

Estudio de caso del proyecto economía para la gente implementado en el micronegocio “la esquina” de la ciudad de Popayán- Cauca

*Erica Gabriela Mosquera Ruiz*¹

11 de diciembre de 2021

Popayán, Cauca

Resumen

El presente artículo, tiene como objetivo describir el estudio de caso del proyecto economía para la gente implementado en el micronegocio “la esquina” el cual se encuentra ubicado en la ciudad de Popayán jurisdicción del departamento del Cauca. Donde se logró evidenciar que.....

Palabras claves: estudio de caso, economía para la gente, micronegocio y reactivación económica.

Abstract

The objective of this article is to describe the case study of the economy for the people project implemented in the micro-business “La Esquina” which is located in the city of Popayán, jurisdiction of the department of Cauca. Where it was possible to show that....

Keywords: case study, economy for the people, micro-business and economic reactivation.

¹ Estudiante de Contaduría Pública de la Fundación Universitaria de Popayán. Código: 18132085.

Introducción

La situación económica de los micronegocios en Colombia, siempre se ha caracterizado por su inestabilidad financiera, en la medida en que su constitución está asociada a altos niveles de informalidad ya que según el boletín técnico del DANE (2019) “el 87,8% de micronegocios para el total nacional, no están registrados en Cámara de Comercio. Y en los centros poblados y rural disperso este porcentaje asciende al 97,1%. En contraste, el 12,2% de micronegocios del país están registrados ante dicha entidad”, situación que genera brechas en los ingresos, influyendo de igual directamente en las condiciones de vida de los propietarios de los micronegocios.

En ese sentido, hoy en día la situación para este sector es mucho más preocupante debido a la emergencia sanitaria producida por el virus del Covid-19 y decretada por la Organización Mundial de la Salud; generando así, un gran impacto económico para este sector, en la medida en que cesaron todas las actividades económicas y productivas como medida transitoria implementada por el Gobierno Nacional para frenar la propagación del virus y velar por la salud de los colombianos.

En consecuencia, fueron los pequeños empresarios los más afectados, ya que el “10% de las microempresas en Colombia se declararon en quiebra por la pandemia del Covid-19 (...), ya que el 65,7 % se quedaron sin efectivo para financiar su operación y el 53 % presentó una disminución en sus ventas superior al 50 %” (Portafolio, 2020); lo cual generó que muchos empresarios y emprendedores cerraran sus negocios, afectando aún mucho más la económica nacional, regional y local del país al representar un gran aporte a la economía nacional, lo que al mismo tiempo evidencia la inestabilidad y vulnerabilidad de los micronegocios.

Es así como, mediante el presente estudio de caso del proyecto economía para la gente implementado en el micronegocio “la esquina” de la ciudad de Popayán Cauca, se pretende ofrecer ayuda y orientación técnica para que este micronegocio pueda reactivarse de manera adecuada cumpliendo con los requisitos impuestos por el Gobierno Nacional para todos aquellos negocios que pretenden volver nuevamente al mercado, evitando así, nuevos contagios y nuevos picos de pandemia que obliguen a cesar nuevamente todas las actividades del sector económico.

Análisis teórico

Ahora bien, para lograr una adecuada comprensión acerca del presente estudio de caso, es necesario realizar un análisis teórico que permita comprender de manera correcta las diferentes variables analizadas en este estudio.

Por consiguiente, es indispensable definir lo que se entiende por micronegocio, el cual según el DANE este es considerado como una “unidad económica con máximo 9 personas ocupadas que desarrolla una actividad productiva de bienes o servicios, con el objeto de obtener un ingreso, actuando en calidad de propietario o arrendatario de los medios de producción” (DANE, 2019).

En ese sentido, para el año 2020 según datos de la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) logra identificar que a nivel nacional existen 19,7 millones de ocupados², de los cuales unos 8,6 millones son trabajadores por cuenta propia y unos 0,6 millones son empleadores. Por ende, en el país existen alrededor de 5,3 millones de micronegocios hasta el mes de octubre.

² Personas que durante el período de referencia: i) Trabajaron en la semana de referencia, por lo menos, una hora remunerada; ii) No trabajaron la semana de referencia, pero tenían un trabajo; o iii) Trabajaron sin remuneración en la semana de referencia, por lo menos, una hora con familiares. Fuente: <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/micro/Pres-micronegocios-2020-ene-oct.pdf>

De igual manera, es importante mencionar que los(as) propietarios(as) de micronegocios tienen las siguientes características:

En primer lugar, son propietarios(as) o poseedores(as) de los medios de producción con los cuales desarrollan su actividad económica; segundo, prestan servicios técnicos o profesionales siempre y cuando no sean subordinados(as); tercero, son responsables de la deuda u obligación contraída en el proceso de producción, comercialización o prestación del servicio que genera los ingresos y buscan su propia clientela. Por ende, estos tipos de negocios pueden ser operados por una sola persona (UNIMINUTO, 2020, pág. 7).

Ahora bien, para que un micronegocio no sea considerado informal, es necesario que cumpla con algunos requisitos como lo explica la Corporación Universitaria Minuto de Dios (UNIMINUTO, 2020) cuenta con matrícula mercantil, lleva la contabilidad de su empresa (tiene un registro de los ingresos y gastos de su negocio, lo que facilita el control y la toma de decisiones); de igual manera, debe inscribir en el Registro Mercantil las actas, libros y documentos, al igual que pagar los impuestos correspondientes, respalda a sus trabajadores, realizando los aportes de salud, pensión y parafiscales (ICBF, SENA y Cajas de Compensación Familiar) (pág. 12).

Ahora bien, teniendo en cuenta el estado actual en el que se encuentran los micronegocios en Colombia, es necesario enfatizar en como la pandemia generada por el virus del Covid-19 estableció grandes retos para el área comercial, en el sentido de que puso en juego las habilidades y el avance de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) como un aliado para hacer crecer y reconocer cualquier negocio en todos los niveles: internacional, nacional, regional y local.

En ese sentido, el mundo del internet a permitido que las empresas llegaran de manera más personalizada a sus compradores, debido a que la comunicación es mucho más directa y personalizada, lo que a su vez permite la fidelización de los clientes hacia la empresa misma, por ende, el “internet se ha convertido en una de las herramientas centrales del desarrollo de las empresas, pero también de la economía de un país. Además, está brindándoles a los estrategas de marketing nuevas oportunidades para llegar a su cliente objetivo” (Barrientos, 2017, pág. 4).

Es así como, el internet influye en gran medida el entorno en el que se desarrolla cualquier empresa al incidir de manera directa en la productividad de la misma, al mismo tiempo que en el comportamiento económico interno del país. De mismo modo, al internet ser parte de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) de un negocio, es indispensable que los mismos hagan un uso “adecuado de este, no solo para relacionarse con sus compradores, sino con todos los que son parte de su cadena de valor (proveedores, prestadores de servicios, distribuidores)” (Barrientos, 2017, pág. 4); ya que esto, permite mejorar los resultados económicos que tiene un afecto directo en la economía nacional de un país.

Análisis empírico

Cual es administrada por sus propietarios una familia de adultos mayores esposo y esposa y es atendida por ellos, al momento de realizar la visita al establecimiento se observa que no cuenta con las medidas de bioseguridad que exige la administración municipal para poder ejercer la actividad, así que les dio la asesoría para adecuar en el lugar un dispensador de gel y alcohol antibacterial el uso permanente y adecuado de tapabocas guantes, y se realizaron carteles informativos sobre el lavado de manos y el uso obligatorio de estos elementos de bioseguridad

de igual forma se capacito a los propietarios sobre el manejo de alimentos utilizando todos los protocolos.

- procedimos a realizar un inventario de costos y gastos donde se evidencia que no se lleva un control sobre los ingresos y gastos que se tienen en el día a día del micronegocio, a lo cual manifestaron que las utilidades las utilizaban para todos los gastos de la casa incluido servicios públicos, comida y gastos personales. Por ende, se ayudó la organización inventario de los productos se identificaron las utilidades y se separaron los gastos dando un orden y evidenciando que el micronegocio si estaba generando utilidades.

- se verifico los productos que se venden, identificando marcas, calidad, costos, oferta y demanda de los mismos y se contribuyó para realizar las compras al por mayor con proveedores certificados los cuales ofrecen productos de buena calidad y a mejores precios, lo cual hizo que se generaran más utilidades en el negocio.

- se capacito a los trabadores del micronegocio sobre la seguridad y salud en el trabajo, con videoconferencias dictadas por profesionales en el área, donde se tomaron en cuenta varias recomendaciones y se incluyeron en las horas laborales pausas activas, con el fin de mejorar los niveles de tención y estrés laboral, malas posturas debido a la rutina.

- se realizaron estrategias de negocio donde se identificó los productos que más generaban demanda, con el fin de crear con los proveedores del producto tener veneficios y rebajas al hacer compras en cantidad y poder darle al cliente un buen producto a más bajo costo, logrando con esto tener más ventas, más clientes y más ingresos al micronegocio.

- se identificaron algunas problemáticas ya que al momento de vender algunos productos perecederos estos se encontraban vencidos, por ende, se dio una mejor organización de los productos identificando y teniendo presente la fecha de caducidad de los mismos con el fin de venderlos y no tener pérdidas.

- con el fin de tener un mejoramiento en la productividad se establecieron horarios laborales, identificando en que horas del día era más frecuente la

Afluencia de personas para realizar sus compras con el fin de tener a total disposición los productos y tener eficiencia por parte de los trabajadores.

- se brindó asesoría para tener una mejor visibilidad del micronegocio, logrando con ello mejorar la imagen tanto externa como interna y que los productos de venta queden exhibidos al público generando organización y publicidad.

- se adelantaron trámites en las diferentes entidades del estado con el fin de formalizar el micronegocio, realizando la documentación pertinente y cumplir con todos los requisitos exigidos.

- se orientó a los propietarios del micronegocio sobre hábitos positivos de financiamiento con el fin de que crearan cuentas de ahorro y aumentaran su capital y tuvieran experiencia crediticia logrando con ello tener un respaldo en el futuro y lograr un crecimiento del micronegocio.

Conclusiones

Bibliografía

Barrientos, F. P. (2017). Marketing + internet = e-commerce: oportunidades y desafíos. *Revista Finanzas y Política Económica*, vol. 9(núm. 1), 41-56.

DANE. (2019). *Boletín técnico Encuesta de Micronegocios-EMICRON*. Bogotá. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/micro/bol-micronegocios-2019.pdf>

DANE. (2019). *Boletín técnico: encuesta de micronegocios -EMICRON*. Bogotá. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/micro/bol-micronegocios-2019.pdf>

Portafolio. (05 de octubre de 2020). *Microempresas, las más afectadas por la pandemia*. Obtenido de Diario de información el Portafolio : <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/microempresas-las-mas-afectadas-por-la-pandemia-545344>

UNIMINUTO. (10 de agosto de 2020). Entendiendo los micronegocios: Observatorio de innovación social. Coporación Universitaria Minuto de Dios.

