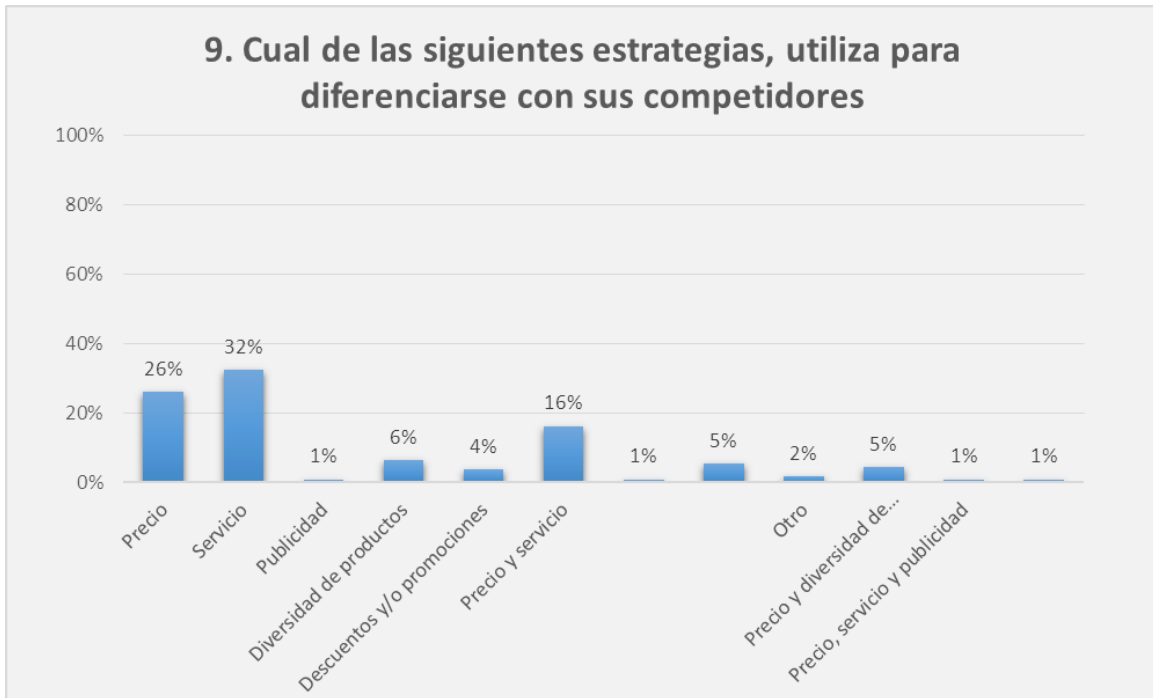
En este tipo de establecimientos al ser en su mayoría del régimen simplificado y no llevar una contabilidad o administración formalizada, los negocios contratan a los jóvenes con el tipo de contratación verbal, donde se llega a un mutuo acuerdo entre el empleador y el empleado, un pequeño porcentaje si deciden tener todo legalmente formalizado y su contabilidad al día.



**Figura 8. Forma de pago a empleados**

Las Formas de pago de los establecimientos de comercio minorista de esta comuna, del país y de todo el mundo a sus empleados depende únicamente, de cómo se quiere causar y llevar los gastos de personal en la administración de los negocios, como se puede observar las variaciones de la forma de pago a los trabajadores no varía mucho.

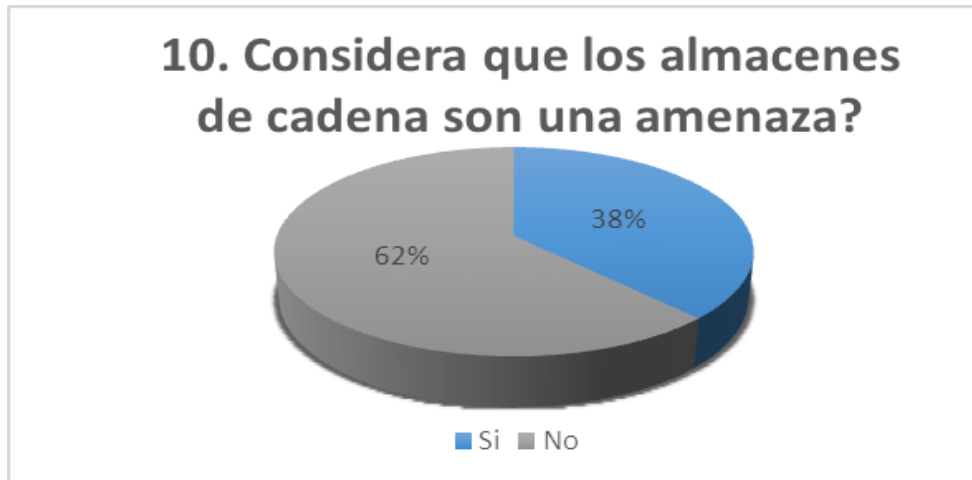
Cabe resaltar que la gran mayoría no contestaron a esta pregunta con el propósito de proteger a sus trabajadores, pues la inseguridad en la ciudad tiene un porcentaje muy alto, y no es conveniente para el empresario que alguien conozca cuando sus trabajadores salen con su salario en el bolsillo.



**Figura 9. Estrategias utilizadas para diferenciarse**

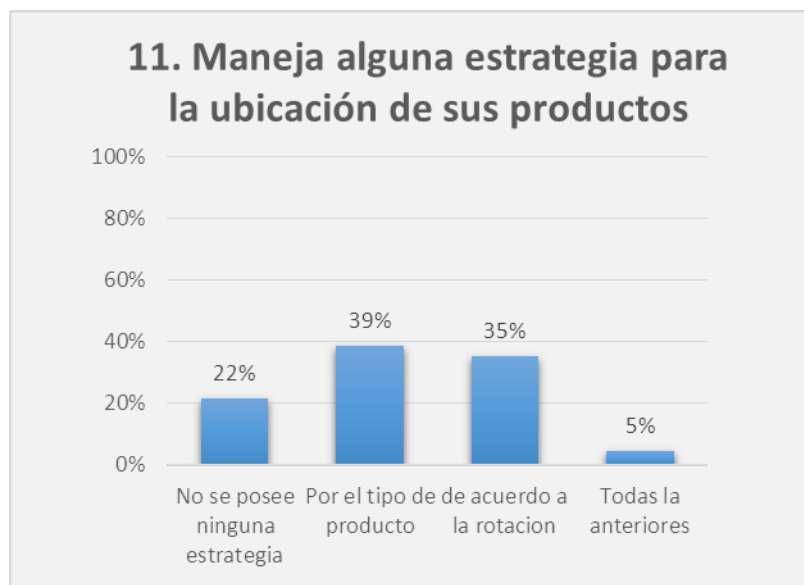
Con la economía que se vive en la ciudad absolutamente todas las personas buscamos un sitio donde sea más económico en el que no se pierda la calidad de los productos, y si existe una buena atención muchísimo mejor. Es por eso que en su gran mayoría los microempresarios de esta comuna ofrecen los mejores precios que puedan dar un servicio ejemplar y de esa manera poder mantenerse en el mercado.





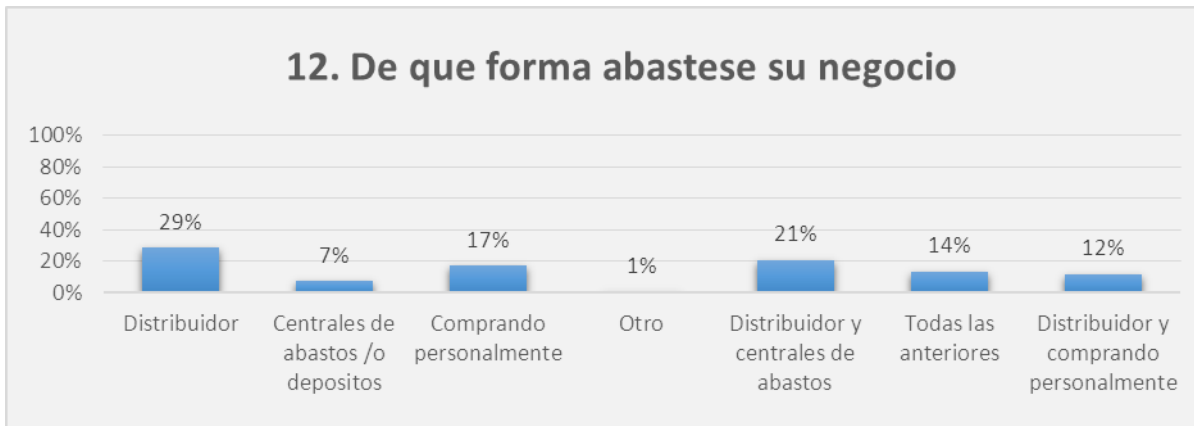
**Figura 10 ¿Considera que los almacenes de cadena son una amenaza?**

Como se puede observar para la mayoría de las microempresas del sector no son una amenaza las tiendas de distribución masiva simplemente porque están muy lejos de su sitio de trabajo, y ellos venden por pequeñas cantidades que es lo que necesita la gente del común para comprar sus provisiones diarias, aunque hay quienes dicen que si son una amenaza pues estas empresas dan descuentos en los precios que no podrán igualar jamás.



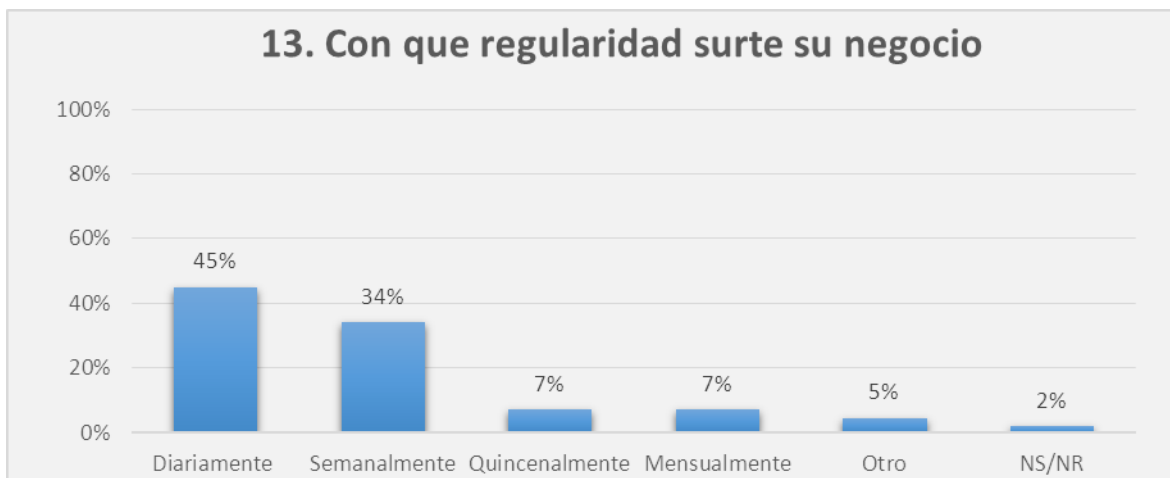
**Figura 11. ¿Qué estrategia maneja para la ubicación de sus productos?**

En este sector de la ciudad los propietarios de una microempresa aseguran que en su mayoría que ubican sus productos según el tipo de producto, con el objetivo de que se vea de una manera mucho más organizada y de acuerdo a la rotación, que significa que colocan a la vista lo que más es apetecido por los clientes.



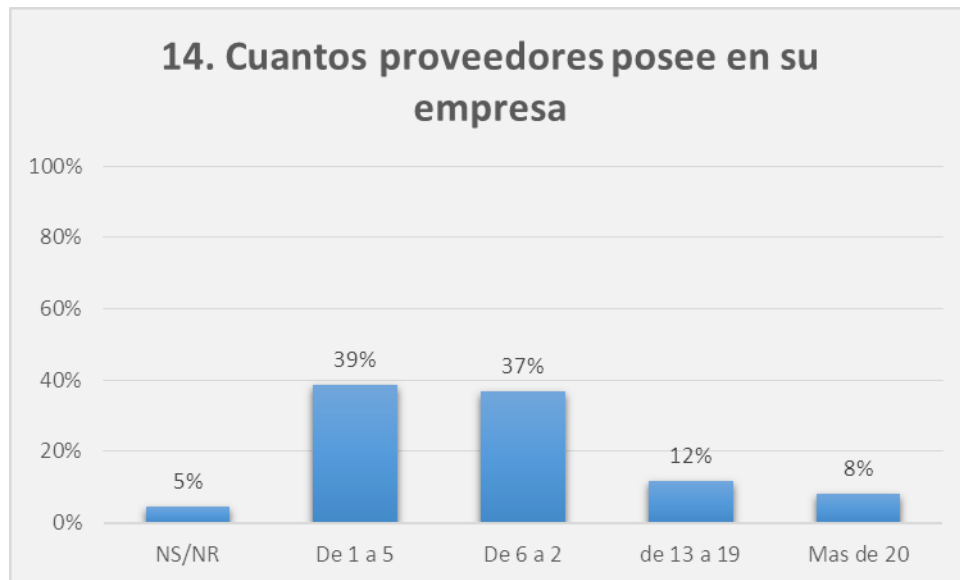
**Figura 12. ¿De qué forma abastece su negocio?**

A esta pregunta los comerciantes encuestados respondieron en su mayoría que compran a través de distribuidores, que son las personas encargadas de llevar los víveres y enseres desde una empresa hasta su negocio. Otro porcentaje relevante abastece el negocio comprando personalmente en almacenes de cadena o en la central de abastos de Cúcuta, pues les sale más económico según expresan.



**Figura 13. ¿Con que regularidad surte su negocio?**

En esta comuna los pequeños empresarios afirman que todos los días hay que surtir el negocio pues todos los víveres se acaban en días diferentes o hacen pedidos según su presupuesto, ya que existen alimentos que no pueden durar más de un día en el establecimiento como son las tiendas que venden verduras. En cuanto a las papelerías y misceláneas del sector cuentan con una pequeña bodega de respaldo para cuando se acabe X producto en la tienda, se reemplace con el de la bodega y se solicite nuevamente a su proveedor, esto se hace en un promedio semanal, quincenal o mensualmente dependiendo del tamaño y las ventas de dicha tienda.

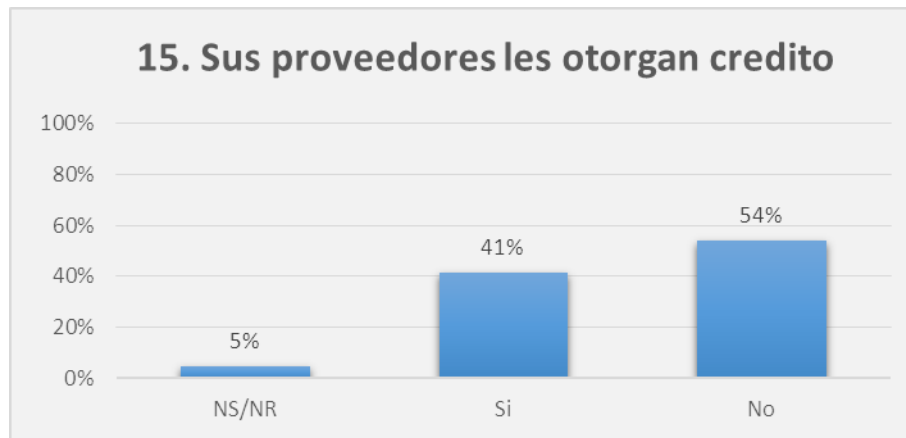


**Figura 14 ¿Cantidad de proveedores?**

En la figura se puede observar que un gran porcentaje de las tiendas, tienen de 1 a 12 proveedores esto dependiendo de variables como:

El tamaño de la empresa: Los establecimientos pequeños tienen pocos proveedores pues en su mayoría compran en empresas del sector mayorista de la Ciudad y venden al detal, teniendo una ganancia de ello.

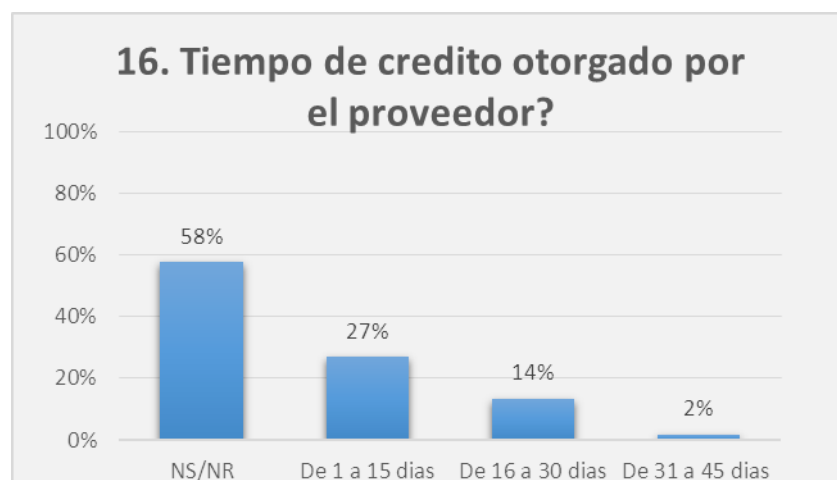
Los beneficios que otorgue sus proveedores: Existen algunos proveedores que otorgan crédito, de esa manera la tienda vende su producto, tiene su ganancia y luego cancela el costo, adicionalmente las empresas que tienen capacidad de otorgar crédito tienen también una gran variedad de productos, esto hace que el microempresario reduzca los proveedores necesarios



**Figura 15. ¿Sus proveedores les otorgan crédito?**

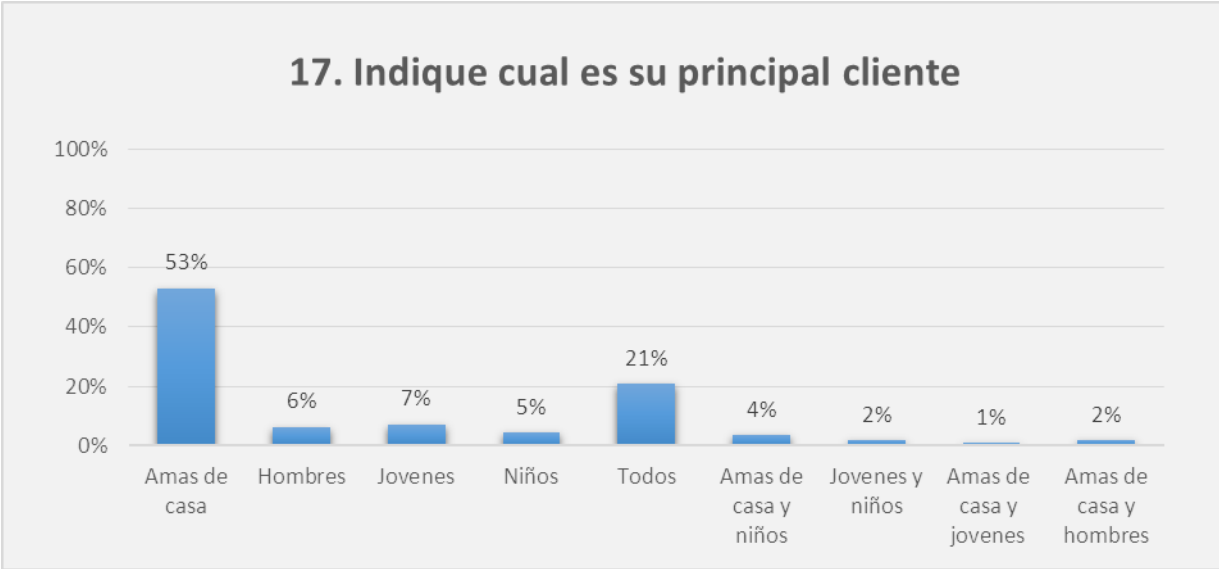
Las empresas deben realizar un estudio exhaustivo a sus clientes para poder otorgarles crédito, esto se hace muy paulatinamente, en este caso los clientes son el objeto de estudio de esta investigación, por lo que se puede concluir que los establecimientos en los cuales sus proveedores les otorgan crédito son las que llevan más tiempo en el mercado o las más grandes que hay.

Cabe resaltar que hay empresarios a los cuales simplemente no les gusta tener créditos.



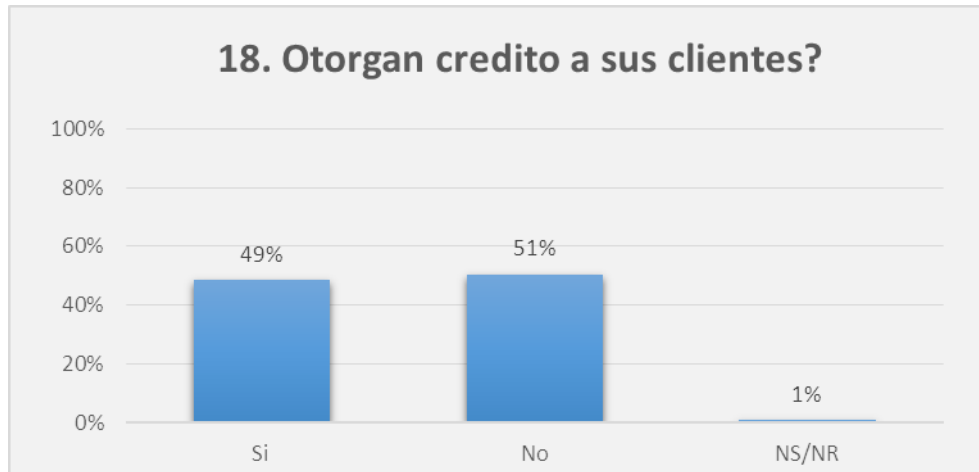
**Figura 16 ¿Tiempo de crédito otorgado por el proveedor?**

A los establecimientos de comercio que le otorgan créditos, en esta comuna en su mayoría lo hacen de 1 a 15 días, pues esto en muchos proveedores no genera ningún tipo de interés y les parece mucho más fácil pagar sus productos de esta forma ya que en este tiempo en su mayoría ya están vendidos. Otros propietarios que tienen su rotación de inventario más corta prefieren cancelarlo de 16 a 30 días aunque esto conlleve a pagar un porcentaje pequeño de interés, pues hasta que no se venda el producto no pueden pagar.



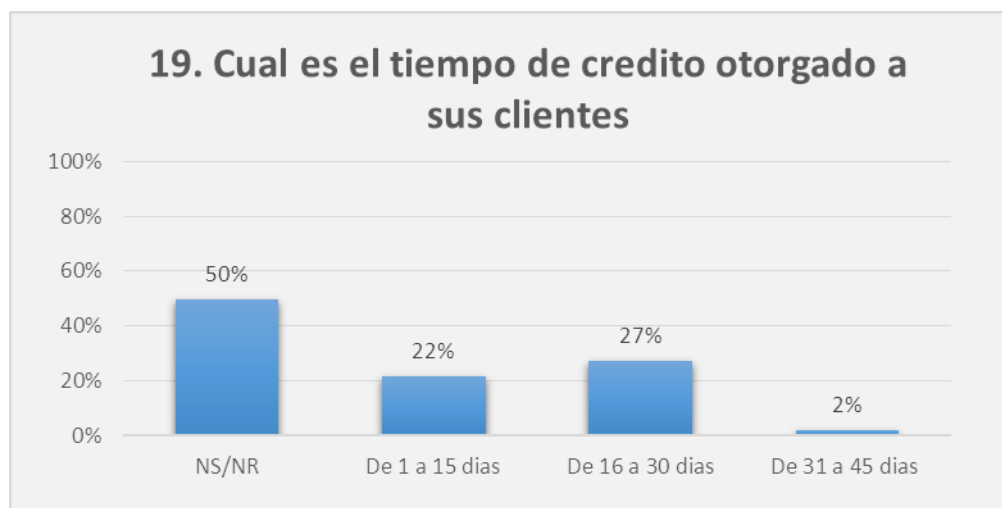
**Figura 17. Principal cliente**

Como es bien sabido en el país las personas que compran mercado para su uso diario son las amas de casa ya que los hombres por lo general están trabajando para llevar el sustento al hogar, en las misceláneas y papelerías resaltan como principales clientes los jóvenes y los niños para comprar detallitos o útiles para su escuela.



**Figura 18 ¿Otorgan crédito a sus clientes?**

Los dueños de las microempresas a los que hace referencia este estudio explican que otorgan crédito a sus clientes para hacer más fácil la vida de los mismos ya que las personas acostumbran a cancelar las deudas con su sueldo, sea quincenal, mensual o semanal, cabe aclarar que los deudores son 100% personas conocidas por estos empresarios y tienen la confianza para otorgarles ese crédito, sin embargo, la mayor parte de los empresarios, son más precavidos y deciden no otorgarlo.



**Figura 19 ¿Tiempo de crédito otorgado a sus clientes?**

Como se explicó anteriormente los clientes de estas pequeñas empresas que son beneficiarios de los créditos acostumbran por excelencia a cancelar cuando les llega el sueldo, por lo que el tiempo del crédito en su mayoría depende de la asignación salarial de los clientes.



**Figura 20 ¿Horas en las que permanece abierto su negocio?**

Una gran cantidad de personas como se puede apreciar respondieron que su negocio permanece abierto al público más de 9 horas esto se debe a que el lugar donde tienen su negocio, es también su hogar por lo que permanece abierto desde que están listos para iniciar sus actividades diarias hasta que se van a dormir.

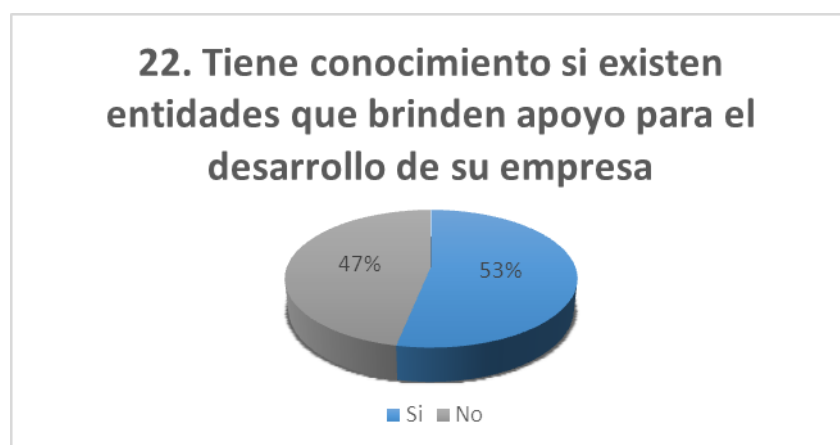




**Figura 21. Días de atención**

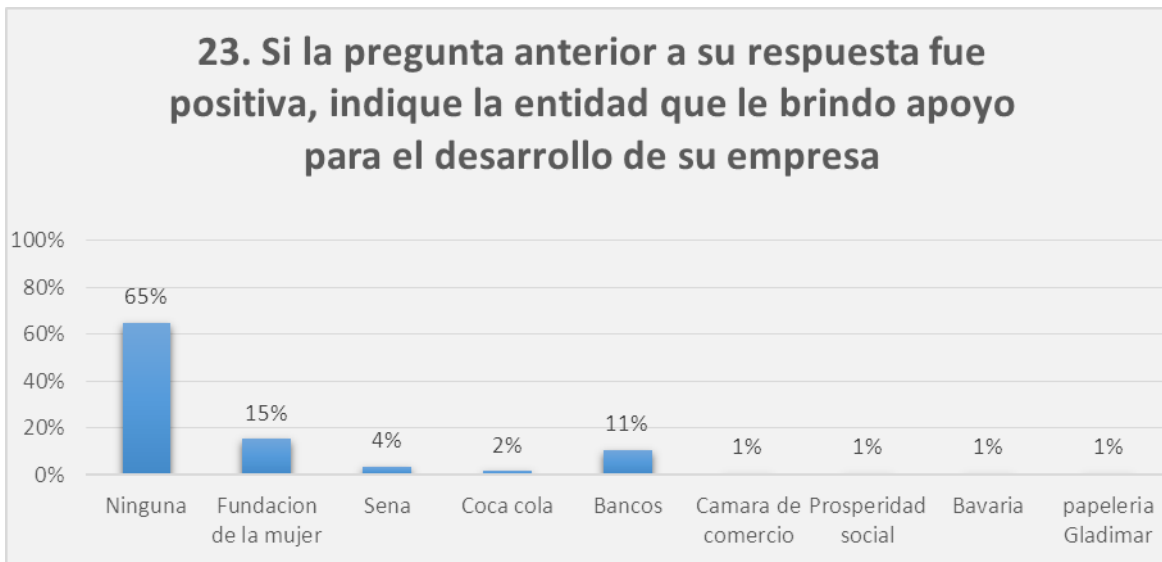
Como se explicó anteriormente la mayoría de los negocios en esta comuna están creados en el hogar, y atenderlo se convierte básicamente en su vida por lo que deciden abrirlo incluso los domingos.

Las personas que respondieron que abren su negocio de lunes a sábado en general son propietarios que tienen su establecimiento en un local arrendado y cuentan con un empleado por lo que se les debe dar un día descanso por ley.



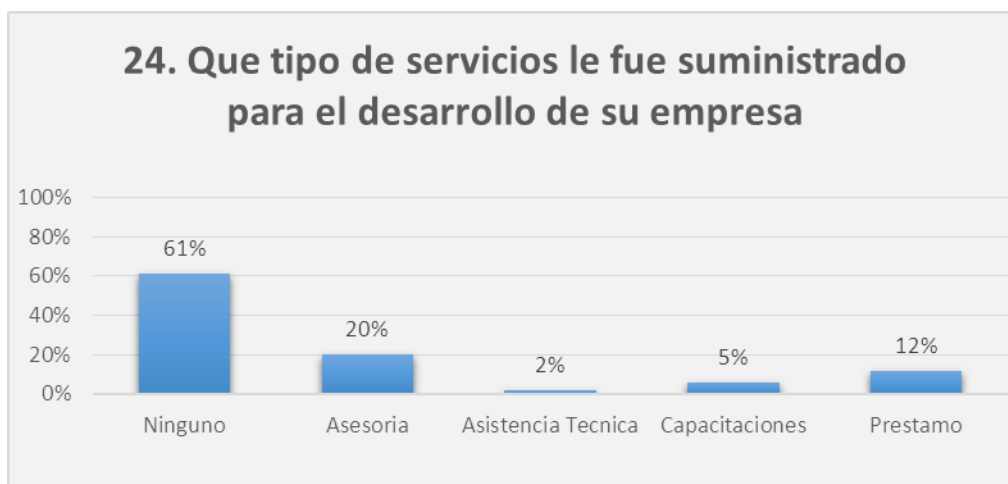
**Figura 22. ¿Conoce entidades que le brinden apoyo?**

En la actualidad muchas entidades financieras se dedican a otorgar préstamos a este tipo de establecimientos comerciales para que puedan comprar maquinaria y equipo necesario, remodelar el establecimiento, comprar más mercancía entre otras cosas, y estos créditos se pagan a moderadas cuotas, lo cual es un buen apoyo para cualquier persona que comienza con su negocio, y aunque hallan muchas personas que no las conozcan aun o simplemente no les interesa buscar una, la mayoría de las personas si las conocen y muchas la han usado.



**Figura 23. Indique la entidad que le brindó apoyo para el desarrollo de su empresa**

Anteriormente se pudo demostrar que cerca de la mitad de los microempresarios de esta comuna no conocen entidades que brinden apoyo al desarrollo de su empresa, sin embargo, hay un porcentaje adicional que, aunque las conoce no se acercan a ellas a solicitar cualquier tipo de apoyo.



**Figura 24. Tipo de servicio suministrado para el desarrollo de su empresa**

Como se puede observar muchas de las personas que tienen conocimiento de las entidades financieras y han tenido algún tipo de servicio de ellos, no necesariamente son préstamos, algunos solo se capacitan, se asesoran o tienen una asistencia técnica en su negocio, de hecho son muy pocos los que se atreven a solicitar un préstamo en estos días.

**Tabla 2. Indique en cuál de las siguientes instituciones gubernamentales se encuentra registrada su empresa**

<b>No registrada</b>	<b>11</b>
<b>Dian</b>	<b>7</b>
<b>Cámara de comercio</b>	<b>28</b>
<b>Industria y comercio</b>	<b>1</b>
<b>Cámara de comercio e Industria y comercio</b>	<b>9</b>
<b>Dian y Cámara de comercio</b>	<b>15</b>
<b>Todas las anteriores</b>	<b>8</b>
<b>Dian , Cámara de comercio e Industria y comercio</b>	<b>22</b>
<b>NS/NR</b>	<b>10</b>
<b>TOTAL</b>	<b>111</b>

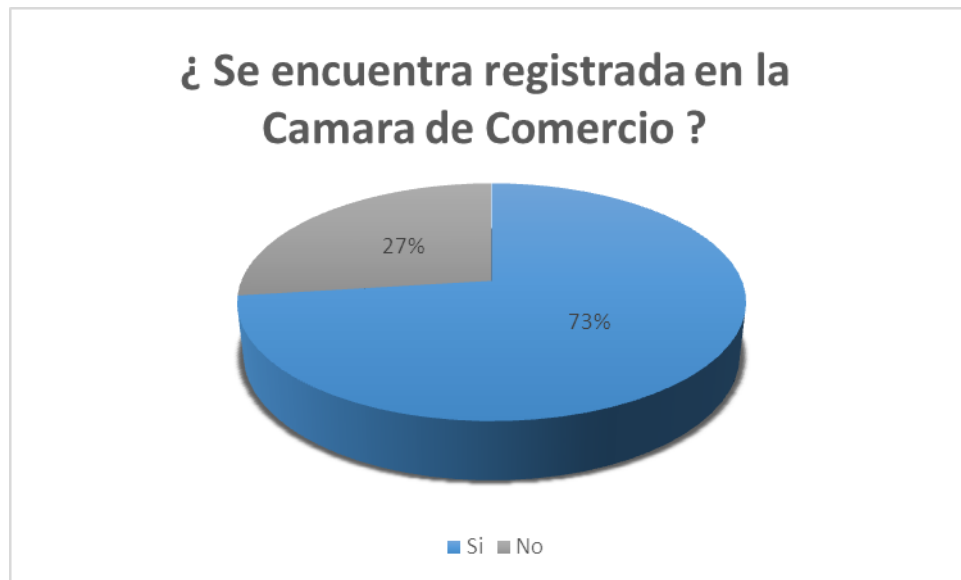
Cada año que pasa el gobierno tiene más medidas de control y es importante que aunque no se pague impuestos este registrado en las entidades gubernamentales que sean necesarias, afortunadamente en esta comuna como se puede observar la mayoría esta satisfactoriamente registrado aunque sea en una de las entidades, sin embargo hay un porcentaje importante que se atrevieron a decir que no se encuentra registrada en ninguna, o simplemente no respondieron, ellos afirman que el gobierno solo quiere cobrar más impuestos y no ganan lo suficiente para darle lo poco que obtienen a los políticos.



**Figura 25. ¿Se encuentra registrada en la Dian?**

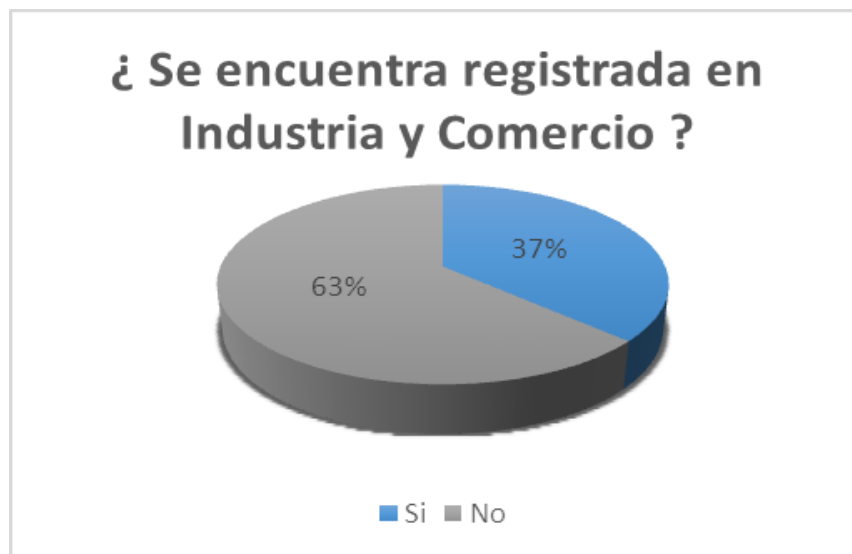
El Registro único tributario RUT es un documento de suma importancia para todas las personas naturales y jurídicas en el país pues además de que se le asigna un código el cual es irrepetible, ahí están descritas todas las actividades que ejerce cada persona con sus datos, se puede decir que es una carta de presentación para todas las actividades comerciales que pueda tener cada persona, sabiendo todo esto, es increíble que más de la mitad de los empresarios encuestados no cuenten con un RUT o no se encuentran registrados en la DIAN. Los empresarios responden a esto con miedo a la entidad y deciden no tener nada que ver con ella o simplemente

apenas están iniciando su negocio y no han hecho el papeleo necesario.



**Figura 26 ¿Se encuentra registrada en la cámara de comercio?**

La Cámara de Comercio es un requisito fundamental para iniciar un establecimiento de comercio de cualquier tipo, donde se decide cual será el nombre que identificara a la empresa frente a todas las demás, en la comuna 5 como podemos observar en la figura la mayoría de personas tienen su cámara comercio debidamente formalizada debido a que el nombre siempre representa una insignia y es de un valor importantísimo para los comerciantes, para comenzar a ser reconocidos.



**Figura 27 ¿Se encuentra registrada en Industria y Comercio?**

Como podemos observar en la anterior figura, cerca del 2/3 partes no se encuentran registradas en la industria y comercio el cual es el impuesto que se paga por ejercer cualquier actividad de industria o comercial, la principal razón es desconocimiento de la norma.



**Figura 28. ¿Se encuentra registrada en Sayco y Acinpro?**

Son muy pocos los empresarios que tienen el espacio y el equipo para poner música en sus establecimientos de comercio, por lo tanto, como podemos observar en la figura una pequeña parte de los establecimientos pagan este impuesto en la comuna.



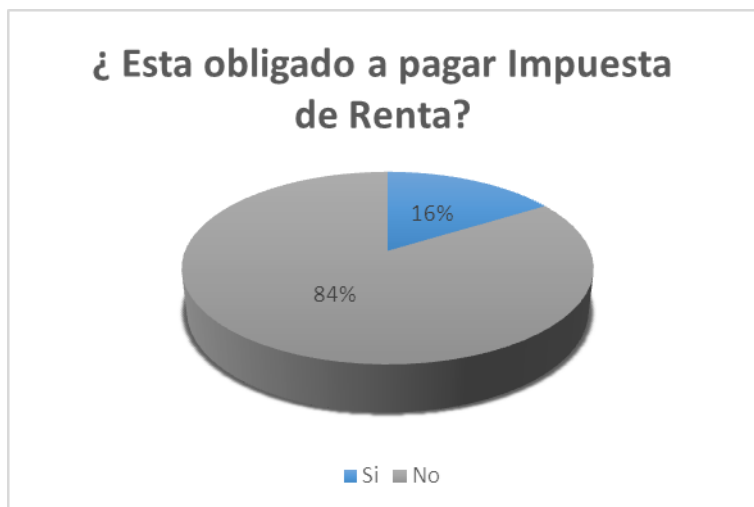
**Figura 29. ¿No se encuentra registrada en ninguna entidad?**

Como se ha estado mencionando la mayoría de las personas no están registradas a muchas entidades, pero si en su gran mayoría están registradas al menos a una entidad gubernamental, dentro de lo cual se resalta que la que presenta un mayor registro es la cámara de comercio, puesto que es la entidad más conocida y de mayor importancia para los pequeños empresarios.

**Tabla 3 ¿Cuál de los siguientes impuestos está obligado?**

<b>NS/NR</b>	<b>34</b>
<b>Impuesto de renta</b>	<b>3</b>
<b>Industria y comercio</b>	<b>47</b>
<b>IVA</b>	<b>5</b>
<b>Todos</b>	<b>5</b>
<b>Impuesto de renta e Industria y comercio</b>	<b>9</b>
<b>Industria y comercio e IVA</b>	<b>8</b>
<b>TOTAL</b>	<b>111</b>

Existe un porcentaje en la población que desconoce la norma y no sabe en qué momento debe pagar impuestos o simplemente decide no hacerlo, sin embargo, en esta comuna los microempresarios dicen pagar todos los impuestos que le corresponde pues sienten respeto sobre las leyes de este país, y algo de miedo a la DIAN.

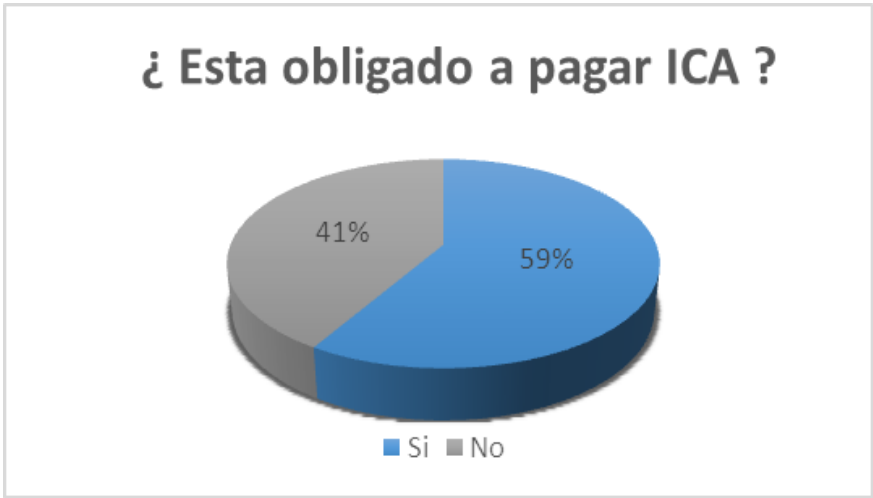


**Figura 30. ¿Está obligado a pagar impuesto de renta?**

En la comuna 5 al ser pequeños empresarios, en su mayoría no superan los requisitos establecidos para declarar renta o simplemente tienen desconocimiento si están obligados, por esa

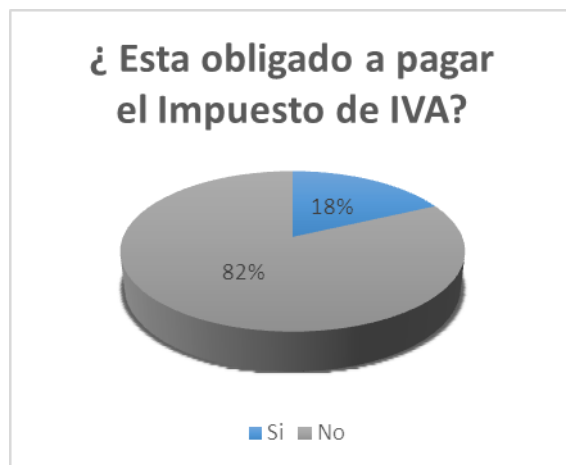


razón son muy pocos los que declaran como lo muestra la figura



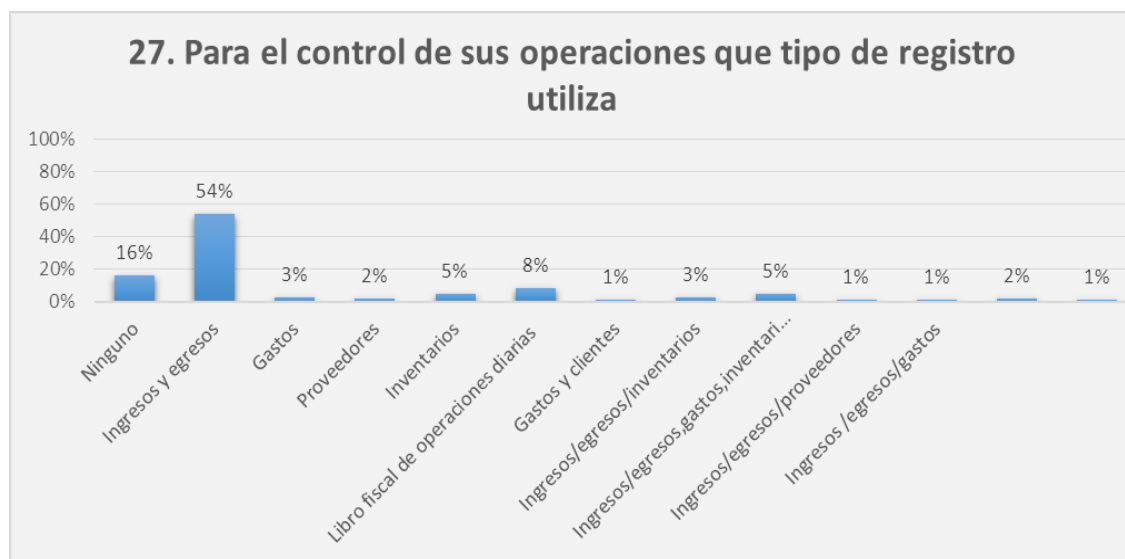
**Figura 31. ¿Está obligado a pagar ICA?**

Como se puede observar que gran parte de las personas encuestadas tienen la obligación de pagar el impuesto de industria y comercio, que los que estaban registrados. Esto se debió a que las personas al preguntarles si está inscrito a una entidad no les preocupa tanto y responden más sinceramente que cuando le preguntan si paga los impuestos que lo mencionen, pues algunas de ellas decían que pagan todos los impuestos mencionados sin estar registrados muchas veces a cámara de comercio.



**Figura 32. ¿Está obligado a pagar el impuesto del IVA?**

Como se ha dicho anteriormente al ser en su mayoría establecimientos muy pequeños, no tienen aún la capacidad económica o los ingresos suficientes para pertenecer al régimen común, por lo que no muchos están obligados a declarar IVA como lo muestra la anterior figura.



**Figura 33. ¿Tipos de registros contables que utiliza en su negocio?**

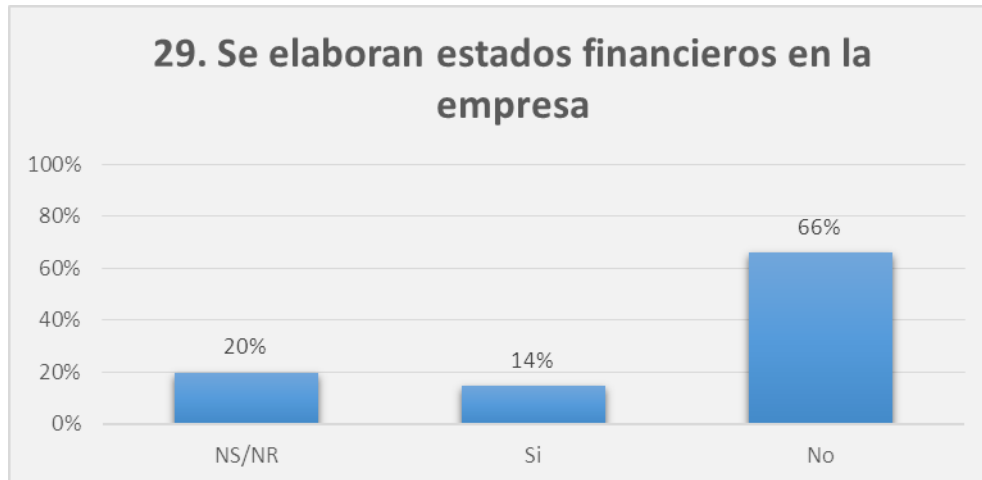
En los negocios de este tamaño no es muy común que se lleve una contabilidad profesional pues sus movimientos no son muy complejos y ellos lo consideran un gasto, sin embargo, si llevan su propio control, en el que resalta un libro denominado ingresos y egresos, donde en un cuaderno anotan todo lo que ingresa en el día y lo que gastan al final, tienen su ganancia diaria, aunque no es algo muy formal es muy útil y la mayoría de los establecimientos lo usan. Cabe resaltar que el 8% de las microempresas de este sector si llevan contabilidad.



**Figura 34. ¿Responsable de llevar el control financiero de la empresa?**

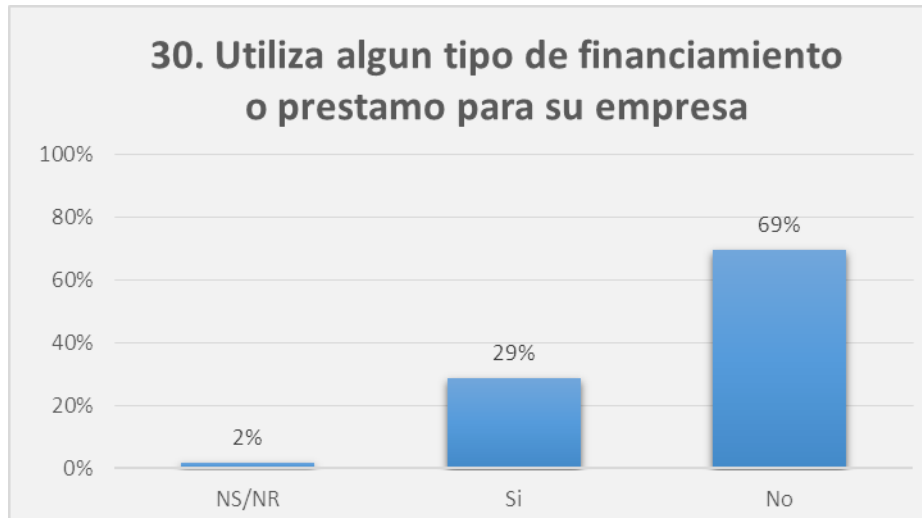
Los responsables de llevar el cuaderno antes mencionado generalmente son los propietarios quienes siempre están pendientes de su negocio.

Existen establecimientos que tienen movimientos suficientes para necesitar la ayuda de un contador profesional en el área para que lleve un mejor registro de las operaciones, aunque este porcentaje sigue siendo muy pequeño poco se puede apreciar.



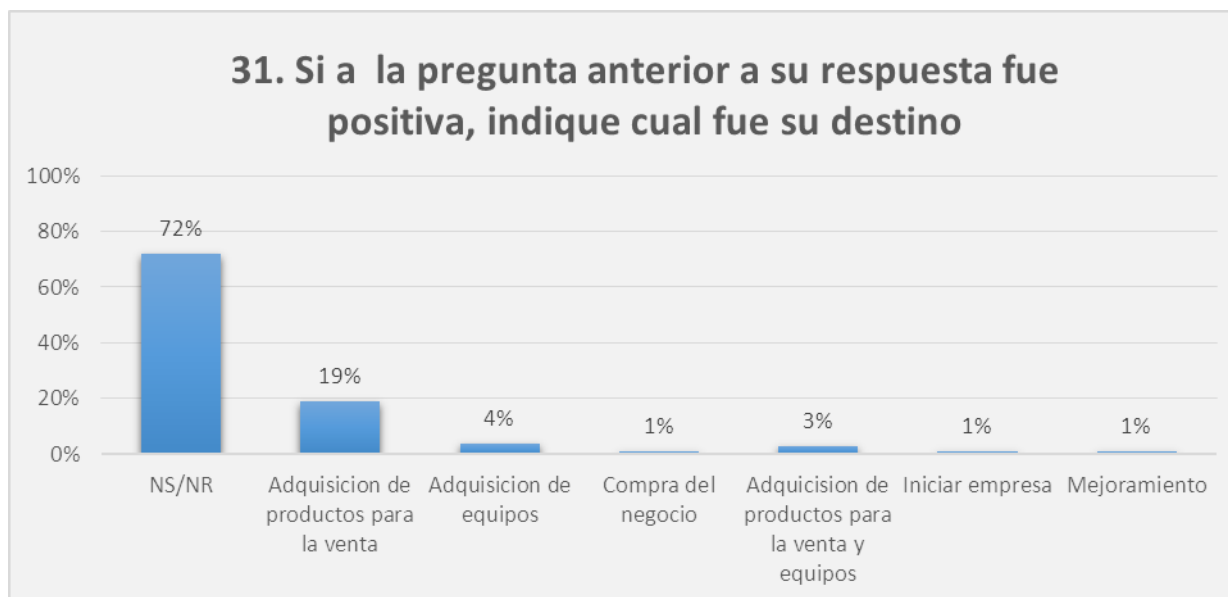
**Figura 35 ¿Elabora estados financieros en su empresa?**

En este tipo de negocios como se ha explicado anteriormente en su mayoría no llevan una contabilidad profesional, por lo que no se realizan unos estados financieros, incluso muchos de los propietarios de estos establecimientos no están familiarizados con este término. Aunque hay tiendas que son un poco más grandes donde cuentan con empleados, son reconocidos en el sector, tienen un contador o en su defecto un auxiliar que se encarga de llevar sus estados financieros al día.



**Figura 36. Utiliza algún tipo de financiamiento o préstamo para su empresa**

Actualmente en esta comuna la mayoría de las personas prefieren no adquirir ningún préstamo pues temen a los intereses, sin embargo, existen propietarios que quieren crecer y saben que no pueden con lo que tienen ahorrado hasta al momento por lo que deciden adquirir un tipo de financiamiento para su inventario o maquinaria.



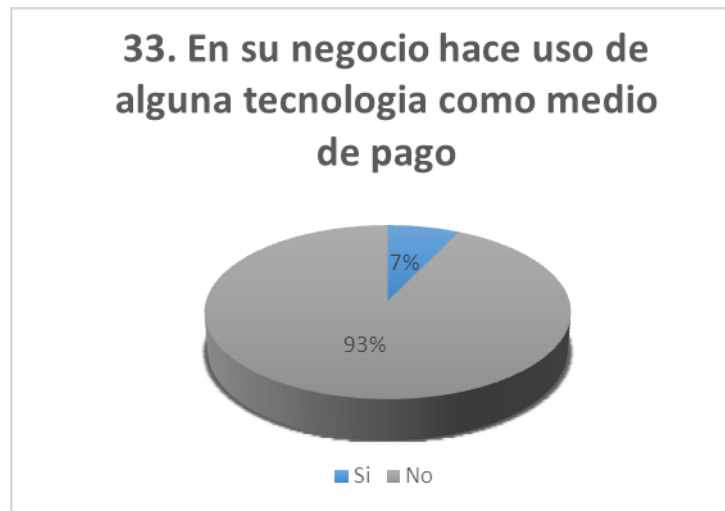
**Figura 37 ¿Cuál fue el destino del financiamiento?**

Cuando los pequeños empresarios deciden adquirir un préstamo lo solicitan en su gran mayoría para comprar mercancía, pues piensan que con más mercancía rotando hay más dinero para poder invertir más adelante.



**Figura 38. ¿Hace uso de caja registradora?**

En la comuna, los establecimientos de comercio no son muy grandes por lo que en su gran mayoría deciden no tener una caja registradora, además hay propietarios que piensan que una caja registradora llama a los ladrones pues el dinero siempre estará a la vista y puede tentar a cualquiera.



**Figura 39 ¿Utiliza alguna tecnología como medio de pago?**

En este tipo de establecimientos de comercio en la comuna se maneja solo efectivo pues no hay compras de muy alto valor que ameriten implantar esas novedosas tecnologías. Sin embargo, las tiendas más grandes del sector y algunas misceláneas si cuentan con un datafono para quienes quieran pagar con su tarjeta.

#### 4.2 Análisis Correlacional

**Tabla 4. Correlación de variables de los Ítems 2 y 4**

**Medidas simétricas**

		Valor	Error típ. asint. <sup>a</sup>	T aproximada <sup>b</sup>	Sig. Aproximada
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	-,206	,073	-2,816	,005
	Gamma	-,259	,092	-2,816	,005
Medida de acuerdo	Kappa	-,024	,038	-,574	,566
N de casos válidos		111			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

La tabla 4 refleja una correlación con un valor  $p < 0.05$ , por lo cual se puede decir que existe una correlación significativa mayor a 95%. Esto indica que los comerciantes han tenido que gastar más dinero para iniciar actividades al pasar el tiempo debido a la inflación pues mientras los que comenzaron hace más de 12 años en su totalidad gastaron un máximo de \$3.000.000 de pesos para formalizar su empresa, los nuevos empresarios han tenido que gastar una cifra mucho más considerable llegando a más de cuatro veces más que en aquella época para iniciar su negocio.

**Tabla 5. Correlación de variables de los Ítems 7 y 8**

		Medidas simétricas			
		Valor	Error típ. asint. <sup>a</sup>	T aproximada <sup>b</sup>	Sig. Aproximada
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	,848	,032	11,738	,000
	Gamma	,952	,021	11,738	,000
Medida de acuerdo	Kappa	,598	,054	9,905	,000
N de casos válidos		111			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

La tabla 5 refleja una correlación con un valor  $p < 0.05$ , lo que nos dice que existe en una correlación significativa mayor a 95%. En esta comuna los establecimientos de comercio que manejan una contratación escrita, sus trabajadores tienen una asignación mensual o quincenal y los que están en sus inicios y llevan su administración un poco más informal, manejan una contratación de tipo verbal y la asignación salarial por lo general es diaria o semanalmente.



**Tabla 6. Correlación de variables de los Ítems 9 y 17**

		Medidas simétricas			
		Valor	Error típ. asint. <sup>a</sup>	T aproximada <sup>b</sup>	Sig. aproximada
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	,223	,079	2,789	,005
	Gamma	,300	,105	2,789	,005
Medida de acuerdo	Kappa	,069	,034	2,040	,041
N de casos válidos		111			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

La tabla 6 refleja una correlación con un valor  $p < 0.05$ , lo que traduce una correlación significativa mayor a 95%. Deduciendo que las madres de familia son las que se sienten más atraídas por las estrategias que usan los microempresarios como son el precio y el servicio. Ya que al ser cabezas de hogar y en muchos casos las encargadas de llevar las finanzas en la casa buscan el lugar más económico, de calidad y buen servicio para realizar sus compras.

**Tabla 7. Correlación de variables de los Ítems 3 y 10**

		Medidas simétricas			
		Valor	Error típ. asint. <sup>a</sup>	T aproximada <sup>b</sup>	Sig. aproximada
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	-,166	,084	-1,940	,052
	Gamma	-,293	,143	-1,940	,052
Medida de acuerdo	Kappa	,011	,049	,224	,823
N de casos válidos		111			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

La tabla 7 refleja una correlación con un valor  $p > 0.05$ , lo que expresa que es una correlación no significativa. Se puede inferir que los propietarios independientemente de que consideren o no, a las empresas de distribución masiva como una amenaza para su empresa, los ingresos de

ellos no se ven afectados debido a que sus clientes los refieren para comprar los insumos básicos para el hogar día a día.

**Tabla 8. Correlación de variables de los Ítems 13 y 21**

		Medidas simétricas			
		Valor	Error típ. asint. <sup>a</sup>	T aproximada <sup>b</sup>	Sig. Aproximada
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	-,320	,079	-3,636	,000
	Gamma	-,574	,115	-3,636	,000
Medida de acuerdo	Kappa	-,029	,031	-1,066	,286
N de casos válidos		111			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

La tabla 8 refleja una correlación con un valor  $p < 0.05$ , lo que se traduce en una correlación significativa mayor a 95%. Esto indica que la rotación de la mercancía depende mucho de la cantidad de días en la semana en el que el negocio está abierto a sus clientes. Pues entre más días está el establecimiento abierto, más rápido se vende la mercancía y la regularidad para surtir su negocio es mayor.

**Tabla 9. Correlación de variables de los Ítems 20 y 3**

		Medidas simétricas			
		Valor	Error típ. asint. <sup>a</sup>	T aproximada <sup>b</sup>	Sig. aproximada
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	,049	,084	,578	,564
	Gamma	,121	,213	,578	,564
Medida de acuerdo	Kappa	,012	,015	,585	,559
N de casos válidos		111			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula

La tabla 9 refleja una correlación con un valor  $p > 0.05$ , lo que expresa que es una correlación no significativa. Esto nos dice que no importa que horario tenga la tienda, pues eso no va a variar los ingresos mensuales, ya que sus clientes se irán acostumbrando a su horario y harán las compras necesarias en el horario establecido.

**Tabla 10. Correlación de variables de los Ítems 22 y 24**

		Medidas simétricas			
		Valor	Error típ. asint. <sup>a</sup>	T aproximada <sup>b</sup>	Sig. aproximada
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	-,446	,073	-5,918	,000
	Gamma	-,737	,099	-5,918	,000
Medida de acuerdo	Kappa	,095	,022	4,157	,000
N de casos válidos		111			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

La tabla 10 refleja una correlación con un valor  $p < 0.05$ , lo que significa una correlación significativa mayor a 95%. Esto es debido a que los comerciantes cuando conocen o le presentan una entidad que brinde apoyo para el desarrollo de su empresa, indagan sobre ella y en su mayoría obtienen desde una asesoría, capacitación hasta el apoyo financiero en sí.

**Tabla 11. Correlación de variables de los Ítems 25 y 26**

		Medidas simétricas			
		Valor	Error típ. asint. <sup>a</sup>	T aproximada <sup>b</sup>	Sig. aproximada
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	,178	,090	1,969	,049
	Gamma	,219	,111	1,969	,049
Medida de acuerdo	Kappa	,158	,042	4,340	,000
N de casos válidos		111			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

La tabla 11 refleja una correlación con un valor  $p < 0.05$ , lo que se traduce en una correlación significativa mayor a 95%. Que se da entre las instituciones gubernamentales en la cual se encuentra registrada la empresa y el impuesto correspondiente a la entidad. Esto se traduce en que los empresarios pagan el impuesto correspondiente a la entidad en la cual se encuentra registrada su establecimiento.

**Tabla 12. Correlación de variables de los Ítems 6 y 7**

		Medidas simétricas			
		Valor	Error típ. asint. <sup>a</sup>	T aproximada <sup>b</sup>	Sig. aproximada
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	,259	,075	3,412	,001
	Gamma	,439	,120	3,412	,001
Medida de acuerdo	Kappa	,328	,055	5,535	,000
N de casos válidos		111			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

La tabla 12 refleja una correlación con un valor  $p < 0.05$ , lo que nos dice que hay correlación significativa mayor a 95%. Esto es debido a que las empresas cuando van creciendo van formalizando más su negocio, puesto que la mayoría de microempresas en el país cuando tienen de 1 a 3 empleados su contratación es de tipo Verbal, pero una empresa que ya haya crecido al punto de dar oportunidad de empleo a más de 7 personas, seguramente tiene más formalizada su empresa, y realiza contratación de manera escrita.

## 5. Conclusiones

La investigación realizada permitió conocer que el comercio minorista en la Ciudad de San José de Cúcuta es representado en gran parte por las llamadas tiendas de barrio, dentro de las cuales se pudo encontrar las “misceláneas”, “cacharrerías” y “variedades” que como su nombre lo indica son pequeños negocios que se dedican a cubrir las necesidades de los consumidores; en los cuales se vio representado a una gran parte de la población de bajos recursos y a partir de ello nace el problema de la informalidad, es decir, carecen de legalidad ante los entes gubernamentales. De esta manera se determinó que las empresas informales no están registradas, por lo cual se hace evidente que se está evadiendo las obligaciones fiscales ante el estado, lo cual trae como consecuencias la falta de apoyo efectivo del gobierno, falta de acceso a capacitación y con ello la falta de financiamiento y credibilidad.

Se puede evidenciar que los propietarios de los establecimientos comerciales del sector minorista de la comuna 5 no realizaron el proceso completo para la inscripción formal de su tienda, cacharrería o miscelánea, esto se ve reflejado en los resultados de las encuestas realizadas en la investigación donde se puede apreciar una diferencia entre los negocios que están inscritos en Cámara de Comercio y DIAN. Esta diferencia se debe al desconocimiento que tienen algunos administradores de los establecimientos del sector minorista en esta comuna de la ciudad respecto a la entidad gubernamental en que se encuentran registrados formalmente, ya que ellos no tenían muy claro si estaban registrados legalmente en alguna entidad gubernamental, debido a esto contestaban lo que creían o habían escuchado por el propietario. Por otra parte, esta diferencia que se presenta en los datos también se debe a que la cámara de comercio y la Dian no siempre han tenido relaciones para regular los procedimientos que permitan garantizar la confiabilidad y seguridad para la inscripción en el Registro Único Tributario (RUT) y su actualización de oficio a

través de las Cámaras de Comercio, actualmente gracias a la Resolución 000052 de junio 21 del 2016 al registrarse en cámara de comercio internamente la cámara realiza el proceso de obtener ante la DIAN el número de NIT con el que se identificara tributariamente el establecimiento comercial . Se concluye que las personas que no están registradas en DIAN, abrieron su negocio antes que hubiera dicha relación y no tenían conocimiento de que había que hacer el proceso de inscripción a cada entidad por separado.

Se establece que en cuanto a la contratación es una tendencia que el personal inicialmente sea familiar, ya que ellos son su primera opción y es de acuerdo a esto que la contratación se da por la confianza, pues se estipula de manera verbal y su salario se establece por las horas laboradas. De acuerdo a esta investigación se determinó que la razón principal manifestada para iniciar el negocio es la necesidad de independencia laboral, debido a las difíciles condiciones de empleo formal que existen en la ciudad, lo cual es muy claro ya que Cúcuta de acuerdo al DANE tiene una tasa de desempleo del 15.5%( información que corresponde al mes de octubre de 2019); en segunda instancia buscan iniciar el negocio para generar ingresos adicionales como una forma de mejorar la calidad de vida de la familia.

## **6. Recomendaciones**

Se recomienda que los establecimientos comerciales que aún no están registrados legalmente, lo hagan, puesto que al no estar registrados de manera formal tienen un gran riesgo de recibir multas y sanciones legales, las cuales pueden generar el cierre del establecimiento y también ocasionar una mala imagen del negocio para el cliente o consumidor. Por otra parte, si se registra formalmente el negocio contara con grandes beneficios como: acceder a mejores oportunidades de financiación para la empresa, recibir asesorías y capacitaciones que le ayuden a mejorar la toma de decisiones en la administración del negocio, también el IVA que su empresa factura puede ser descontado, entre otros.

Las tiendas de barrio en la comuna 5 en su gran mayoría son administradas por personas que no tienen ningún tipo de estudio o experiencia en cómo se debe administrar un negocio, por tal motivo sería vital que el dueño de cada tienda inscriba en capacitaciones, cursos y talleres a la persona que selecciono para ser el administrador. Tener un buen administrador en un negocio es parte fundamental, ya que una adecuada toma de decisiones en la organización, permitirá el crecimiento del establecimiento.

De igual manera es indispensable que los empresarios de la comuna 5 de la ciudad de Cúcuta se actualicen en lo que respecta el manejo administrativo y financiero de la empresa, implementado sistemas de información financiera, ya que esto permitirá un mejor apoyo en la toma de decisiones y el control de la organización. También sería bueno que los trabajadores de la tienda, ya sean familiares o personas particulares cuenten con un sueldo fijo, y no pagarles por las horas o días de trabajo que laboran, esto ayudaría a disminuir el índice de desempleo que afronta la ciudad actualmente, el cual es muy alto.

## Referencias Bibliográficas

Acueducto de Popayán. (2012). *Código de Comercio Dec 410 1971*. Recuperado de:

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=41102>

Álvarez, A. (2004). *Introducción al Análisis Financiero*. Recuperado de:

[https://www.academia.edu/37047364/Introducci%C3%B3n\\_al\\_An%C3%A1lisis\\_Financiero\\_Tercera\\_Edici%C3%B3n](https://www.academia.edu/37047364/Introducci%C3%B3n_al_An%C3%A1lisis_Financiero_Tercera_Edici%C3%B3n)

Alviar, A. (2015). *Caracterización del comercio tradicional de distribución minorista de productos de consumo masivo. caso barrio La Enea de Manizales*: Colombia 109.

Angulo, J. (2017). *Sobre la población y muestra en investigaciones empíricas*. Blog Aula Magna

2.0. *Revistas Científicas de Educación En Red.*, 1–3.

Arianne M. & Adalberto, A. (2002). *Evolución de la teoría administrativa. Una visión desde la Psicología Organizacional*. *Revista Cubana de Psicología*.

Bertalanffy, L. (1976). *Teoría General De los Sistemas*, Editorial Fondo De Cultura Económica, México.

Bertoglio, O. (1993). *Introducción a la teoría general de sistemas*. México: LIMUSA.

Boundi, F. (2018). Valor y dinero en Marx. *Revista de Economía Institucional*, 20(38), 97-127.

Consejo Superior De La Judicatura. (2004). *Constitución Política de Colombia*.

Dane (2019). Gran encuesta integrada de hogares (GEIH) Mercado laboral. Dane Información para todos. <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado->



laboral/empleo-y-desempleo. Así queda la referencia bibliográfica del segundo párrafo del  
dane

Dulzaides, M. & Molina, A. (2004). *Análisis documental y de información: dos componentes de un mismo proceso*. *Acimed*, 12(2), 1-1.

Fayol, H. (1916). *Teoría clásica de la Administración*. Francia.

Giraldo, C. (2015). *Superintendencia de industria y comercio leyes de interés epígrafe año 1993*.

Hernández R, Fernández C. & Baptista P (2014) *Metodología De La Investigación*: México MC  
GRAW HILL.

Hinostraza, T. (2014). *Factores Del Sistema De Gestión De Las Pymes Comerciales Minoristas, En La Ciudad De Medellín Afectadas Por Los Tratados De Libre Comercio*. Proyecto de la  
Universidad Pontificia Javeriana

Hofer C. (1985) *Planeación Estratégica Conceptos Analíticos*. Colombia Norma S.A

Idalberto, C. (1999). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. McGraw Hill.

Méndez C. (2001) *Metodología Diseño y desarrollo del proceso de la investigación.*: Bogotá:  
MC GRAW HILL.

Molina, M. (2015). *Económica Y Empresarial*.

Moreno, J. & Suarez, C. (2008) *Evaluación De La Eficiencia Y La Productividad De Las Empresas De Distribución Minorista En El Período 1996-2002*.

Pedro Lopez. (2004). *Población Muestra y Muestreo*. Punto Cero, 9(8), 69–74.

Rincón, H., Niño, F. & Gómez, D. (2017). *Retail en Colombia 2010 - 2015: Un estudio a partir del análisis financiero integral como elemento de soporte para la toma de decisiones.*

Revista Espacios, 38(42), 20.

Salvador Gay. (2001). La teoría del valor de Carlos Marx.

Silva, H. (2012). *Panorama del Negocio Minorista en Colombia. Pensamiento & Gestión*, (32), 115–141.

Smith, A. (1776) *La Riqueza de la Naciones*, Edición Carlos Rodríguez.

Stoner, J., Freeman, R. & Gilbert, D. (1996). *Administración*. Pearson educación.

Suarez (2016). *Diagnóstico De La Situación Del Desarrollo Económico De Cúcuta Durante Las Dos Últimas Administraciones, Como Base Para La Creación De Una Zona De Régimen Aduanero Especial En La Ciudad.*

Tugores J. (1999) *Economía Internacional. Globalización e integración regional*. Madrid MC GRAW-HILL.

## **ANEXOS**

## Anexo 1. Encuesta



**Universidad Francisco de Paula Santander**

**Facultad de Ciencias Empresariales**

**Programa de Contaduría Pública**

**Estimado empresario:** Seleccione la alternativa que considerada correcta para cada interrogante y marque con una equis “X” en la casilla correspondiente.

**Objetivo:** Determinar las particularidades de los establecimientos comerciales del sector minorista de las comunas de la ciudad de Cúcuta.

<b>Nombre del establecimiento</b>					
<b>NIT</b>		<b>Dirección</b>			
<b>Sector Comercial</b>		<b>Teléfono</b>		<b>Comuna</b>	
<b>Barrio</b>			<b>Correo electrónico</b>		
<b>Nombres y apellidos del propietario</b>					
<b>Edad</b>		<b>Estado Civil</b>		<b>Nivel de Formación</b>	

## DESCRIPCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

### 1. Indique que lo motivo para iniciar su empresa

- Iniciativa propia
- Incremento patrimonial
- Bienestar para la familia
- Tradición familiar
- Requerido por la comunidad
- Otros ¿Cuál? \_\_\_\_\_

### 2. ¿Cuánto tiempo hace que inicio operaciones en la empresa?

- Menos de un año
- De 1 a 3 años
- De 4 a 7 años
- De 8 a 11 años
- Mas de 12 años

### 3. ¿Cuál es el valor promedio de las ventas en el mes de su empresa?

- Entre \$ 1.000.000 - \$ 3.000.000
- Entre \$ 3.000.001 - \$ 6.000.000
- Entre \$ 6.000.001 - \$ 15.000.000
- Mas de \$ 15.000.000

### 4. ¿Cuánto dinero fue requerido para iniciar la empresa?

- Menos de \$1.000.000
- Entre \$ 1.000.000 y \$ 3.000.000
- Entre \$ 4.000.000 y \$ 7.000.000
- Entre \$ 8.000.000 y \$ 11.000.000
- Mas de \$ 12.000.000

## DIAGNOSTICO ADMINISTRATIVO

**5. ¿Quién dirige las operaciones en la empresa?**

- Propietario
- Familiares
- Empleado de confianza
- Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**6. ¿Aparte de usted, cuántas personas laboran en su empresa?**

- De 1 a 3 personas
- De 4 a 7 personas
- Más de 7 personas
- Ninguna

**7. ¿La contratación de sus empleados es?**

- Verbal
- Escrita
- Otro: ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**8. ¿La forma de pago a sus empleados es?**

- Mensual
- Quincenal
- Diaria
- Otra: ¿Cuál? \_\_\_\_\_

## DIAGNOSTICO DEL ENTORNO

**9. ¿Cuál de las siguientes estrategias utiliza para diferenciarse con sus competidores?**

- Precio
- Servicio
- Publicidad
- Diversidad de productos
- Descuentos y/o Promociones
- Otro: ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**10. ¿Considera que los almacenes de cadena y empresas de distribución masiva son una amenaza para su empresa?**

- Si     No

**11. ¿Maneja alguna estrategia para la ubicación de sus productos?**

- Por el tipo de producto
- De acuerdo a la rotación
- No se posee ninguna estrategia

**12. ¿De que forma abastece su negocio?**

- A través de distribuidor
- En centrales de abastos y/o depósitos
- Comprando personalmente
- Otro: ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**13. ¿Con que regularidad surte su negocio?**

- Diariamente
- Semanalmente
- Quincenalmente
- Mensualmente
- Otro: ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**14. ¿Cuántos proveedores posee su empresa?**

- De 1 a 5
- De 6 a 12
- De 13 a 19
- Más de 20

**15. ¿Sus proveedores le otorga crédito?**

- Si     No

**16. ¿Cual es el tiempo de crédito otorgado por el proveedor?**

- De 1 a 15 días
- De 16 a 30 días
- De 31 a 45 días
- Más de 45 días

**17. ¿Indique cuál es su principal cliente?**

- Amas de casa
- Hombres
- Jóvenes
- Niños

**18. ¿Otorga crédito a sus clientes**

- Sí  No

**19. ¿Cuál es el tiempo de crédito otorgado a sus clientes?**

- De 1 a 15 días
- De 16 a 30 días
- De 31 a 45 días
- Más de 45 días

**20. ¿Cuántas horas al día permanece su negocio abierto a sus clientes?**

- De 1 a 4 horas
- De 5 a 8 horas
- Mas de 9 horas

**21. ¿Los días de atención que presta su negocio a los clientes?**

- De lunes a viernes
- De lunes a sábados
- De lunes a domingos

**22. ¿Tiene conocimiento si existe entidades que brinden apoyo para el desarrollo de su empresa?**

- Sí  No

**23. ¿Si a la pregunta anterior su respuesta fue positiva, indique la entidad que le brindo apoyo para el desarrollo de su empresa? \_\_\_\_\_**

**24. ¿Qué tipos de servicios le fue suministrado para el desarrollo de su empresa?**

- Asesoría
- Asistencia técnica
- Capacitaciones
- Otro: ¿Cuál? \_\_\_\_\_



## DIAGNOSTICO LEGAL Y FINANCIERO

**25. ¿Indique en cuál de las siguientes instituciones gubernamentales se encuentra registrada su empresa?**

- Dian
- Cámara de Comercio
- Industria y Comercio
- Sayco y acinpro
- No registrada

**26. ¿Cuál de los siguientes impuestos está obligado?**

- Impuesto de Renta
- Industria y Comercio
- IVA
- Otro: ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**27. ¿Para el control de sus operaciones que tipo de registro utiliza?**

- Ingresos y egreso
- Gastos
- Clientes
- Proveedores
- Inventarios
- Libro fiscal de operaciones diarias
- No llevo ningún tipo de registro

**28. ¿Quién es el responsable de llevar el control financiero de la empresa?**

- Propietario
- Administrador
- Contador
- Otro: ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**29. ¿Se elaboran estados financieros en la empresa?**

- Si
- No

**30. ¿Utiliza algún tipo de financiamiento o préstamo para su empresa?**

- Si
- No

**31. ¿Si a la pregunta anterior su respuesta fue positiva, indique cual fue su destino?**

- Adquisición de productos para la venta
- Adquisición de equipos
- Pago a proveedores
- Pago de impuestos
- Otro: ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**32. ¿En su negocio hace uso de caja registradora?**

- Si
- No

**33. ¿En su negocio hace uso de alguna tecnología como medio de pago?**

- Si
- No