



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE POPAYÁN
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA

Me permito presentar ante el Consejo Curricular del **PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA, FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE POPAYÁN**

SOLICITUD DE TITULACIÓN POR PROYECTO DE GRADO

De acuerdo a las opciones para la TITULACIÓN Y OBTENCIÓN DE GRADO de la FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE POPAYÁN.

Título de la pasantía

**INFORME DE PASANTÍA FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL EN EL ÁREA DE
CONTABILIDAD FINANCIERA PARA LOS TENDEROS DEL CASCO URBANO
DEL MUNICIPIO DE GUACHENÉ**

Nombre del estudiante

IVETH CAROLINA DOMÍNGUEZ VALENCIA

Nombre del centro tutorial: **SANTANDER DE QUILICHAO**

Centro o lugar donde se realiza la investigación:

CASCO URBANO DEL MUNICIPIO DE GUACHENÉ

Tipo de investigación: **DESCRIPTIVA EXPLICATIVA**

Nombre del Asesor responsable: **RENE IVÁN GUERRERO DORIA**

Firma del asesor: _____

Fecha _____

**INFORME DE PASANTÍA FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL EN EL ÁREA DE
CONTABILIDAD FINANCIERA PARA LOS TENDEROS DEL CASCO URBANO DEL
MUNICIPIO DE GUACHENÉ**

INTEGRANTE

IVETH CAROLINA DOMÍNGUEZ VALENCIA

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE POPAYÁN

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA

SANTANDER DE QUILICHAO CAUCA, 2022

**INFORME DE PASANTÍA FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL EN EL ÁREA DE
CONTABILIDAD FINANCIERA PARA LOS TENDEROS DEL CASCO URBANO DEL
MUNICIPIO DE GUACHENÉ**



INTEGRANTE

IVETH CAROLINA DOMÍNGUEZ VALENCIA

**TRABAJO DE GRADO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR POR EL
TÍTULO DE CONTADORA PÚBLICA**

DIRECTOR

RENE IVÁN GUERRERO DORIA

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE POPAYÁN

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA

SANTANDER DE QUILICHAO CAUCA, 2022

DEDICATORIA

A, quien me ha permitido cumplir este logro y ver finalizado este ciclo académico.

Por quien tengo la satisfacción del deber cumplido y el haber logrado coronar esta etapa tan especial de mi vida, no solo personal sino también familiar, pues indudablemente esto produce un eco positivo en mi hija, sobrina, y parientes cercanos.

A quien es el dueño de todo el universo y del lugar donde nos encontramos.

A quien diseñó y formó esta maquinaria tan asombrosa como es el cuerpo humano.

Dedico con todo mi corazón este éxito a quien le debemos ¡todo!

A Dios todo poderoso.

IVETH CAROLINA DOMÍNGUEZ VALENCIA

AGRADECIMIENTOS

La autora expresa sus agradecimientos a:

Dios gracias por acompañarme, darme fuerza y voluntad para superarme cada día más alcanzando metas y venciendo obstáculos, para cumplir mi sueño de ser contadora.

Asesor de trabajo de grado por su acertada orientación, las constantes asesorías durante el desarrollo del presente trabajo.

Directivas de la FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE POPAYÁN, por facilitar la culminación de mi carrera profesional.

Personal docente de la Fundación Universitaria de Popayán, por contribuir en mi proceso de formación profesional.

A las administraciones municipales de Guachené que han contribuido positivamente al desarrollo humano de la población apoyando decididamente la educación del pueblo, sin color político.

A mi familia que con paciencia me apoyaron de manera incondicional, siempre estuvieron a mi lado colaborándome y dándome ánimo para salir adelante.

A todos aquellos quienes de una u otra manera contribuyeron e hicieron posible la culminación del presente proyecto.

IVETH CAROLINA DOMÍNGUEZ VALENCIA

Tabla de contenido

1 TITULO DEL PROYECTO	12
2 INTRODUCCIÓN	13
3 JUSTIFICACIÓN	14
4 INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA Y/O COMUNIDAD	15
4.1 ASPECTOS ORGANIZACIONALES	15
4.1.1 Antecedentes de la alcaldía de Guachené	15
4.1.2 Plan de desarrollo municipal	17
4.2 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	18
4.2.1 Descripción y análisis de la situación actual	18
5 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	19
5.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	19
6 OBJETIVOS	20
6.1 OBJETIVO GENERAL	20
6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	20
7 MARCO REFERENCIAL	21
7.1 MARCO CONTEXTUAL	21
7.2 MARCO TEÓRICO	21
7.3 MARCO CONCEPTUAL	24
7.3.1 Comercio	24
7.4 MARCO LEGAL	26
8 METODOLOGÍA	27
8.1 INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	27
8.2 POBLACIÓN Y MUESTRA	28
8.2.1 Protocolo de encuesta	28

	8
8.2.2 Presentación de la encuesta	28
8.3 DESARROLLO DE LA PASANTÍA	29
8.3.1 Aplicación y resultados de la encuesta	38
9 CONCLUSIONES	50
10 RECOMENDACIONES	52
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	53
ANEXOS	54

Lista de tablas

Tabla 1. Protocolo de encuesta	28
Tabla 2. Zona de ubicación tiendas.....	38
Tabla 3. Nivel de formación educativo o profesional	39
Tabla 4. Usted ha recibido ayuda gubernamental De orden regional municipal para el fortalecimiento de su negocio.....	40
Tabla 5. Se encuentra su negocio registrado en la cámara y comercio	40
Tabla 6. Ilustración da créditos a sus clientes.....	41
Tabla 7. Cuantas personas viven de este negocio	42
Tabla 8. Tiene control contable en su negocio	43
Tabla 9. Tienen conocimiento sobre emprendimiento	43
Tabla 10. Cómo financian sus gastos.....	44
Tabla 11. Registro de ventas y gastos	45
Tabla 12. Cómo hacen para contratarse con sus proveedores	45
Tabla 13. Usted está capacitado en atención al cliente	46
Tabla 14. Los proveedores que manejan son de Guachené y de otros municipios	47
Tabla 15. En qué medida considera usted muy importante capacitarse	47
Tabla 16. Cuáles serían los medios más apropiados o más favorables para la capacitación.....	48
Tabla 17. Han solicitado crédito con entidades financiera.....	48

Lista de ilustraciones

Ilustración 1. Análisis DOFA	29
Ilustración 2. Generalidades del proceso	33
Ilustración 3. Zona de ubicación tiendas	38
Ilustración 4. Nivel de formación educativo o profesional de los tenderos	39
Ilustración 5. Usted ha recibido ayuda gubernamental De orden regional municipal para el fortalecimiento de su negocio.....	40
Ilustración 6. Se encuentra su negocio registrado en la cámara y comercio.....	41
Ilustración 7. Ilustración da créditos a sus clientes	42
Ilustración 8. Cuántas personas viven de este negocio.....	42
Ilustración 9. Tiene control contable en su negocio	43
Ilustración 10. Tienen conocimiento sobre emprendimiento.....	44
Ilustración 11. Cómo financian sus gastos.....	44
Ilustración 12. Registro de ventas y gastos	45
Ilustración 13. Cómo hacen para contratarse con sus proveedores	46
Ilustración 14. Usted está capacitado en atención al cliente	46
Ilustración 15. Los proveedores que manejan son de Guachené y de otros municipios	47
Ilustración 16. En qué medida considera usted muy importante capacitarse.....	47
Ilustración 17. Cuáles serían los medios más apropiados o más favorables para la capacitación.....	48
Ilustración 18. Han solicitado crédito con entidades financiera.....	49

Lista de anexos

Anexo 1. Instrumento encuesta	54
Anexo 2. Ficha técnica y protocolo de la encuesta	56
Anexo 3. Evidencia fotográficas.....	57
Anexo 4. Folleto diseñado para los tenderos de casco urbano del municipio de Guachené.....	60
Anexo 5. Base de datos de los tenderos Del Casco urbano Del municipio de Guachené	61

1 TITULO DEL PROYECTO

INFORME DE PASANTÍA FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL EN EL ÁREA DE CONTABILIDAD FINANCIERA PARA LOS TENDEROS DEL CASCO URBANO DEL MUNICIPIO DE GUACHENÉ.

2 INTRODUCCIÓN

La realización de este trabajo de grado consiste en una pasantía sobre el fortalecimiento empresarial en el área de contabilidad financiera para los tenderos del casco urbano del municipio de Guachené, sobre el cual presento el siguiente informe.

Para la pasantía se asume un paradigma mixto que contempla la observación y la medición permanente de datos o información captada por medio de instrumentos como la observación, la entrevista y la encuesta. Como eje metodológico, se trabajó mediante la investigación acción participativa a través del encuentro persona a persona con los pequeños empresarios en sus respectivos sitios de trabajo, en donde hubo un importante intercambio de conocimientos.

Durante la realización del proyecto se pudo evidenciar las limitaciones académicas y administrativas que presentan la mayoría de pequeños tenderos y en cierta medida la desconfianza en confiar la información de su negocio a otras personas; pero quizás esos detalles hicieron más interesante el trabajo.

El contenido del presente informe ha sido organizado de acuerdo a los lineamientos dados por la Fundación Universitaria de Popayán. Aquí, en la primera instancia encontramos generalidades del proyecto, el título del informe, los autores, la introducción y la justificación. Luego, viene la información general de la empresa y/o la comunidad (caracterización); la filosofía organizacional (misión, visión, valores, principios, objetivos organizacionales, estructura organizacional; diagnóstico situacional y la descripción y análisis de la situación actual. Se continúa con el planteamiento del problema, la formulación del problema y los objetivos. Continúa el marco teórico y legal acorde a la práctica y a la empresa, institución o comunidad. La metodología y el análisis de los resultados con la presentación de resultados (detallados). La matriz DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas), protocolo de la encuesta, aplicación de encuesta para los del casco urbano tenderos del municipio de Guachené, capacitación para los tenderos del casco urbano municipio de Guachené, las conclusiones, las recomendaciones, la bibliografía y los anexos.

3 JUSTIFICACIÓN

Los pequeños comerciantes del municipio de Guachené representan una oportunidad de trabajo digno y generan lapso de interacción social con la comunidad; trabajan desde la informalidad como una respuesta de desempleo. No llevan una contabilidad debido al desconocimiento de la normativa contable que sugiere el código de comercio colombiano. Por esta razón, este proyecto busca dar a los pequeños tenderos asesorías contables básicas financieras que les permitan mejorar sus ingresos, así como, su calidad de vida individual y familiar.

Se llevó a cabo una serie de entrevistas y encuestas, proceso en el cual se evaluaron y se categorizaron las necesidades y falencias que tienen los tenderos del municipio de Guachené, lo cual fue de gran ayuda para cuantificar los resultados. Con este diagnóstico se buscó determinar la idea que tienen los tenderos acerca de la capacitación y la importancia de formalizar la constitución de su microempresa, y de estar en un mejoramiento continuo, todo esto estudiando diferentes estrategias para lograr contribuir a contrarrestar cualquier falencia y/o debilidad.

En el transcurso de esta pasantía se observó que, en el municipio de Guachené se encuentran ubicadas gran variedad de negocios informales en los cuales no se lleva un adecuado manejo contable; se requiere implementar una asesoría contable financiera que concientice, y culturice y acondicione los negociantes del sector en sus manejos administrativos en su rentabilidad económica, mejoramiento de calidad de vida y mejoramiento en calidad económica.

4 INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA Y/O COMUNIDAD

El municipio de GUACHENÉ Cauca, fue fundado el 19 de diciembre de 2006 mediante Decreto Número 0653 de 2006 Gobernación Del Departamento Del Cauca, está ubicado en el Norte del Departamento del Cauca, está conformado por 22 veredas y un centro poblado; el 75% del territorio está situado en la zona Rural y el 25% en la zona Urbana.

4.1 ASPECTOS ORGANIZACIONALES

4.1.1 Antecedentes de la alcaldía de Guachené

El Municipio de Guachené está ubicado en el Norte del Departamento del Cauca, está conformado por 22 veredas y un centro poblado; el 75% del territorio está situado en la zona Rural y el 25% en la zona Urbana. Su economía se fundamenta en el impuesto predial y de industria y comercio. La población se sostiene de la agricultura (pequeños productores, la minería (extracción de material del río), el comercio a pequeña escala y el empleo público y privado. En el territorio se encuentran instaladas una variedad de empresas ubicadas en la Zona Franca del Parque Industrial del Cauca, que fueron asentadas en el Municipio en el cumplimiento de la Ley 218 del 1996, también conocida como la Ley Páez. Esta Ley le da a conocer a los industriales que se asentaran en el territorio una serie de beneficios entre ellos la sección de impuestos hasta por 10 años, con el requisito que deberían generar empleo para los habitantes del Municipio de Guachené, sin embargo, los industriales hicieron uso de los beneficios que le otorgaban la Ley y no cumplían con el compromiso de generar empleo, argumentando que la región del Municipio no cuenta con la mano de obra idónea para desarrollar las actividades requeridas con los procesos de producción y administración de las empresas, que solo se podían emplear en las actividades de construcción y mampostería; esto justificaba la tardía del personal y los empresarios solo veían aptos los de las ciudades Bogotá, Medellín, Cali y otras ciudades del país. (ANTECEDENTE DE LA ALCALDÍA DE GUACHENÉ , 2021)

Por lo tanto, esta situación generaba el desempleo en el Municipio, condenado a la pobreza, desigualdad social y económica, esto conllevó a que la población en busca de ingreso y oportunidades sea presa fácil de la delincuencia y la ilegalidad. (Estacio, 2021).

Este informe de pasantía determina la inversión social por parte de la Administración Municipal de Guachené, para mejorar las posibilidades de Desarrollo Socio económico para los tenderos de la comunidad, a través del apoyo que brinda la Fundación Propal.

La Fundación Propal en alianza con la Alcaldía de Guachené a través de un convenio de cooperación seleccionó a 100 familias que aportan a la economía del municipio. El propósito del proyecto es Fortalecer las fami empresas del municipio de Guachené- Cauca, a través del cual se realiza un proceso de acompañamiento y seguimiento a cada fami-negocio priorizando a la familia como eje principal en el funcionamiento del mismo.

El proyecto ha realizado dos procesos de dotación para 55 participantes a los cuales se les ha entregado víveres y estantería para tiendas y heladerías; y material para cría y engorde de ganado porcino y pollo. Está dirigido a personas vulnerables que hacen parte de los grupos de adulto mayor, discapacitado, mujer cabeza de familia, mujer, jóvenes y desplazados. (<https://fundacionpropal.org/fundacion-propal-y-alcaldia-de-guachene-continuan-apoyan-las-famiempresas-del-municipio/>, 2021)

Procedencia

Se considera que desde la planeación estratégica del Municipio de Guachené, es el génesis de la educación superior, la cual se da a través de la dinámica externas del movimiento unido por Guachené, entorno a un territorio naciente de la vida jurídica, con el fin de mantener cohesionado un pueblo bajo una visión política, económica cultural y social, entorno a unas dinámicas de inclusión, oportunidad de crecimiento y desarrollo, en el establecimiento un liderazgo en el arden local, regional y nacional en aras de la búsqueda de la resolución de la problemáticas en el marco del cumplimiento de la constitución política y la leyes de Colombia.

Misión

El Municipio de Guachené como entidad territorial organizada y autónoma, genera espacios democráticos con oportunidades y posibilidades de bienestar social, político, económico, ambiental y cultural a todos sus habitantes, con una administración líder y transparenté que realiza las obras y acciones necesarias para el progreso, el desarrollo territorial y la participación comunitaria; que

satisfagan las necesidades básicas, en mejora de calidad de vida y se promueva el verdadero desarrollo humano integral.

Visión

El Municipio de Guachené en el año 2028 con una población de 99 % afro descendiente, será la puerta de entrada del departamento del Cauca, modelo de desarrollo con una economía sustentable y competitiva, en material agrícola e industrial, paraíso turístico y ecológico, proyectado internacionalmente, con un tejido social sólido, para lograr el verdadero desarrollo humano social (Alcaldía de Guachené, 2021)

4.1.2 Plan de desarrollo municipal

Objetivo general

El municipio de Guachené, la sociedad civil y el sector empresarial e industrial del año 2028, promoverán un desarrollo social, económico, político, cultural, ambiental e institucional eficaz y sustentable, que permita el crecimiento local y regional de acuerdo al diseño y ejecución de planes y proyectos, así como de la distribución equitativa de las oportunidades y recursos, a fin de garantizar la satisfacción de las necesidades básicas que mejoren la calidad de vida y aseguren un desarrollo humano integral a todos sus habitantes

Objetivos específicos

- Impulsar el desarrollo social en materia de educación, salud, saneamiento, básico, vivienda y servicios públicos domiciliarios.
- Promover el desarrollo económico a través del crecimiento y la distribución equitativa de los recursos y oportunidades.
- Mejorar las condiciones de vida de la población vulnerable (adulto mayor, personas con habilidades diferentes, poblaciones en situación de desplazamiento); formulando y aplicando programas que promueven ante todo el desarrollo social la equidad de género y los servicios integrales para la primera infancia y adolescencia y adulto mayor.
- Garantizar y promover la democracia local plena con valores y principios éticos y morales para la seguridad y convivencia ciudadana.
- Mejorar la infraestructura vial para garantizar la competitividad y conectividad regional.

- Fortalecer la cultura ancestral afrocolombiana como fuente de riqueza material, inmaterial y espiritual
- Fortalecer el acceso y permanencia a la educación superior, tecnológica y técnica con calidad, diversificada con énfasis en la competencia laborales e investigativas, cimentada en valores, actitudes, aptitudes y principios éticos. (PLAN DE DESARROLLO, noviembre)

4.2 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Las tiendas en su mayoría son microempresas manejadas por la unidad familiar, en donde todos atienden y manejan dinero, los niños del hogar aprenden a través de la experiencia de sus padres, pero dicha experiencia por ser empírica no siempre arroja los frutos esperados, por eso es necesario capacitar a los tenderos del casco municipio de Guachené para mejorar sus conocimientos administrativos del negocio y así su calidad de vida.

Es común pensar que hacer las cosas como se han realizado siempre ha funcionado y está bien. Pero, es importante buscar estrategias que le permitan ayudar al micro empresario que, como fuente principal de la economía del municipio, requieren ser incentivados y una manera es a través de la capacitación constatare que le permita mejorar el manejo de su negocio para que así pueda tener mayor rentabilidad y con ello, propender por mejorar su calidad de vida.

4.2.1 Descripción y análisis de la situación actual

Mediante la técnica de la observación se dedujo que la mayoría de las tiendas tienen falencia como marketing y contabilidad financiera. Se evaluó que las tiendas donde se aplicó la encuesta eran atendidas por sus propietarios, las cuales en su mayoría eran mujeres con edades que oscilan entre 30 y 70 años; las cuales carecen de conocimiento contable y financiero que les permita dar un manejo administrativo progresista que los lleve a generar negocio rentable para sostener a la familia.

5 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las tiendas de barrio son resaltadas por el buen servicio que ofrecen en la comunidad, también por la facilidad para adquirir los productos domésticos a cualquier hora del día a muy buen precio.

Hay razones que influyen negativamente en los tenderos del casco urbano del municipio de Guachené presentan una gran falencia marcada por su poco conocimiento de contabilidad financiera, finanzas, marketing lo que hace que ellos desconozcan si en sus negocios están obteniendo pérdidas o ganancias en cada producto que comercializan.

Estamos en una economía globalizada donde es probable que los tenderos entre a competir con las grandes cadenas de supermercados; por ello, se plantea determinar estrategias para mejorar la calidad, incrementar el poder de negocio frente a los proveedores y cliente.

5.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo el fortalecimiento administrativo en el área de contabilidad financiera en los tenderos del casco urbano del municipio de Guachené ayudaría a mejorar la rentabilidad en sus negocios?

6 OBJETIVOS

6.1 OBJETIVO GENERAL

- Fortalecer el área administrativa en contabilidad financiera a los tenderos del casco urbano del municipio de Guachené.

6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las necesidades de capacitación de los pequeños tenderos para un mejor control en su negocio.
- Dar capacitaciones o talleres de contabilidad financiera para los tenderos del casco urbano del municipio de Guachené.
- Capacitar al tendero de manera sencilla y asequible para que aplique lo aprendido en el manejo de su negocio.
- Realizar acompañamiento contable y financiero, de acuerdo a las deficiencias que se identifiquen en las encuestas aplicadas a cada tendero
- Identificar las falencias que presentan los tenderos en sus procesos contables y a su vez en sus conocimientos financieros.

7 MARCO REFERENCIAL

7.1 MARCO CONTEXTUAL

El Municipio de Guachené está ubicado en el Norte del Departamento del Cauca, está conformado por 22 veredas y un centro poblado; el 75% del territorio está situado en la zona Rural y el 25% en la zona Urbana. Su economía se fundamenta en el impuesto predial y de industria y comercio. La población se sostiene de la agricultura (pequeños productores, la minería (extracción de material del río), el comercio a pequeña escala y el empleo público y privado. En el territorio se encuentran instaladas una variedad de empresas ubicadas en la Zona Franca del Parque Industrial del Cauca, que fueron asentadas en el Municipio en el cumplimiento de la Ley 218 del 1996, también conocida como la Ley Páez.

7.2 MARCO TEÓRICO

Para la realización de este trabajo, fue necesario la revisión de literatura que sustenta el contenido del proyecto, teniendo en cuenta diversos autores que facilitan a través de sus estudios la posibilidad de entendimiento del caso en estudio. Tal es el caso de: Emperatriz Londoño Aldana y María Eugenia Navas Ríos quienes manifiestan que “la tienda es considerada el canal tradicional de distribución más cercano a la familia perteneciente al estrato uno, dos y tres. Es un espacio en el que los consumidores se sienten como en su propio hogar, incluso con cierta intimidad. Esto se traduce en cercanías sociales de gran significado en la cotidianidad o cuando aparece una emergencia. Por un lado, es un espacio que a pesar de la inseguridad en que vivimos, es visitado sin temores ni angustias por el ama de casa que se aprovisiona de los productos que requiere diariamente e inclusive por el menor de sus hijos, que hace mandados o busca un confite o una golosina, Por otro lado, la tienda también es vista como un negocio de carácter estrictamente familiar. Es una organización en la que participan varios miembros de una misma familia, donde a pesar de las funciones laborales se siguen conservando las mismas relaciones de subordinación familiar”. (Rios, 2014)

Estas consideraciones son muy importantes, pues es lo que a diario se percibe en la localidad de Guachené, en donde la tienda es un espacio de socialización e integración de buena parte de la comunidad local. Aquí, además de comprar los víveres para el consumo familiar se comparte con bebidas alcohólicas, en donde hay alegría, chistes y se comparte información del momento en la región.

En el mismo sentido las autoras manifiestan, que el crecimiento en la actualidad de las tiendas de barrio, obedece estrechamente a la situación económica del país y la consecuente reducción del ingreso familiar; que hace que estos negocios se conviertan en una oportunidad como estrategia para generar una sostenibilidad dentro del sector de la informalidad. En este sector se establecen factores como la insuficiencia de innovación y producción tecnológica, el desconocimiento de los procesos financieros y la escasa existencia de estudios para creación de empresas. En Colombia las tiendas de barrio conservan su protagonismo dentro del canal de distribución de productos de gran consumo, tanto por el incremento en la demanda como por este tipo de establecimientos. Estos factores las han llevado, por una parte, a tener más del 60% de participación en el mercado y por otra, a captar el interés por parte de los industriales quienes son conscientes de su potencial de compra y buscan proveerlos de los productos a la medida de las necesidades de sus clientes.

Por otro lado, María arboleda Castro en su artículo “tiendas de barrio: comercio minorista y sus retos en el mercado”. Expresa que “estos pequeños negocios no manejan los conceptos de nómina, seguridad social (EPS Empresas Prestadoras de Salud, ARPA aseguradora de riesgos profesionales, Fondo de Pensiones y Cesantías), o conceptos como manual de funciones, aspectos que caracterizan las grandes empresas y las pymes organizadas. Estos asuntos son manejados de manera informal, lo cual tiene un impacto contable y financiero no real. Además, no obtienen por su trabajo una remuneración adecuada ni una base salarial a partir del salario mínimo legal vigente. Por estas circunstancias se ve la necesidad en que este tipo de negocios se actualicen en materia contable y financiera para que sobrevivan en un mercado competitivo y que puedan nivelarse con las grandes tiendas”. (Castro, 2019)

Este es el aspecto objeto de estudio de este trabajo, pues gracias a la información recopilada a través de las entrevistas y las encuestas realizadas a los tenderos se pudo evidenciar que además de la falta de conocimiento contable y financiero sobre el manejo de los pequeños negocios, estos

carecen de las formalidades de ley exigida por la normativa contable que sugiere el código de comercio colombiano. Estos negocios son el resultado de la informalidad como respuesta a la necesidad de obtener una fuente de ingreso y sostenimiento familiar.

A demás en su artículo manifiesta, “que los tenderos hacen parte del comercio minorista, constituyéndose en un canal de distribución clave para los estratos socioeconómicos. También son un importante flujo de efectivo diario para las compañías productoras y comercializadoras de los productos distribuidos en el canal tienda a tienda. Es así como la tienda de barrio, a diferencia de los supermercados, tiene un contacto directo con el consumidor, por lo que permite conjugar factores determinantes donde se cuenta con el conocimiento de los gustos y preferencias del consumidor al ser un canal tradicional de comercio minorista. Es así como la tienda de barrio, a diferencia de los supermercados, tiene un contacto directo con el consumidor, por lo que permite conjugar factores determinantes donde se cuenta con el conocimiento de los gustos y preferencias del consumidor al ser un canal tradicional de comercio minorista. La tienda es una unidad económica de la cual obtiene beneficios la familia y hace parte del comercio informal”. (Castro, 2019).

En muchos casos estas pequeñas tiendas se convierten en negocios de subsistencia, debido a que no le generan rentabilidad a la familia. Ya que la falta de organización es latente debido al gran desconocimiento que los tenderos tienen en las áreas administrativas y financieras, lo cual, ha provocado que muchos de estos pequeños negocios cierren frecuentemente, debido al inadecuado control del recurso financiero, pues en la mayoría de los casos se tiende a confundir los gastos familiares con los gastos de la actividad económica, lo que termina menoscabando la rentabilidad y productividad de la unidad comercial y productiva. Día a día cobra mayor importancia el manejo y control de la información contable y financiera en los negocios, pues esta, se ha convertido en una parte esencial de la gestión de las empresas, como sustento de esta información se encuentran todos los registros contables que se obtienen a través de las operaciones efectuadas o hechos económicos. Por otra parte, las finanzas se encargan de la administración del dinero y facilita un sinnúmero de datos para la adecuada toma de decisiones en pro del mejoramiento de las actividades y procesos del entorno económico de la organización, con el fin de potencializar la estructura organizacional de este sector y por ende una dinámica más asertiva de las acciones del microempresario.

En este proceso de capacitación e inducción se le brinda a los pequeños tenderos objeto de estudio herramientas básicas para el manejo contable y financiero de su pequeño negocio, en pro de que tengan una mayor organización y un mejor manejo administrativo de su dinero para que así tomen mejores decisiones en torno al fortalecimiento de su microempresa.

7.3 MARCO CONCEPTUAL

En este espacio se encuentran los conceptos y definiciones del área de marketing y contabilidad financiera que permiten lograr una mayor comprensión del tema que se investigó.

7.3.1 Comercio

Para ponernos en contexto de la tienda de barrio es importante hacer un recuento histórico del comercio como se originó, su desarrollo, y la evolución que ha tenido.

El comercio: es una actividad económica la más antigua, o realizaban comerciantes que recorrían grandes distancias para vender sus mercancías a pie utilizando a los animales, caballos o camellos y embarcaciones como medios de transporte para llegar a sus lejanos destinos. El intercambio de bienes y servicios se concretaba por medio de pago con dinero o por medio de otros objetos o servicios, lo que comúnmente se conoce como trueque.

Finalmente se perfeccionó el sistema monetario como medida de cambio, posteriormente al convertirse en acumulador de riqueza, dio origen a la clase pobre y a la clase rica.

En la actualidad el comercio es una actividad de la economía de los pueblos, destinada a relacionar a los sectores de producción y consumo, tanto nacional como internacional. La finalidad del comercio está en satisfacer las necesidades del consumidor y en alcanzar las utilidades económicas para el comerciante. (Sperisen, octubre)

Comercio al por menor. Comercio minorista. Negocio en el que el comerciante vende directamente al destinatario. Final del producto o particular, obteniendo un beneficio por la diferencia entre el precio de Compra y el de venta.

Importancia del comercio al por menor. El comercio al por menor permite a las marcas tener un mayor alcance geográfico. Además de un mayor nivel de penetración en áreas que difícilmente podrían acceder los fabricantes o mayoristas por cuenta propia. Asimismo, permite a los consumidores acceder a un mayor número de bienes y servicios. Otro de los beneficios para los consumidores está relacionado con los servicios. Entre estos se encuentran:

- **Las opciones de financiamiento:** Que permiten la adquisición de los bienes que necesitan sin disponer del dinero en efectivo al momento de la compra.
- **Servicios posventa:** Como la instalación, acondicionamiento o asesorías, brindando información de calidad que no es de fácil acceso para todos los clientes. (Comercio al por menor, 2022)

Matriz DOFA. Según sus siglas la matriz DOFA permite definir los aspectos internos y externos que favorezcan o inhiban el buen funcionamiento de la empresa, la matriz se desglosa de la siguiente Manera: **(D) debilidades:** se refiere a los aspectos internos que de alguna u otra manera no permitan el crecimiento empresarial o que frenan el cumplimiento de los objetivos planteados; **(O) oportunidades:** se refiere a los acontecimientos o características externas al negocio que puedan ser utilizadas a favor del empresario para garantizar el crecimiento de su empresa; **(F) Fortalezas:** son las características internas del negocio que permitan impulsar al mismo y poder cumplir las metas planteadas y, por último, **(A) Amenazas:** son los acontecimientos externos del negocio en la mayoría de las veces incontrolables por el dueño y personal de la empresa analizada (<https://paginasweb.tech/>, febrero)

Marketing: conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto.

Contabilidad financiera: es una rama del área de la contabilidad que se ocupa de sistematizar la información de las actividades y la situación económica de una empresa en un momento del tiempo y a lo largo de su desarrollo.

Administración: es la disciplina científica que tiene por objetivo el estudio de las organizaciones constituyendo un socio tecnología encargada de la planificación, organización, dirección y control de los recursos humanos, financieros, materiales tecnológicos y del conocimiento de una organización.

Centros comerciales: Agrupan una gran variedad de tiendas de diverso tipo. Ocupan una amplia extensión de terreno y muchas veces disponen de un patio de comidas, con opciones de restaurantes, y servicios de entretenimiento como cines.

7.4 MARCO LEGAL

Entre las leyes encontramos:

Artículo 26 Constitución Política de Colombia De 1991. “Toda persona es libre de escoger Profesión u oficio. La ley podrá exigir títulos de idoneidad. Las autoridades competentes Inspeccionarán y vigilarán el ejercicio de las profesiones. Las ocupaciones, artes y oficios que no Exijan formación académica son de libre ejercicio, salvo aquellas que impliquen un riesgo social. Las profesiones legalmente reconocidas pueden organizarse en colegios. La estructura interna y El funcionamiento de éstos, deberá ser democráticos. La ley podrá asignarles funciones públicas Y establecer los debidos controles.” (constitucion politica de colombia, 1991)

Artículo 25 Constitución Política de Colombia De 1991. “El trabajo es un derecho y una obligación social y goza, en todas sus modalidades, de la especial protección del Estado. Toda persona tiene derecho a un trabajo en condiciones dignas y justas (constitucion política de colombia, 1991)

Ley 905 De 2004. Mediante la cual se da modificación de la Ley 590 de 2000 que trata sobre el desarrollo y la promoción del micro, pequeña y mediana empresa en Colombia

8 METODOLOGÍA

Para la pasantía se asume como un paradigma mixto que contempla la observación y la medición permanente de datos o información captada por medio de instrumentos con la observación, la entrevista y la encuesta. Como eje metodológico, se trabajó mediante la investigación acción participativa a través del encuentro persona a persona con los pequeños empresarios en sus respectivos sitios de trabajo, en donde hubo un importante intercambio de conocimientos.

Para la identificación de cada tendero, se acudirá a la base de datos de la alcaldía municipal del municipio de Guachené.

Se aplicarán encuestas con preguntas concretas y se recolectarán todos los datos que permitan identificar las falencias que presentan sus negocios, esto con el fin de realizar acompañamientos y aportar algunas recomendaciones a los dueños directos de sus tiendas, con el propósito de plantear buenas prácticas contables financieras.

Para llevar a cabo esta pasantía y se aplicará el enfoque cuantitativo tipo explicativo/correlacional, que permite determinar una serie de pasos a llevar a cabo el proceso que va, desde la concepción de la idea, hasta el análisis y medición del resultado.

8.1 INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Como herramienta se escogieron las siguientes técnicas de investigación

- Observación de campo en el casco urbano del municipio de Guachené en los establecimientos comerciales tiendas de barrio
- Encuestas, aplicadas a los propietarios de las tiendas de barrio del casco urbano del municipio de Guachené
- Diseños y aplicación de encuesta
- Dirigidas a los tenderos con el fin de darle una capacitación en el área de contabilidad financiera, *marketing* y atención al cliente etc.

8.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población de estudio de la presente investigación está conformada por los propietarios de tiendas de barrio del municipio de Guachenme por la cual se consideró 20 tiendas las cuales están ubicadas en los siguientes sectores del municipio:

- Barrió Villa Lilia
- Barrió Jorge Eliécer Gaitán
- Barrio la esperanza
- Centro
- Barrió las palmas

8.2.1 Protocolo de encuesta

Tabla 1. *Protocolo de encuesta*

Tema de la encuesta: Marketing y finanza	Tipo de encuesta: Estructurada
Tipo de pregunta: Cerrada/abierta	Muestras: 20 tenderos
Lugar: casco urbano del municipio de Guachené	Duración de entrevista por persona
Propósito	Herramientas a utilizar
Tamaño de la tienda	Grande / mediano

Nota: tabla elaborada por la autora

8.2.2 Presentación de la encuesta

El tema que se utilizara con los tenderos del casco urbano del municipio de Guachené será de marketing y finanzas la cual se realizara como base para llevar a cabo la investigación.

8.3 DESARROLLO DE LA PASANTÍA

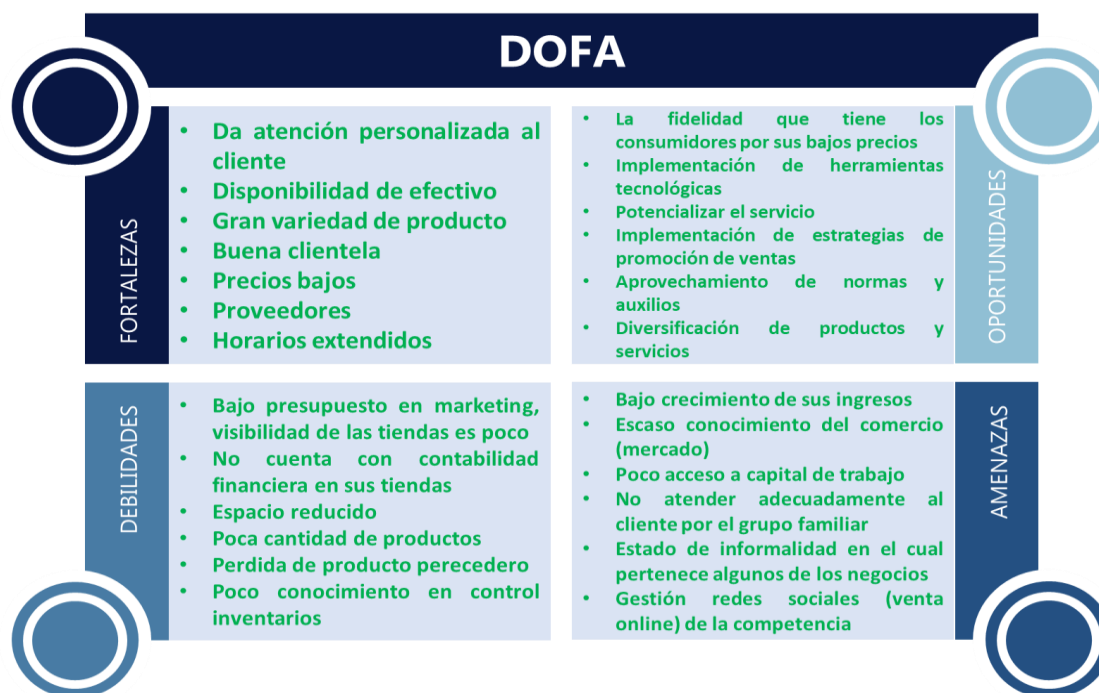
Como se mencionó anteriormente la pasantía se realizó en la alcaldía municipal de Guachené. Para dar cumplimiento a los objetivos de la misma se llevó a cabo una serie de actividades que a su vez buscaba cumplir a la administración municipal, REALIZAR LA MATRIZ DOFA Y ANALIZAR SUS RESULTADOS PARA IDENTIFICAR FALENCIAS, Y VENTAJAS CON LA TIENDAS DE BARRIO.

Objetivos

Analizar la Matriz DOFA para así poder identificar cual es la situación de los tenderos del municipio de Guachené, para así poder plantear estrategias y dar recomendaciones para su mejoramiento en las tiendas.

Construcción de la matriz DOFA

Ilustración 1. Análisis DOFA



Nota: elaborado por la autora

Análisis DOFA de los tenderos del municipio de Guachené Cauca

Debilidades:

- Hay bajo presupuesto en marketing, por ende, hay poca visibilidad de las tiendas.
- Los tenderos no tienen una contabilidad financiera, es decir, no llevan un registro de las entradas y salidas de sus productos.
- El espacio es reducido, las tiendas tienen un espacio físico precario lo que dificulta ordenar la mercancía.
- Poca cantidad de sus productos en su inventario, debido al poco espacio.
- Pérdidas por los productos que suelen dañarse o expirar por baja rotación.
- Escaso conocimiento en control de inventario.

Oportunidades:

- La fidelidad que tienen los clientes por el bajo costo de productos.
- Implementación de herramientas tecnológicas, época digital.
- Potencializar el servicio
- Implementación de estrategias de marketing para hacer más atractivos los productos.
- Aprovechamiento de normas y auxilios que favorecen a los pequeños comerciantes.
- Diversificación de productos y servicios

Fortalezas:

- Dar atención personalizada al cliente y amigable
- Liquidez por ventas diarias, lo que permite disponibilidad de efectivo
- Gran diversidad de productos, estilo minimarket.
- La atención personalizada, conlleva a tener buena clientela.
- Precios bajos.
- Proveedores que surten al tendero directamente.
- Horarios de los tenderos son largas jornadas de atención al público lo que atrae a los clientes.

Amenazas:

- Se observó un bajo crecimiento en los ingresos de los tenderos.
- El mercado es impredecible y desconocido, es decir, existe la posibilidad de que las ventas no sean buenas.
- No contar con apoyo del grupo familiar para atender al cliente adecuadamente
- La informalidad le impide al tendero acceder a diferentes fuentes de ingresos (financiación)
- La presentación de productos en redes sociales por diversos proveedores (venta online)

PRIMERA PARTE

- **Trabajo de campo:**

El trabajo de campo se realizó el 15 de octubre de 2021 en las horas de la mañana. Primero se identificaron los barrios a encuestar (Villa Lilia, las palmas, el centro, la esmeralda y Jorge Eliecer Gaitán). Luego se hizo un reconocimiento de las tiendas mediante la técnica de observación.

- **Descripción social:**

En el municipio de Guachené los barrios son de estrato 1 y 2. Las condiciones de los barrios son de clase social media. La mayoría de las calles y casas se encuentran en muy buen estado.

- **Sector comercial:**

Muy pocas tiendas están en ubicadas en un sitio comercial. Las tiendas ubicadas en el centro tiendas a sus alrededores panaderías, carnicerías, etc.

Se evidencio que las tiendas del municipio de Guachené son pequeños, las fachadas en su mayoría no están en buenas condiciones (poca iluminación, desgaste de paredes, falta de pintura, etc.)

Algunas tiendas tienen unas ubicaciones estratégicas. Es decir, están ubicadas en el centro. Estas tiendas son muy concurría porque hay un buen tráfico vehicular y se encuentran en las esquinas, por ende, son más visibles.

La imagen corporativa de la mayoría de las tiendas se encuentra en buen estado, sin embargo, hay algunas que no. Las tiendas utilizan nombres de personas o la inicial de ellos, por ejemplo; tienda Oma, la Kelly, los ojos de anís, etc.

Se evidenció que mobiliario y escaparates utilizados en las tiendas eran básico y comunes. En la mayoría las Vitrinas de vidrios, mobiliarios de madera o de metal algunos de muy buen estado otros no se evidencio que algunos tenderos improvisaban con algunos objetos que simulaban ser mobiliarios no siendo los más adecuados.

En cuanto la publicidad en el punto de venta, en algunas no había en otras muy poca y en otras demasiada se evidencio afiches publicitarios de algunas marcas que los provee, las cuales no están en muy buen estado esta se encontraba en la parte de afuera pegada lo cual no genera una buena imagen en la tienda ya sea por el estado de la publicidad o la organización de la misma.

SEGUNDA PARTE

Actividades realizadas

- Análisis general de trabajo de campo en la aplicación de encuesta
- Análisis de la situación actual de los tenderos de casco urbano de municipio de Guachené
- Análisis sobre los tenderos
- Análisis general del trabajo de campo en la aplicación de encuesta
- Teniendo en cuenta la primera salida de campo donde se aplicó las primeras encuestas en la hora de la mañana donde fui muy bien atendida por los comerciantes donde me compartieron sus inquietudes y manifestaron lo agradecido que están por enseñarles cosas que ellos desconocían

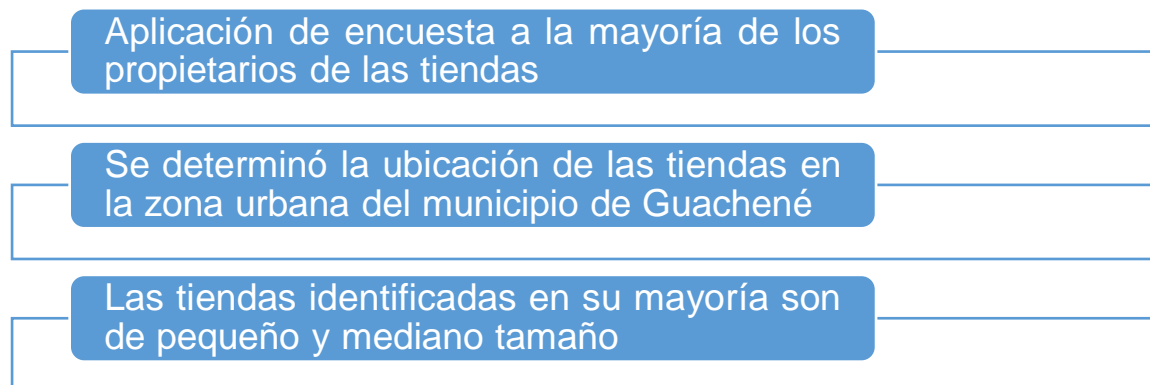
Análisis variables

Con relación a lo observado se evidenció que, la mayoría de las tiendas tienen muchas falencias en contabilidad financiera y marketing. Es importante capacitar a los tenderos para obtener mejoras en estos aspectos

Generalidades

Los pasos desarrollados de manera general en el desarrollo de la pasantía dirigida a los tenderos abarcaron lo siguiente, presentado en la siguiente ilustración.

Ilustración 2. *Generalidades del proceso*



Nota: elaborado por la autora

TERCERA PARTE

Para la realización del trabajo de campo, se llevó a cabo el día 06 de noviembre de 2021 en horas de la tarde de 3 pm a 5 pm, la aplicación del modelo de encuesta en el casco urbano del municipio de Guachené.

Actividades realizadas

- Trabajo de campo: aplicación de encuesta a tenderos
- Observación de la situación actual de la tienda
- Análisis de los tenderos y sus entornos

Aplicación de encuestas

Las encuestas fueron realizadas de manera satisfactoria gracias a las estrategias y actividades planeadas. Fueron bien acogidas por los comerciantes debido a esto se evidenciaron las falencias que permitieron conocer los temas para brindar en la capacitación.

Actividades y estrategias:

- Se entabló un vínculo de confianza con los tenderos, para la realización de encuestas.
- Se escuchó sobre la percepción que tienen los tenderos acerca de los temas tratados.
- Siempre se dispuso de una buena presentación personal.

- Los temas propuestos fueron muy pertinentes para los tenderos, lo cual, facilitó el proceso a la hora de contestar.

Análisis sobre las tiendas

Las tiendas son atendidas por sus propietarios, se encontraron hombres y mujeres dedicadas a la actividad comercial, esta como su única actividad y su sustento económico, tanto para ellos como para su familia.

Perfil de los tenderos

Se observó que la mayoría de los tenderos son personas que utilizan esta actividad económica, y entre ellos algunos cuentan con poder adquisitivo, puede afirmarse que son de estrato medio.

También se encontró que hay personas que contaban con otros ingresos o “entradas”, como dicen ellos mismos, dichos ingresos económicos o ayudas provienen de ser pensionados algunos, otros reciben pagos de ayudas del gobierno como: auxilio del adulto mayor, ingreso solidario, devolución del IVA. Algunos realizan la actividad como tenderos para distraerse.

En su mayoría las personas fueron muy atentas, mostraron una buena actitud y siempre estar dispuestas a escuchar y a relacionarse conmigo, en algunos casos, hubo otras prevenidas y desconfiadas con quienes fue más difícil el ejercicio, pero se logró desarrollar.

Edad: los tenderos son personas adultas que se encontraban en un rango de edad de 30 años en adelante. Sin embargo, los niños, niñas y jóvenes apoyan esporádicamente esta labor.

Género: hay diversidad en las tiendas, encontrando tanto personas de tipo masculino como femenino.

Presentación personal: los tenderos manejaban una presentación personal acorde a la región.

Actitudes: los tenderos manejan una buena actitud como ser muy amables, atentos, respetuosos, sociables, desprevénidos.

Aptitudes: en cuanto a los conocimientos en temas específicos, muy pocos tienen conocimiento de marketing y contabilidad financiera. Los demás conocimientos son empíricos.

Para la finalización de las encuestas se realizó una última salida de trabajo de campo el 26 de noviembre.

Trabajo de campo para dar cumplimiento a la aplicación de encuesta

Anteriormente se establecieron estrategias y actividades para lograr mejores resultados para elaborar el trabajo de campo y la implementación de las encuestas para tener mejor comunicación con los tenderos y ver a qué nivel se encuentran.

De acuerdo a los resultados obtenidos, se avanzó de manera importante, muchos tenderos y tenderas estuvieron prestos a colaborar.

Establecimientos de la tienda

Mediante la técnica de la observación se dedujo que la mayoría de las tiendas presentan falencias en aspectos como marketing y contabilidad financiera.

Generalidades

Se evaluó que las tiendas donde se aplicó las encuesta eran atendidas por sus propietarios fueron mujeres de 30 a 70 años

Propuesta de capacitación

La pasantía tuvo como objetivo Fortalecer en el área administrativa en contabilidad financiera a los tenderos del casco urbano del municipio de Guachené mediante una capacitación que les ayudará a entender, adquirir o reforzar el conocimiento que les permita desenvolverse mejor en el área financiera en cuanto al manejo de sus ingresos y así mejorar cada día su negocio logrando avanzar, dejar de ser solo tenderos de barrio a ser microempresarios o propietarios de pequeñas empresas.

Se diseñó la propuesta de capacitación exponiendo temas básicos de marketing y finanzas, y otros temas que requieran de refuerzo.

De acuerdo a lo mencionado, la propuesta de capacitación buscó a ayudar a los pequeños tenderos del municipio de Guachené, a llevar una contabilidad idónea, clara, para que entienda de una manera sencilla como ser más productivos, competitivos y por ende atrapar, fidelizar al cliente.

Objetivos

Contribuir en el fortalecimiento empresarial en el área marketing contabilidad financiera para los tenderos del municipio de Guachené

Objetivos específicos

- Realizar asesoría y acompañamiento a los tenderos para la aplicación de estrategias en la parte de marketing y finanzas
- Identificar métodos de aprendizajes más apropiados para los tenderos

Lugar: Hogar Infantil de Guachené

Fecha: 20 de enero de 2020

Hora: 4 pm a 6 pm

Duración de cada modulo

Estructura de la capacitación

La capacitación está compuesta por tres módulos, orientados en la marketing y contabilidad financiera los cuales son:

- Módulo de marketing
- Modulo área de finanza y factor económico
- Modulo servicio al cliente

Actividades

- Al iniciar la capacitación se entregaron folletos informativos, cartilla diseñada por la capacitadora
- Se contó con una mesa de registros para realizar el control y una base de datos de las personas que asistieron
- La capacitación se llevó a cabo con presentación de diapositivas, sin dejar al lado la participación al público

Marketing

Este módulo consistió en dar información y conocimiento sobre marketing y su importancia sobre el negocio

- Que es marketing
- Para que es marketing
- Cuál es la importancia del marketing

Módulo 2

En el desarrollo de este módulo se dio la capacitación acerca de temas pertinentes del área financiera y factores económicos

- Qué es contabilidad
- Qué es un activo
- Qué es un pasivo
- Qué es el patrimonio
- Qué es contribuir
- Qué es formalización
- Qué es una empresa formal
- Por qué se debe formalizar una empresa
- Qué son los impuestos
- Qué son los comerciantes
- Obligaciones del comerciante
- Impuestos a cargo de los comerciantes
- Impuestos de industria y comercio (ICA)

Modulo tres

Servicio al cliente. Este modelo consistió en dar una capacitación en servicio al cliente para adquirir estrategias de ventas y servicio en el negocio.

- Que es un cliente
- Concepto de servicio al cliente
- Importancia del servicio cliente

8.3.1 Aplicación y resultados de la encuesta

Información recolectada con la muestra de la investigación, se desarrolló la encuesta en los diferentes barrios del municipio de Guachené. Los resultados que se arroja la encuesta están divididos.

Tiendas de barrio del casco urbano del municipio de Guachené

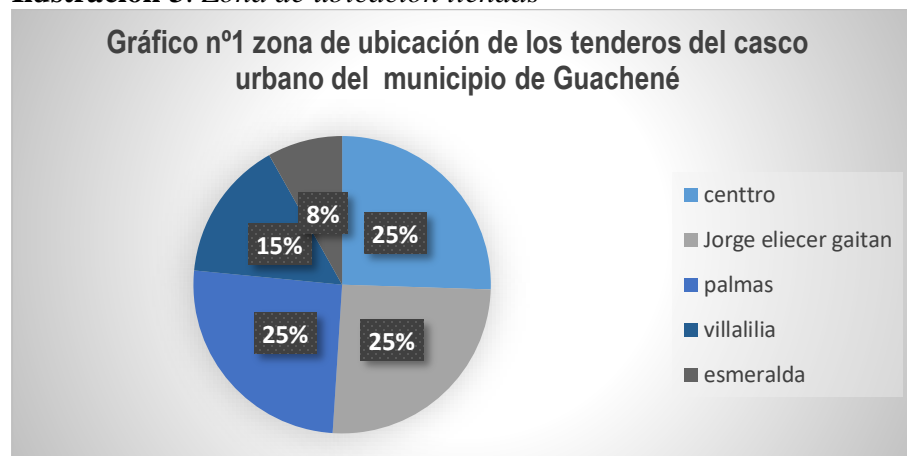
Se describen las principales características de las tiendas de barrio del casco urbano del municipio de Guachené, con el propósito de evidenciar su contribución económica informal, se exponen los resultados en la encuesta ejecutada de 20 tiendas.

Tabla 2. Zona de ubicación tiendas

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Centro	5	25%
Jorge Eliécer Gaitán	5	25%
Palmas	5	25%
Villa Lilia	3	15%
esmeralda	2	8%
Total	20	100%

Nota: tabla elaborada por la autora

Ilustración 3. Zona de ubicación tiendas

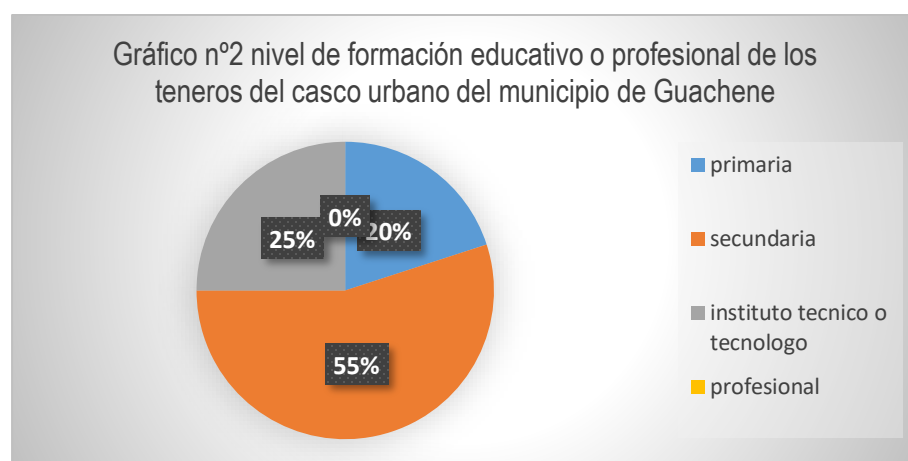


Nota: elaboración propia con base de la información recolectada

Tabla 3. Nivel de formación educativo o profesional

respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Primaria	4	20%
secundaria	11	55%
Instituto técnico o tecnólogo	5	25%
Profesional	0	0%
Total	20	100%

Nota: tabla elaborada por la autora

Ilustración 4. Nivel de formación educativo o profesional de los tenderos

Nota: elaboración propia con base de la información recolectada

La información que arrojó la encuesta en la formación educativa, hasta el nivel de secundaria el 55%, otros han indicado que su nivel de estudio llegó hasta el nivel primario el 20%, otros dicen que son egresados de un técnico, el 25% manifiestan que no tuvieron la posibilidad de estudiar en la universidad.

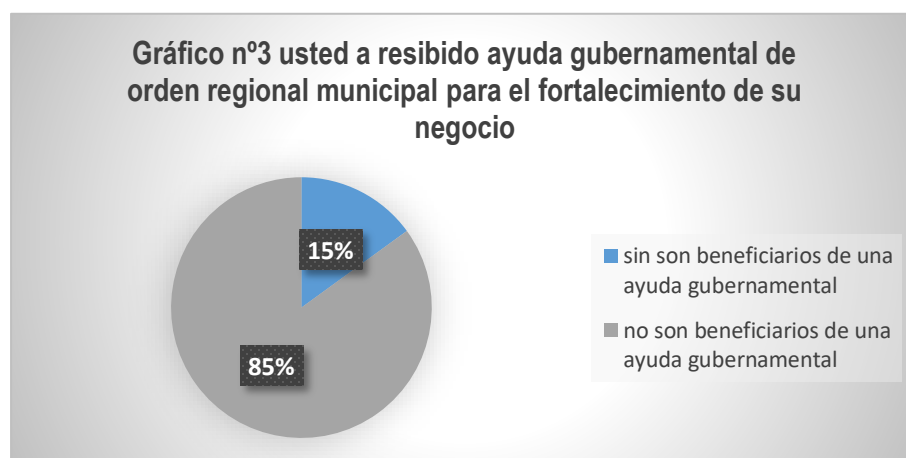
Se evidenció que los tenderos del municipio de Guachené tienen distintos grados de educación, lo cual es una posible razón por la cual, decidieron dedicarse a esta actividad como fuente de trabajo.

Tabla 4. *Usted ha recibido ayuda gubernamental De orden regional municipal para el fortalecimiento de su negocio*

respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si han recibido ayuda gubernamental o regional para su negocio	3	15%
No han recibido ningún tipo de ayuda	17	85%
Total	20	100%

Nota: elaboración propia con base de la información recolectada

Ilustración 5. *Usted ha recibido ayuda gubernamental De orden regional municipal para el fortalecimiento de su negocio*



Nota: elaboración propia con base de la información recolectada

Consultando con los propietarios de estos negocios no cuentan con una ayuda gubernamental

Tabla 5. *Se encuentra su negocio registrado en la cámara y comercio*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Se encuentra registrado en la cámara y comercio	2	10%
No se encuentra registrado	18	90%
total	20	100%

Nota: elaboración propia con base de la información recolectada

Ilustración 6. *Se encuentra su negocio registrado en la cámara y comercio*



Nota: elaboración propia con base de la información recolectada

Se evidenció, a partir de los datos arrojados por la encuesta, que existe un importante índice de informalidad en cuanto a la constitución de las tiendas, de cerca del 90% de los encuestado que dicen no estar registrado en la Cámara de Comercio.

Por lo anterior, es necesario buscar estrategias que ayudan o motiven a los tenderos a formalizarse legalmente para que busquen los beneficios que ofrecen la legalidad.

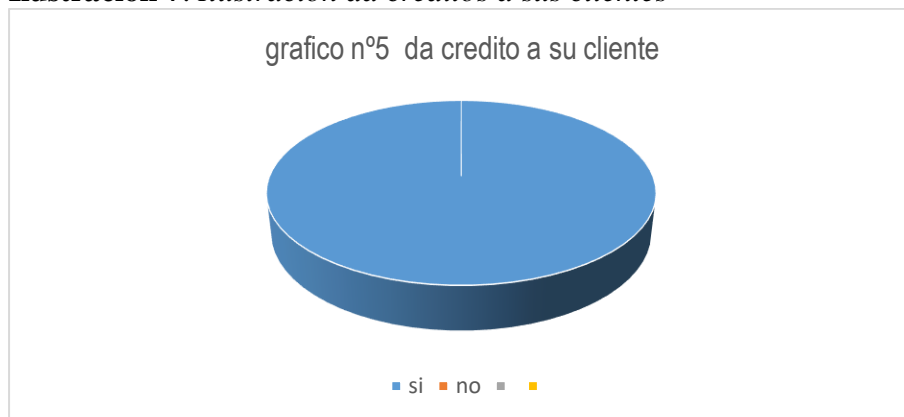
Tabla 6. *Ilustración de créditos a sus clientes*

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje (%)
si	20	100%
no	0	0%
Total	20	100%

Nota: elaboración propia con base de la información recolectada

Según los datos recogidos, la confianza que poseen los tenderos con sus clientes por la cercanía en su barrio genera la posibilidad de ofrecer créditos, esto refleja el 100% de las tiendas manejan créditos.

Ilustración 7. Ilustración da créditos a sus clientes



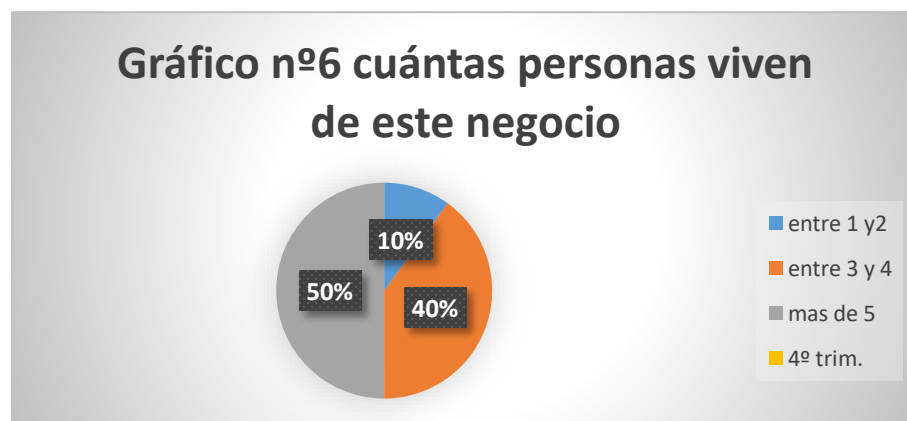
Nota: elaboración propia con base de la información recolectada

Tabla 7. Cuantas personas viven de este negocio

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Entre 1 y 2	2	10%
Entre 3 y 4	8	40%
Más de 5	10	50%
Total	20	100%

Nota: elaboración propia con base de la información recolectada

Ilustración 8. Cuántas personas viven de este negocio



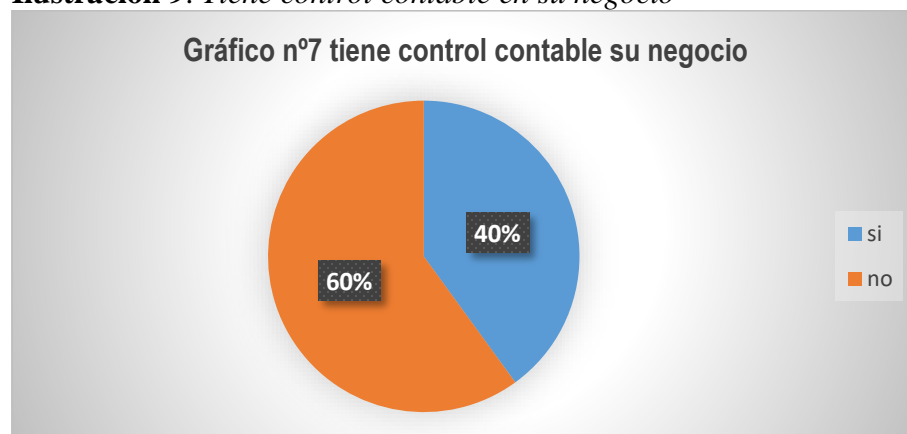
Nota: elaboración propia con base de la información recolectada

Consultando si los propietarios dependen de esta actividad económica, nos encontramos que el 50% , 40% y 10% viven de esta actividad, que con ellos suplen las necesidades como pagar los servicios, alimentación, vestir.

Tabla 8. *Tiene control contable en su negocio*

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
si	8	40%
no	12	60%
total	20	100%

Nota: elaboración propia con base de la información recolectada

Ilustración 9. *Tiene control contable en su negocio*

Nota: elaboración propia con base de la información recolectada

Se evidenció falta de organización con la que manejan este tipo de negocio el 40% del establecimiento manejan contabilidad según la respuesta de los encuestado.

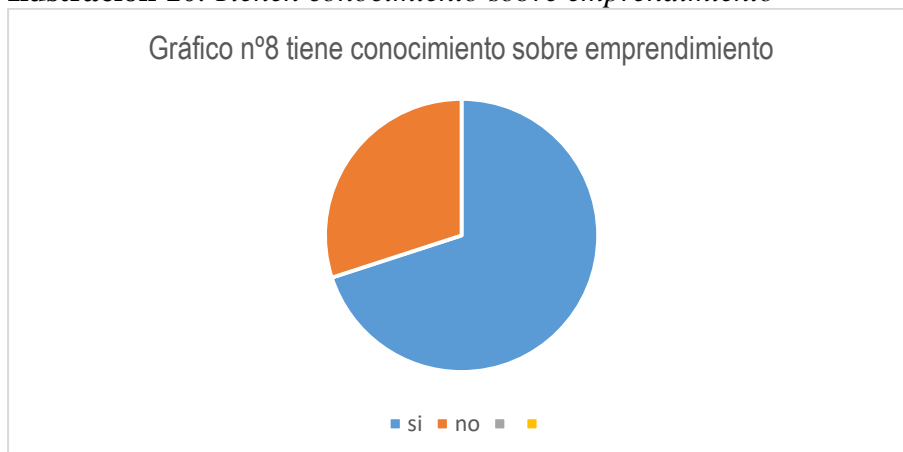
Por lo tanto, se deben buscar estrategias o campañas educativas para el casco urbano del municipio de Guachené que ayude a organizar las tiendas de barrio.

Tabla 9. *Tienen conocimiento sobre emprendimiento*

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	14	70%
no	6	30%
total	20	100%

Nota: elaboración propia con base de la información recolectada

Ilustración 10. *Tienen conocimiento sobre emprendimiento*



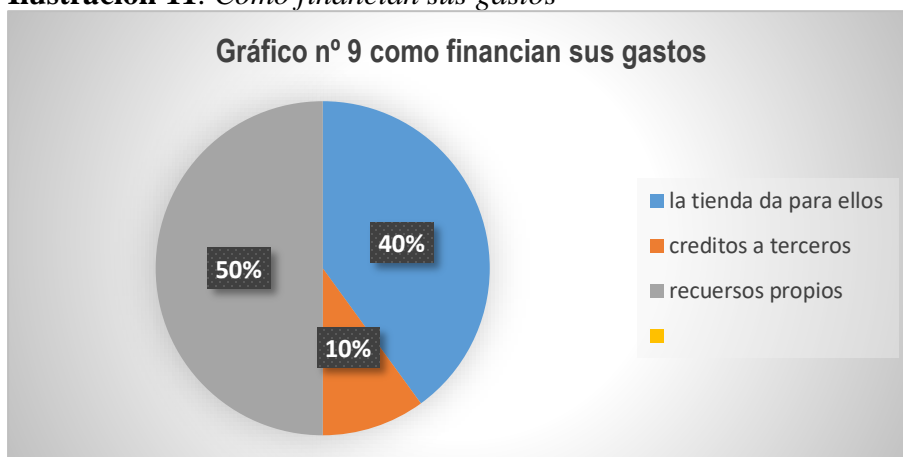
Nota: elaboración propia con base de la información recolectada

Tabla 10. *Cómo financian sus gastos*

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
La tienda da para ello	8	40%
Créditos a terceros	2	10%
Recursos propios	10	50%
total	20	100%

Nota: elaboración propia con base de la información recolectada

Ilustración 11. *Cómo financian sus gastos*



Nota: elaboración propia con base de la información recolectada

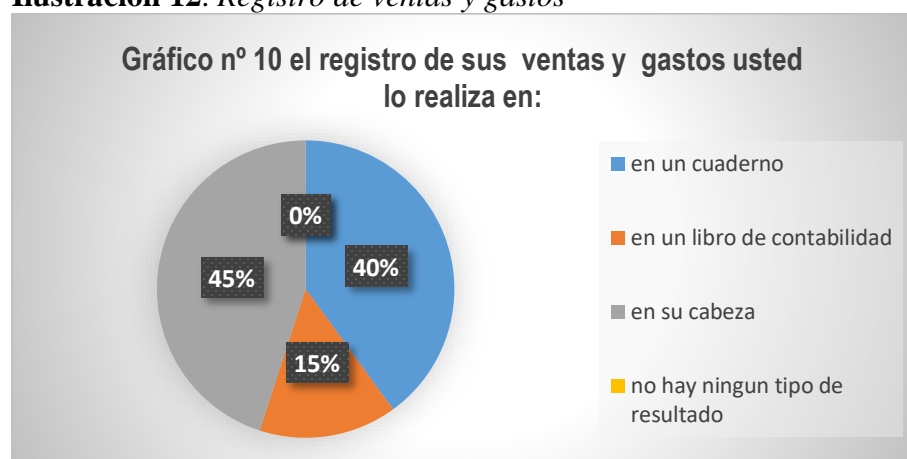
El registro de las ventas y de sus gastos usted lo realiza en:

Tabla 11. *Registro de ventas y gastos*

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje (%)
En Un Cuaderno	8	40%
Un Libro De Contabilidad	3	15%
En Su Cabeza	9	45%
No Hay Ningún Tipo De Registro	0%	0%
Otros Cuales		
Total	20	100%

Nota: elaboración propia con base de la información recolectada

Ilustración 12. *Registro de ventas y gastos*



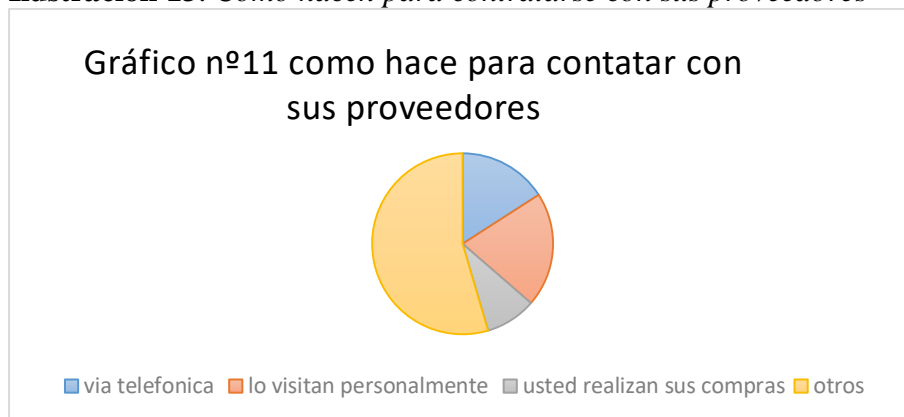
Nota: elaboración propia con base de la información recolectada

Tabla 12. *Cómo hacen para contratar con sus proveedores*

pregunta	frecuencia	Porcentaje (%)
Vía telefónica	7	35%
Lo visitan personalmente los vendedores	9	45%
Usted mismo realiza las compras	4	20%
otros	0	0%
total	20	100%

Nota: elaboración propia con base de la información recolectada

Ilustración 13. *Cómo hacen para contratarse con sus proveedores*



Nota: elaboración propia con base de la información recolectada

Los datos de la tabla muestran que los negocios son pequeños cuentan con un numero grande de proveedores, es así como el 40% de los encuestados manifiesta contar más de 8 proveedores para surtir su negocio. Lo que indican que los productos ofrecidos por los tenderos del casco urbano son de gran de variedad para la comodidad de sus clientes.

Tabla 13. *Usted está capacitado en atención al cliente*

Pregunta	frecuencia	Porcentaje (%)
Si	1	5%
no	19	95%
total	20	100%

Nota: elaboración propia con base de la información recolectada

Ilustración 14. *Usted está capacitado en atención al cliente*

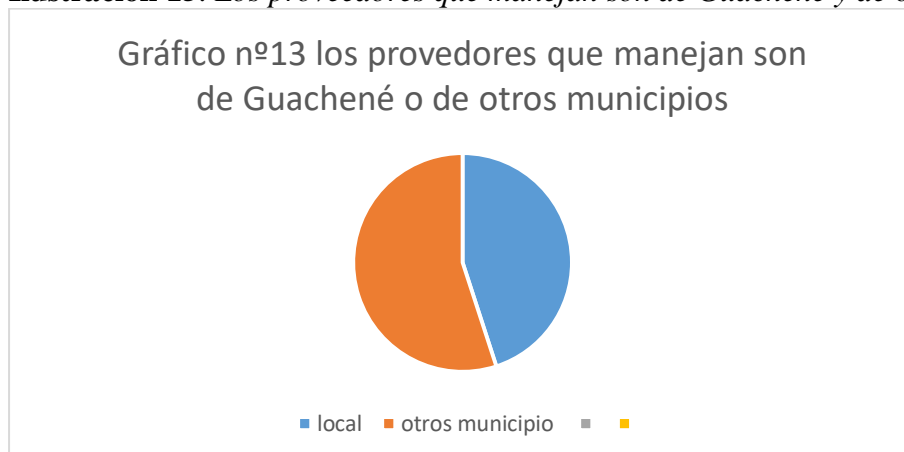


Nota: elaboración propia con base de la información recolectada

Tabla 14. *Los proveedores que manejan son de Guachené y de otros municipios*

Pregunta	frecuencia	Porcentaje (%)
local	9	45%
Otros municipios	11	55%
total	20	100%

Nota: elaboración propia con base de la información recolectada

Ilustración 15. *Los proveedores que manejan son de Guachené y de otros municipios*

Nota: elaboración propia con base de la información recolectada

Los datos de la tabla muestran que los proveedores del municipio de Guachené ascienden a un 45%, aunque los negocios son pequeños, manejan una cifra considerable de proveedores en otros municipios, que alcanza un 55%.

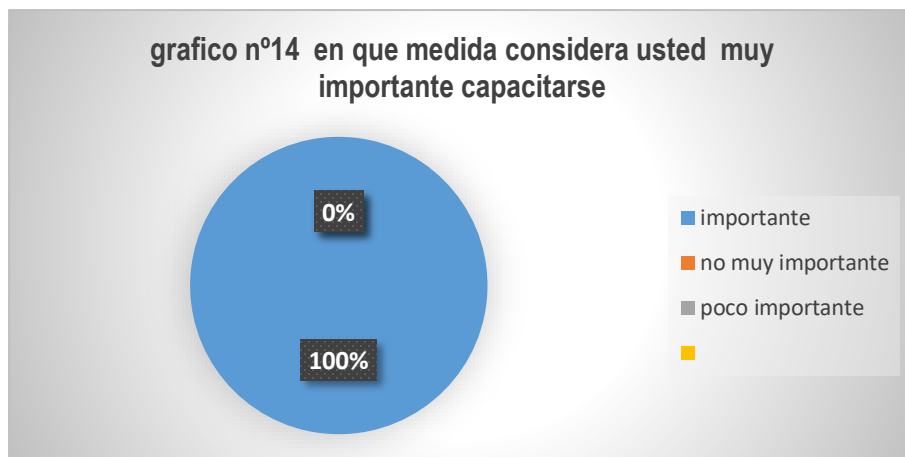
En qué medida considera usted muy importante capacitarse.

Tabla 15. *En qué medida considera usted muy importante capacitarse*

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Importante	20	100%
No Muy Importante	0	0
Poco Importe	0	0
Total	20	100%

Nota: elaboración propia con base de la información recolectada

Ilustración 16. *En qué medida considera usted muy importante capacitarse*



Nota: elaboración propia con base de la información recolectada

Cuáles son los productos más vendidos en el establecimiento

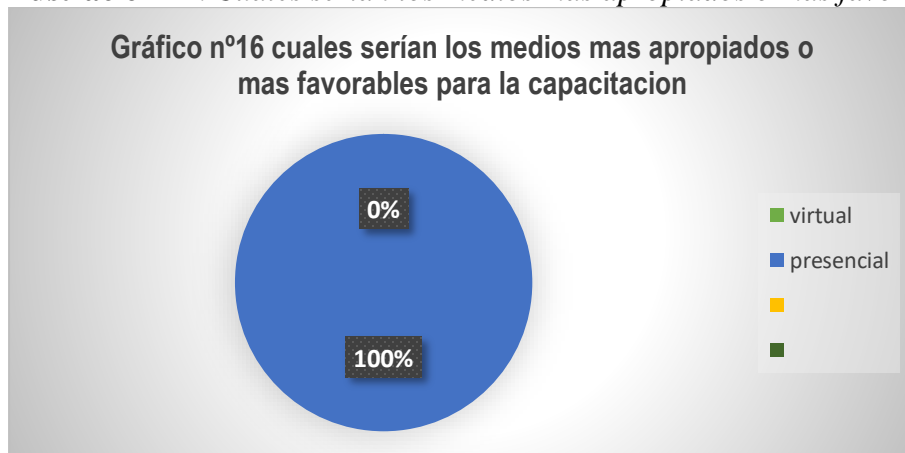
Confitería

Tabla 16. *Cuáles serían los medios más apropiados o más favorables para la capacitación*

Pregunta	frecuencia	Porcentaje (%)
virtual	0	0
presencial	20	100%
total	20	100%

Nota: elaboración propia con base de la información recolectada

Ilustración 17. *Cuáles serían los medios más apropiados o más favorables para la capacitación*



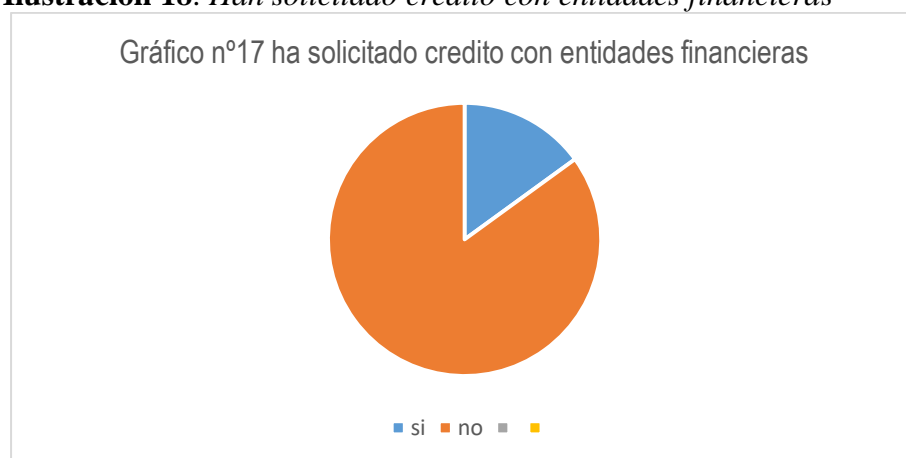
Nota: elaboración propia con base de la información recolectada

Tabla 17. *Han solicitado crédito con entidades financiera*

pregunta	frecuencia	Porcentaje (%)
si	3	15%
no	17	85%
total	20	100%

Nota: elaboración propia con base de la información recolectada

Ilustración 18. *Han solicitado crédito con entidades financieras*



Nota: elaboración propia con base de la información recolectada

Evidentemente el 15% de los tenderos del casco urbano del municipio de Guachené han solicitado créditos, señalando que en el transcurso de la aplicación de la encuesta, se explicaba la importancia de engrandecer sus negocios. También se evidencia que el 85% no ha solicitado crédito para sus tiendas.

9 CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados de esta investigación es posible concluir que las tiendas del casco urbano del municipio de Guachené, son medianas, donde es posible evidenciar que el estrato económico al que pertenecen los tenderos es 1, 2 y 3 con poca escolaridad y escaso manejo financiero de sus negocios. Las tiendas están ubicadas en unas zonas muy concurridas, con buen flujo vehicular, se encuentran varios tipos de establecimientos tales como: carnicerías, panadería, fruver, restaurante, supermercado, tienda de ropa, zapatería etc.

Es necesario resaltar que la característica socio económica principal es media –baja y en la relación con la variedad de productos ofrecidos, se observa que logran satisfacer en gran porcentaje las necesidades de los clientes que los visitan.

Estos negocios tienen una representación significativa en el aspecto socioeconómico del municipio pues, por un lado, son la fuente de ingreso de la familia propietaria y por otro son espacios de encuentro y socialización de muchas personas de la comunidad. Además, los clientes se aprovisionan de víveres aun cuando no cuentan con recurso económico en efectivo (fio o crédito).

La mayoría de estos negocios son atendidos por sus propietarios, hombres, mujeres y niños que se dedican a esta actividad para obtener ingresos para el sustento de su familia y para mejorar las condiciones económicas familiares.

Las tiendas están ubicadas es un espacio adaptado para dicho fin en el lugar de residencia de la familia propietaria. Las fachadas, mostradores, vitrinas, escaparates se encontraban en un estado regular, otras en muy mal estado, en donde se hace evidente que los tenderos del municipio de Guachené no invierten en mejorar o adquirir nuevos enseres, toda vez que lo consideran un gasto, no una inversión necesaria.

En cuanto a las variedades de los ingresos diarios, no llevaban control contable, si dan créditos a sus clientes, estos se pueden demorar en pagar lo que a veces dificulta la capacidad para reinvertir en el surtido de nuevos productos.

Los proveedores de las tiendas en su totalidad son de otros municipios, tales como Puerto Tejada, Santander, Cali, entre otros, lo que hace que el surtido de mercancía y los productos

ofrecidos se tarde en llegar, aunque desde hace poco tiempo existe un proveedor denominado “Distribuidora Centavo Menos “, el cual ofrece un importante surtido de mercancía en menos tiempo.

10 RECOMENDACIONES

Gracias a la realización de este informe de pasantía, se logró evidenciar, el olvido que ha tenido la alcaldía del municipio de Guachené hacia los tenderos de casco urbano.

Con las encuestas realizadas se pudo demostrar la necesidad de fortalecimiento en el área de contabilidad financiera y marketing.

Así mismo en el desarrollo de las actividades se observaron parte de las falencias que presentan los tenderos del municipio de Guachené, por lo tanto, se aportan las siguientes recomendaciones:

- Implantar técnicas básicas de contabilidad financiera que permita una orientación en el área y de este modo, puedan llevar de una manera organizada y controlada las finanzas de sus pequeñas empresas.
- Implantar estrategias del servicio al cliente como factor diferenciador y valor agregado a su negocio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaldía de Guachené.* (20 de noviembre de 2021). Obtenido de Alcaldía de Guachené:
<https://www.guachene-cauca.gov.co/NuestraAlcaldia/Paginas/Mision-y-Vision.aspx>
- ANTECEDENTE DE LA ALCALDÍA DE GUACHENÉ.* (06 de noviembre de 2021). Obtenido de ANTECEDENTE DE LA ALCALDÍA DE GUACHENÉ : <https://www.guachene-cauca.gov.co/Transparencia/PlaneacionGestionControl/Plan%20de%20Desarrollo%20de%20Municipio%20de%20Guachen%C3%A9%20Cauca%202020-2023.pdf>
- Castro, M. A. (2019). Tiendas de barrio: el comercio minorista y sus retos en el mercado.
- Comercio al por menor.* (02 de febrero de 2022). Obtenido de Comercio al por menor:
<https://economipedia.com/definiciones/comercio-al-por-menor.html>
- constitucion politica de colombia.* (1991).
- Estacio, E. A. (2021). *Percepcion de los jovenes en la politica "Salto Afro" en el mejoramiento de las condicione de vida en el Municipio de Guachene.*
<https://fundacionpropal.org/fundacion-propal-y-alcaldia-de-guachene-continuan-apoyan-las-famiempresas-del-municipio/>. (06 de noviembre de 2021). Obtenido de <https://fundacionpropal.org/fundacion-propal-y-alcaldia-de-guachene-continuan-apoyan-las-famiempresas-del-municipio/>: <https://fundacionpropal.org/fundacion-propal-y-alcaldia-de-guachene-continuan-apoyan-las-famiempresas-del-municipio/>
- <https://paginasweb.tech/>. (25 de 02 de febrero). Obtenido de <https://paginasweb.tech/>: <https://paginasweb.tech/matriz-dofa/para-que-sirve-la-matriz-dofa/>
- PLAN DE DESARROLLO.* (22 de 11 de noviembre). Obtenido de PLAN DE DESARROLLO:
<https://www.guachene-cauca.gov.co/Transparencia/PlaneacionGestionControl/Plan%20de%20Desarrollo%20de%20Municipio%20de%20Guachen%C3%A9%20Cauca%202020-2023.pdf>
- Rios, E. I. (2014). *Canal Tradicional De Productos de Gran Consumo: tienda de barrio.* editorial universitaria.
- Sperisen, E. (04 de 2018 de octubre). Reflexiones sobre el comercio. *Reflexiones sobre el comercio.*

ANEXOS

Anexo 1. Instrumento encuesta

FACULTA DE CIENCIA ECONÓMICAS



GUACHENÉ- CAUCA 2021

Objetivo: La presente encuesta tiene como objetivo establecer un nivel de conocimiento de los tenderos del municipio de Guachené en temas relacionados con emprendimiento y contabilidad financiera.

Preguntas

Nivel de escolaridad.

Usted culminó estudios: _____ primarios ____ secundarios ____ otro.

¿Cuál? _____

¿Usted ha recibido ayuda gubernamental
De orden regional municipal para el
¿Fortalecimiento de su negocio?
Sí ___ No ___

2? ¿Quién atiende el negocio?
a. El propietario
b. Un empleado

2. ¿Da crédito a sus clientes?
Sí ___ No ___

3. ¿Cuántas personas viven de este
¿Negocio?
a. Entre 1 y 2
b. Entre 3 y 4
c. Más de 5

4. ¿Se encuentra su negocio registrado
¿En cámara y comercio
Sí ___ No ___

5 ¿Tiene control contable en su
negocio?
Sí ___ No ___

6. ¿Tiene conocimientos sobre
¿Emprendimiento?
Sí ___ No ___

7 ¿Cómo financia sus gastos?
a. La tienda da para ellos
b. Créditos a terceros.
c. Recursos propios

8. El registró de sus ventas y de los
Gastos usted realiza en:
a. ___ un cuaderno
b. ___ un libro de contabilidad
c. ___ en su cabeza
d. ___ no hace ningún tipo de registro
Otros ¿Cuáles? _____

9. A sus proveedores Usted hace los
Pedidos de mercancía
a. ___ vía telefónica
b. ___ lo visitan personalmente los
Vendedores
c. ___ Usted mismo realiza las
Compras.
d. ___ Otro
¿Cuál? _____

10. Usted está capacitado en
de Guachené o de otro municipio

Sí____ No____

11. Los proveedores que manejan son de aquí atención al cliente

Sí____ No____

12. ¿En qué medida considera usted
¿Muy Importante capacitarse?
b. Importante
c. No muy importante
d. Poco importante

13? Cuáles son los productos más
Vendidos en el establecimiento

14. cuáles serían los medios
Apropiados o más favorable para
La capacitación:

- a. Virtual
- b. Presencial

15. Han solicitado crédito con
entidades financiera

Sí____ No____

Anexo 2. Ficha técnica y protocolo de la encuesta

Ficha técnica

La tienda está ubicada en :	Comercial Aislada
Tamaño de la tienda :	Grande Mediana pequeña
Variedad de producto de la tienda	Poco Media regular
Estado de la fachada de la tienda	Bueno Regular Excelente
Estado de los estantes vitrinas	Bueno Regular Excelente

Protocolo de la encuesta

Tema de encuesta:	Marketing y finanzas
Tipo de encuesta	estructurada
Tipo de pregunta	Respuesta múltiple
Lugar	Casco urbano del municipio de Guachené
Muestra	20
Duración de la encuesta	De una hora por persona
Herramienta que se utilizo	
Propósito	Obtener información para resolver el problema

Anexo 3. Evidencia fotográfica

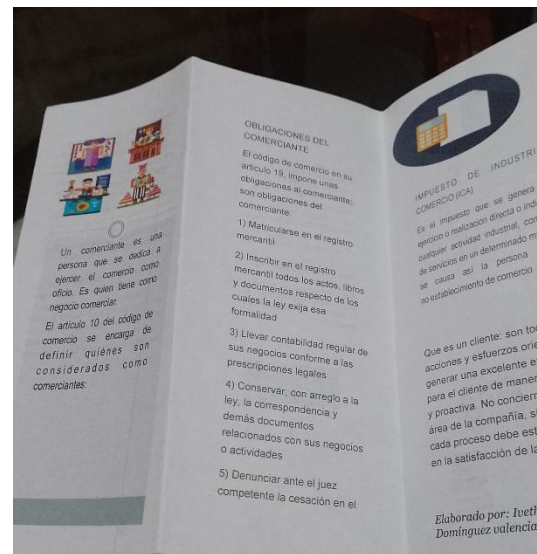
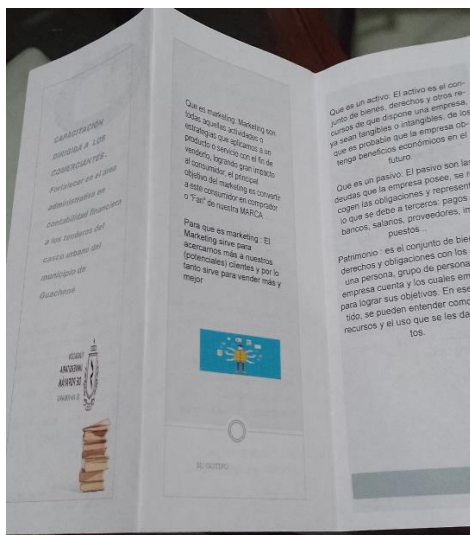
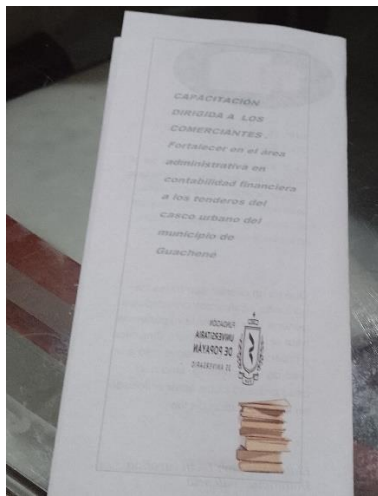




CAPACITACIÓN DE LOS TENDEROS



Anexo 4. Folleto diseñado para los tenderos de casco urbano del municipio de Guachené



Anexo 5. Base de datos de los tenderos Del Casco urbano Del municipio de Guachené

BASE DE DATOS DE LOS TENDEROS DEL MUNICIPIO DE GUACHENE															
Nombre 1	Nombre 2	Apellido 1	Apellido 2	Propietario	nombre de la tienda	Cedula	Direccion	Telefono	Correo Electronico	TIPO DE EMPRESA		ESTADO DE CONTABILIDAD	FORMALIZACION		
										Persona Natural	Persona Juridica		Registro mercantil	Ruth	Inscripcion en industria de comercio
yara	Patricia	Peña	Zapata	yara patricia peña zapata			Kr10cl16 palmas	3507297342		X		la tienda se encuentra manejado inventario		No tiene	No tiene
Nor	Elena	Aponza		Nor Elena Aponza	Rapi Tienda la Pamela		Kr4cl1606 esquina	3146023255		X		No Maneja contabilidad		No tiene	No tiene
Floveiner		Zuñiga			Tienda Meme		Kr6call8 #8-79			X		No Maneja contabilidad		No tiene	No tiene
Danis	Ximena	Valencia	Bermudez	Danis ximena valencia bermudez	Productos Danis	66997932	Cl14#6-33	3217136013	danisximena77@hotmail.com	X		No Maneja contabilidad		No tiene	No tiene
Vilma	Eneyi	Banguero		Vilma Eneyi Banguero	Tienda de la esquina		Kr7call8 palma	3178891929		X		No Maneja contabilidad		No tiene	No tiene
Maria	Eumaire	Bermudez	Rodriguez	Maria Eumaire Bermudez Rodriguez	Tienda la Salome		Kr3call6 #6-02	3202377405		X		No Maneja contabilidad		No tiene	No tiene
Beatriz	Eugenia	Bermudez	gomez	Beatriz Eugenia Bermudez Gomez	Tienda Don Eugenio		call2#215	317772817		X		No Maneja contabilidad		No tiene	No tiene
Maria	Lorenza	Zapata		Maria Lorenza Zapata	Tienda Villalilia		Kr1 # 732	3206363280		X		No Maneja contabilidad		No tiene	No tiene
Dolia	francelly	dominguez		Dolia Francelly Dominguez	Tienda Misania		Kr5#8-21	3117625972	vasquezbeatriz30@gmail.com	X		No Maneja contabilidad		No tiene	No tiene
Lina	Maria	Carabali	Gomez	Lina Maria Carabali Gomez	Purina cachorro	34771350		3137183494	linamariacarabaligonzalez@hotmail.com	X		No Maneja contabilidad		No tiene	No tiene
Katherine		Barrera	Bermudez	Katherine Barrera Bermudez	Arroz kwe,s	1149687992		3229335110							
Maria	Bercellina	Abonia	Carvajal	Maria Bercellina Abonia Carvajal	Tienda la esperanza		Kr7 Call4	3105206885		X		No Maneja contabilidad		No tiene	No tiene
Lina		Dorado		Lina Dorado	Tienda la abundacia		KR4 Cl18	3218182212		X		No Maneja contabilidad		No tiene	No tiene
yeni	Amparo	Galiano	Preciado	Yeni Amparo Galiano Preciado	Tienda chary		Call8 #3-22	3157997164	iosepalacio@hotmail.com	X		No Maneja contabilidad		No tiene	No tiene
Maria	Rubiela	Tobar		Maria Rubiela Tobar	Heladeria La Delicias		Cl110 #5-84	3107252804		X		No Maneja contabilidad		No tiene	No tiene