	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A	
FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	Dependencia	Aprobado	Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADÉMICO	1(141)		

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	MIRIDA MORA ALVAREZ NELLY JOHANNA ILLERA PÉREZ		
FACULTAD	FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS		
PLAN DE ESTUDIOS	PLAN DE ESTUDIOS CONTADURÍA PÚBLICA		
DIRECTOR	CARLOS ASDRUBAL BAYONA URIBE		
TÍTULO DE LA TESIS	EVALUACIÓN DE LA INCIDENCIA FINANCIERA DE LOS AGÁCHESE EN LAS EMPRESAS DE LA CIUDAD DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER		
RESUMEN (70 PALABRAS APROXIMADAMENTE)			
<p>CON LA INVESTIGACIÓN SE PRETENDIÓ REUNIR ARGUMENTOS PARA DETERMINAR DE QUÉ MANERA Y EN QUÉ FORMA HA INFLUENCIADO ECONÓMICAMENTE LOS AGÁCHESE EN LAS EMPRESAS DE LA CIUDAD DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER Y DE ESTA MANERA RECOPIRAR LA INQUIETUDES PARA PROPONER ESTRATEGIAS QUE AYUDEN A EVITAR LA AFECTACIÓN EN SU ACTIVIDAD ECONÓMICA, PARA LO CUAL SE DESARROLLARON OBJETIVOS COMO SON DEFINIR CUÁL ES LA AFECTACIÓN QUE OCASIONAN LOS AGÁCHESE A LOS COMERCIANTES EN OCAÑA.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 141	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM: 1



EVALUACIÓN DE LA INCIDENCIA FINANCIERA DE LOS AGÁCHESE EN LAS
EMPRESAS DE LA CIUDAD DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER

MIRIDA MORA ALVAREZ
NELLY JOHANNA ILLERA PÉREZ

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
PLAN DE ESTUDIOS CONTADURÍA PÚBLICA
OCAÑA
2016

EVALUACIÓN DE LA INCIDENCIA FINANCIERA DE LOS AGÁCHESE EN LAS
EMPRESAS DE LA CIUDAD DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER

MIRIDA MORA ALVAREZ
NELLY JOHANNA ILLERA PÉREZ

Trabajo de grado presentado como requisito para optar el título de Contador Público

Director
CARLOS ASDRÚBAL BAYONA URIBE
Contador Público

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
PLAN DE ESTUDIOS CONTADURÍA PÚBLICA
OCAÑA
2016

ADVERTENCIA

La universidad Francisco de Paula Santander no es responsable de los conceptos emitidos en este trabajo de grado.

Acuerdo 025 de octubre de 1970, Artículo 159.

AGRADECIMIENTOS

Las autoras dan los agradecimientos:

Al Contador Público CARLOS ASDRUBAL BAYONA URIBE, director del trabajo de grado.

CONTENIDO

	Pág.
<u>INTRODUCCIÓN</u>	16
<u>1. EVALUACIÓN DE LA INCIDENCIA FINANCIERA DE LOS AGÁCHESE EN LAS EMPRESAS DE LA CIUDAD DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER</u>	17
<u>1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</u>	17
<u>1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</u>	17
<u>1.3 OBJETIVOS</u>	18
1.3.1 General.	18
1.3.2 Específicos.	18
<u>1.4 JUSTIFICACIÓN</u>	19
<u>1.5 DELIMITACIONES</u>	19
1.5.1 Conceptual.	19
1.5.2 Operativa.	19
1.5.3 Temporal.	19
1.5.4 Geográfica.	19
<u>2. MARCO REFERENCIAL</u>	20
<u>2.1 MARCO HISTÓRICO</u>	20
2.1.1 Historia del comercio a nivel internacional.	20
2.1.2 Historia del comercio a nivel nacional.	21
2.1.3 Historia del comercio a nivel local.	23
<u>2.2 MARCO TEÓRICO</u>	24
<u>2.3 MARCO CONCEPTUAL</u>	27
<u>2.4 MARCO CONTEXTUAL</u>	33
<u>2.5 MARCO LEGAL</u>	36
2.5.1 Constitución Política de Colombia.	36
2.5.2 Ley 1340 de 2009.	36
2.5.3 Ley 1014 de 2006.	37
2.5.4 Decreto 410 de 1971	38
<u>3 DISEÑO METODOLÓGICO</u>	39
<u>3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN</u>	39
<u>3.2 POBLACIÓN</u>	39
<u>3.3 MUESTRA</u>	39
<u>3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN</u>	40
<u>3.5 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN</u>	40
<u>4. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS</u>	41
<u>4.1 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS EMPRESARIOS DE LA CIUDAD DE OCAÑA, EN CUANTO A LA INCIDENCIA DE LOS AGÁCHESE, MEDIANTE UNA MATRIZ DOFA.</u>	41
4.1.1 Encuesta aplicada a los propietarios y/o administradores de los establecimientos	41

comerciales de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.	
4.1.2 Matriz DOFA.	63
<u>4.2 DETERMINAR EL IMPACTO NEGATIVO OCASIONADO POR LOS AGÁCHESE A LAS EMPRESAS DE LA CIUDAD DE OCAÑA.</u>	69
<u>4.3 GRADO DE ACEPTACIÓN Y LOS ASPECTOS POSITIVOS DE LOS AGÁCHESE EN LOS HABITANTES DE OCAÑA.</u>	74
<u>4.4 IDENTIFICAR Y CLASIFICAR A LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS EN LA CIUDAD DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER.</u>	76
<u>4.5 IMPACTO SOCIO ECONÓMICO POR EFECTO DEL COMERCIO DE LOS AGÁCHESE, EN LOS COMERCIANTES DE LA CIUDAD DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER.</u>	81
<u>4.6 PLAN DE ACCIÓN EN EL CUAL SE ESTABLEZCAN ESTRATEGIAS PARA EVITAR LA AFECTACIÓN QUE OCASIONAN LOS AGÁCHESE A LAS EMPRESAS DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER.</u>	84
<u>5. CONCLUSIONES</u>	87
<u>6. RECOMENDACIONES</u>	88
<u>BIBLIOGRAFÍA</u>	89
<u>REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS</u>	91
<u>ANEXOS</u>	93

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Empresa registrada en la cámara de comercio	41
Tabla 2. Régimen al que pertenece	42
Tabla 3. Utilidad generada en la producción de la empresa	43
Tabla 4. Registro diario de las operaciones comerciales	44
Tabla 5. Realización de estados financieros	45
Tabla 6. Período de realización de los estados financieros	46
Tabla 7. Necesidad de los estados financieros	47
Tabla 8. Suministro del capital de inicio de la empresa	48
Tabla 9. Nivel de activos adecuado para producir sus servicios	49
Tabla 10. Generación de recursos para cumplir con las necesidades de operación	50
Tabla 11. Solicitud de financiación por parte de la empresa para poder hacer frente a las operaciones diarias del negocio o para hacer inversión	51
Tabla 12. Fuentes de financiación	52
Tabla 13. Capacidad de pago de las deudas a corto plazo	53
Tabla 14. Conocimiento de la rentabilidad del negocio	54
Tabla 15. Reinversión de las utilidades	55
Tabla 16. Método de servicio prestado por la empresa	56
Tabla 17. El personal vinculado a la empresa es	57
Tabla 18. Conocimiento de los sistemas de venta llamados “agáchese”	58
Tabla 19. Afectación por el sistema de venta de los “agáchese”	59
Tabla 20. Opinión sobre si este tipo de comercio es competencia fuerte	60
Tabla 21. Incidencia en la disminución de las ventas	61
Tabla 22. Proyecciones efectuadas en la empresa	62

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Matriz DOFA	67
Cuadro 2. Plan de acción.	86

LISTA DE GRAFICAS

	Pág.
Grafica 1. Empresa registrada en la cámara de comercio	41
Grafica 2. Régimen al que pertenece	42
Grafica 3. Utilidad generada en la producción de la empresa	43
Grafica 4. Registro diario de las operaciones comerciales	44
Grafica 5. Realización de estados financieros	45
Grafica 6. Período de realización de los estados financieros	46
Grafica 7. Necesidad de los estados financieros	47
Grafica 8. Suministro del capital de inicio de la empresa	48
Grafica 9. Nivel de activos adecuado para producir sus servicios	49
Grafica 10. Generación de recursos para cumplir con las necesidades de operación	50
Grafica 11. Solicitud de financiación por parte de la empresa para poder hacer frente a las operaciones diarias del negocio o para hacer inversión	51
Grafica 12. Fuentes de financiación	52
Grafica 13. Capacidad de pago de las deudas a corto plazo	53
Grafica 14. Conocimiento de la rentabilidad del negocio	54
Grafica 15. Reinversión de las utilidades	55
Grafica 16. Método de servicio prestado por la empresa	56
Grafica 17. El personal vinculado a la empresa es	57
Grafica 18. Conocimiento de los sistemas de venta llamados “agáchese”	58
Grafica 19. Afectación por el sistema de venta de los “agáchese”	59
Grafica 20. Opinión sobre si este tipo de comercio es competencia fuerte	60
Grafica 21. Incidencia en la disminución de las ventas	61
Grafica 22. Proyecciones efectuadas en la empresa	62
Grafica 23. Promedio de clientes.	63
Grafica 24. Participación porcentual en el PIB nacional año 2010	65
Grafica 25. Promedio de clientes.	66
Grafica 26. Promedio de clientes en los fines de semana.	70

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Mapa de Ocaña	35

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Encuesta aplicada a los propietarios y/o administradores de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ocaña Norte de Santander.	94
Anexo B. Actividades económicas en Ocaña Norte de Santander.	98

RESUMEN

Se denomina economía informal o economía irregular a la actividad económica oculta sólo por razones de elusión fiscal o de controles administrativos (por ejemplo, el trabajo doméstico no declarado, la venta ambulante espontánea o la infravaloración del precio escriturado en una compraventa inmobiliaria). La economía informal o irregular forma parte de la economía sumergida, junto con las actividades económicas ilegales.

De otra parte Gutiérrez (1992/1993) estudia el comercio ambulante que se da en el Mercado "La Ramada", en la ciudad de Santa Cruz (Bolivia). La autora se opone a las tesis neoliberales. Tales tesis, entienden que los trabajadores "optan" por la actividad informal, particularmente el comercio callejero, para huir de los excesos reglamentarios de los gobiernos en sus políticas económicas, para mejorar sus rendimientos y ascender socialmente. Dentro de ésta óptica racionalista, la "opción" se produce a partir de objetivos de maximizar los beneficios y minimizar los costos. Así que, para los que defienden esta tesis, el principal problema de estos trabajadores es la cuestión de la ilegalidad. Para ellos, superada esta cuestión, habría plenas condiciones de progreso para estos trabajadores en dicha actividad, pues permitiría el acceso a los créditos bancarios.¹

Teniendo en cuenta lo anterior se debe decir que Ocaña no se escapa a dicha situación por lo que se ha detectado que a través de los años, en nuestro municipio se han ido creciendo y posicionándose en el mercado, haciéndose más frecuente su estadía en la ciudad, lo cual ha fundado una enorme preocupación en los comerciantes formales y en las empresas productoras, ya que se han visto afectadas por los costos de fabricación de sus prendas de vestir y zapatos dado que no se ajustan a los precios de venta tan bajos ofrecidos por dichos comerciantes de los agáchese.

Para el trabajo de grado se desarrollaron objetivos como son definir cuál es la afectación que ocasionan los citados negocios, lo que permitió llegar a conclusiones y recomendaciones, se realizó un diagnóstico de la situación actual de los empresarios de la ciudad de Ocaña, en cuanto a la incidencia de los agáchese, mediante una matriz DOFA, se determinó el impacto negativo ocasionado, se señaló el grado de aceptación y los aspectos positivos, se identificaron y clasificaron las actividades económicas y por último se propuso un plan de acción con el objetivo de plantear estrategias que ayuden a mejorar la situación antes descrita.

¹ GUTIÉRREZ, C. R. O. Os vendedores ambulantes en Bolivia: o comercio de Mercado Porto Alegre, 1992.

INTRODUCCIÓN

Aunque la economía informal se ha asociado frecuentemente a países en desarrollo y economías emergentes, todos los sistemas económicos, sin excepción, participan de ella. El daño económico que causa la economía informal al fisco no solamente se cifra en el lucro cesante tributario; se extiende al daño emergente consistente en el disfrute indebido de subvenciones, subsidios, pensiones y demás rúbricas del presupuesto de gastos públicos

Teniendo en cuenta lo anterior se debe decir que esta investigación pretendió reunir argumentos que permitan determinar de qué manera y en qué forma ha influenciado económicamente los agáchese en las empresas de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander y de esta manera recopilar la inquietudes para proponer estrategias que ayuden a evitar la afectación en su actividad económica.

Con miras a desarrollar el proyecto se consideró el objetivo general el cual es evaluar la incidencia financiera de los agáchese en las empresas de la ciudad de Ocaña. Es claro tener en cuenta que el mundo moderno está basado en la información, comunicación y tecnología, por lo que estos elementos se han convertido en parte fundamental para alcanzar resultados y además es importante conocer cada aspecto y situación que rodea el entorno en que se vive, y para el mundo empresarial es vital, ya que le permite tomar decisiones acertadas y alcanzar las metas propuestas.

Con el fin de desarrollar el objetivo general, se tuvieron en cuenta objetivos como la realización de un diagnóstico de la situación actual de los empresarios mediante una matriz DOFA, se determinó el impacto negativo ocasionado por los agáchese a las empresas, se señaló el grado de aceptación y los aspectos positivos, se identificó y clasificar a las actividades económicas, se evaluó el impacto socio económico por efecto del comercio de los agáchese y se propuso un plan de acción en el cual se establezcan estrategias para evitar continuar en la misma situación.

En este sentido con la investigación se pretendió reunir argumentos para determinar de qué manera y en qué forma ha influenciado económicamente los agáchese en las empresas de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander y de esta manera recopilar la inquietudes para proponer estrategias que ayuden a evitar la afectación en su actividad económica.

1 EVALUACIÓN DE LA INCIDENCIA FINANCIERA DE LOS AGÁCHESE EN LAS EMPRESAS DE LA CIUDAD DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La economía informal, es el nombre que se le da a un gran número de actividades que están catalogadas dentro del sector informal de la economía. Generalmente, este tipo de actividades no cumplen con ciertas características económicas y administrativas propias de una economía formal, por ejemplo, no utilizan economías complejas ni formas avanzadas de producción, no tienen una división del trabajo establecida, no están constituidas jurídicamente como las empresas modernas, y tienen distintos tipos de relaciones laborales al mismo tiempo.

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), define como pertenecientes al sector informal de la economía a los ayudantes de familia a los cuales no se les paga un salario, a las empleadas del servicio doméstico, a los trabajadores que se encuentran trabajando por su propia cuenta en actividades propias o familiares (excluyendo trabajadores y técnicos) y a los obreros y empleados asalariados del sector privado y patrones o empleadores vinculados a empresas con diez o menos personas ocupadas. Así mismo, los agáchese se han constituido en una forma más de hacer economía de manera informal y, en algunos casos, de manera desleal.

Esta clase de economía, denominada agáchese, desde hace algunos años han venido influenciando el comercio de los municipios y las grandes ciudades, y así mismo han generado a través de los años incertidumbre en las empresas productoras, al punto que se habla de las principales desventajas que esto acarrea en una competencia formal.

Es así que en el desarrollo de su actividad comercializan prendas de vestir y calzado a precios más bajos que los ofrecidos en las zonas comerciales, llamando así la atención de los consumidores quienes se dirigen muy motivados a comprar sus productos que aunque sean de baja calidad son de menor precio y al final prestarán la misma función.

La ciudad de Ocaña no se escapa a dicha situación por lo que se ha detectado que a través de los años, en nuestro municipio se han ido creciendo y posicionándose en el mercado, haciéndose más frecuente su estadía en la ciudad, lo cual ha fundado una enorme preocupación en los comerciantes formales y en las empresas productoras, ya que se han visto afectadas por los costos de fabricación de sus prendas de vestir y zapatos dado que no se ajustan a los precios de venta tan bajos ofrecidos por dichos comerciantes de los agáchese.

Igualmente, una empresa productora de la ciudad de Ocaña que trae sus insumos de producción de otras ciudades de Colombia, su producto terminado es más costoso siendo su precio de venta alto. La realidad es que aunque sea un producto de calidad, elaborado por

manos ocañeras, los consumidores siempre se verán atraídos por los precios más bajos que ofrecen los agáchese que llegan cada domingo a hacer sus ventas.

Teniendo en cuenta lo anterior, donde se evidencia una situación problemática para la economía de las empresas productoras de Ocaña, se determina realizar un estudio que analice la influencia de los agáchese en dichas empresas, donde se determine las consecuencias que acarrea la ejecución de esa actividad mercantil en el municipio.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo inciden financieramente los agáchese en las empresas de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 General. Evaluar la incidencia financiera de los agáchese en las empresas de la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

1.3.2 Específicos. Realizar un diagnóstico de la situación actual de los empresarios de la ciudad de Ocaña, en cuanto a la incidencia de los agáchese, mediante una matriz DOFA.

Determinar el impacto negativo ocasionado por los agáchese a las empresas de la ciudad de Ocaña.

Señalar el grado de aceptación y los aspectos positivos de los agáchese en los habitantes de Ocaña.

Identificar y clasificar a las actividades económicas en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

Evaluar el impacto socio económico por efecto del comercio de los agáchese, en los comerciantes de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

Proponer un plan de acción en el cual se establezcan estrategias para evitar la afectación que ocasionan los agáchese a las empresas de Ocaña, Norte de Santander.

1.4 JUSTIFICACIÓN

La evaluación es una herramienta fundamental que permite conocer de una manera precisa las deficiencias, las fortalezas, oportunidades y las dificultades que puedan presentarse en la actividad empresarial, en cuanto a la nueva forma de comercio, al tiempo conocer la

incidencia que ésta ha tenido sobre las empresas de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

En este sentido esta investigación pretende reunir argumentos que permitan determinar de qué manera y en qué forma ha influenciado económicamente los agáchese en las empresas de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander y de esta manera recopilar la inquietudes para proponer estrategias que ayuden a evitar la afectación en su actividad económica. Con miras a desarrollar el proyecto se considera el objetivo general el cual es evaluar la incidencia financiera de los agáchese en las empresas de la ciudad de Ocaña. Es claro tener en cuenta que el mundo moderno está basado en la información, comunicación y tecnología, por lo que estos elementos se convierten en parte fundamentales para alcanzar resultados y además es importante conocer cada aspecto y situación que rodea el entorno en que se vive, y para el mundo empresarial es vital, ya que le permite tomar decisiones acertadas y alcanzar las metas propuestas.

De lo anterior se puede decir que en la ciudad de Ocaña es de suma urgencia realizar un estudio sobre la incidencia que han tenido los agáchese en las empresas ocañeras, ya que se desconoce el impacto y la afectación que se han propiciado con dicha actividad económica, especialmente en los empresarios de la ciudad y además este tipo de investigación puede ayudar a determinar que táctica se deben implementar en el comercio, como también se tiene la oportunidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos durante la formación profesional.

1.5 DELIMITACIONES

1.5.1 Conceptual. En el presente proyecto de investigación se utilizarán conceptos relacionados con la creación y funcionamiento de los agáchese, que normas deben cumplir, como operan y los permisos que deben tener ante la DIAN, la Alcaldía Municipal y la información otorgada por la Cámara de Comercio.

1.5.2 Operativa. Durante la realización del proyecto se prevé que en la recolección de la información se puedan presentar inconvenientes para que los entes correspondientes faciliten datos necesarios para este estudio y así mismo los percances que puedan ocurrir al momento de aplicar las encuestas.

1.5.3 Temporal. El tiempo determinado para la realización del presente proyecto de investigación tendrá una duración de 8 semanas, dentro de los cuales las primeras cuatro semanas corresponderá al diseño, elaboración y ejecución del proyecto; mientras que en las 4 semanas restantes se enfocará a la confección y sustentación de los resultados arrojados de la ejecución de la investigación, de acuerdo al cronograma planteado.

1.5.4 Geográfica. La presente investigación tendrá lugar en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander y será aplicada a una población que será debidamente seleccionada de acuerdo a una serie de criterios.

2 MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO HISTÓRICO

2.1.1 Historia del comercio a nivel internacional. El comercio inicia cuando el hombre comienza a vivir en sociedad, una vez que se establece un núcleo familiar y comienzan a crearse comunidades. El crecimiento de la comunidad llevó a nuevas formas de vida social, y comenzaron a surgir nuevas necesidades para mejorar las condiciones alimenticias, de vestido y vivienda. Con los avances en las técnicas, y con la búsqueda de mayores comodidades, el hombre comienza la división del trabajo. En lugar de que un hombre cubriera todas sus necesidades (buscar alimento, vestido, vivienda, etcétera), se especializa en una actividad e intercambia sus bienes por otros con personas que se especialicen en otra actividad. En un principio se utilizaba el sistema de trueque, es decir, el intercambio directo de un bien por otro.

Por ejemplo, si un hombre producía vestidos y otras manzanas, y el de los vestidos quiere manzanas y el de las manzanas no está interesado, no se puede llevar a cabo el intercambio. Es por ello que se comienzan a utilizar metales preciosos u objetos raros y valiosos como sistema de cambio: desde granos de sal hasta piedras preciosas, pasando por conchas o especias. Es así como surge la moneda, que poco a poco se va homogeneizando hasta llegar a ser constituido por monedas de metales preciosos como el oro o la plata.

Con la introducción de la moneda el sistema bancario se inició, primero en Italia y después se generalizó a Europa. El dinero, que en un principio fue el sistema de cambio después se volvió un sistema de acumulación de riqueza que originó a la clase rica y a la clase pobre. El comerciante se volvió poderoso, mientras que el hombre de pueblo tuvo recursos limitados. Así surge el sistema esclavista, en el que los ricos explotaban a los pobres. Posteriormente se transita al feudalismo, donde un sistema de señor feudal-siervo sustituye al de amo-esclavo. En este sistema, el dueño de la tierra era poseedor de todos sus recursos, incluyendo a los hombres que estuvieran dentro de su territorio. Después, con el surgimiento de las ciudades nace el capitalismo, bajo la premisa de Adam Smith de la libre empresa y los reajustes hechos por la “mano invisible”. Ante el sistema de explotación de los burgueses hacia los proletarios, Marx sugiere un nuevo sistema, el comunista, donde los proletarios serían los gobernantes y cada quién ganaría lo que correspondiera a su esfuerzo y necesidad.

Actualmente el comercio es una actividad esencial de cualquier país, ya sea nacional o internacionalmente. La moneda de cada país se utiliza para medir transacciones, y debido a que cada país tiene una moneda diferente, es necesario cambiarlas y tomar en cuenta la tasa de cambio.²

² ECONOMIA. Historia del comercio (online). 1 ed. [s.l.]: Economía, 2012 [citado 5 sep., 2015]. Disponible en: <http://economiaes.com/comercio/historia-del-comercio.html>

2.1.2 Historia del comercio a nivel nacional. Bolívar criticó a España por “los privilegios exclusivos del comercio hasta de los objetos de primera necesidad”. Incluso, pasaron más de 30 años para que el gobierno liberara el comercio. La mayoría de nuestros héroes de la independencia eran comerciantes y durante la reconquista de Murillo se exiliaron en Jamaica, a donde acostumbraban ir de compras.

En el siglo XIX, alrededor del modelo económico de desarrollo basado en las exportaciones, el país se pudo integrar al mercado mundial mediante la producción y comercialización del oro, el tabaco, la quina y finalmente el café. Estas actividades lograron impulsar la arriería, los ferrocarriles y la navegación fluvial, la conformación de bancos y hasta de una aseguradora, la colonización empresarial de baldíos, la fundación de nuevas poblaciones y ciudades en las rutas de los nuevos circuitos comerciales de la economía exportadora, que como Manizales, Pereira y Barranquilla se conectaron con las viejas ciudades (Santafé, Honda, Mompo, Medellín, Rionegro y Popayán), y una incipiente migración británica, alemana y francesa que dinamizó la organización de casas comerciales, que junto a las colombianas lograron crear las bases del mercado interno y del lento desarrollo económico colombiano.

Las casas comerciales nacionales altamente diversificadas dedicadas a la importación de mercancías inglesas y francesas, dieron origen al comerciante jamaicano quien se especializó en viajar a Jamaica por mercancías. De allí se dirigieron directamente a Londres, Manchester, Liverpool y París donde, incluso, mantenían representantes comerciales permanentes. Desde el país enviaban barras de oro que nutrían las cuentas que las abrían sus proveedores allá para respaldar los envíos. Una vez en Bogotá, Medellín, Rionegro, Popayán u Honda, se entregaban al por menor a tratantes y mercaderes, con plazos que rara vez excedían los tres meses. Así llegaban los diversos géneros a los consumidores en los mercados pueblerinos del domingo. Las mercancías surgieron después de la independencia, iniciaron sus negocios con el exterior. Dados los altos costos del transporte o de algunas mercancías de lujo de gran tamaño y peso, varios comerciantes se reunían para organizar la denominada “ancheta”, o sea, un solo pedido a un único proveedor extranjero, logrando así un mayor descuento. Si el comerciante viajaba al exterior por la mercancía corría grandes riesgos como ahogarse por naufragio del barco en el río o en el mar, morir de fiebres durante la travesía por el Magdalena, perecer por el frecuente estallido de la máquina de vapor de los navíos, o perder a manos de los piratas en el Caribe todo el oro en polvo que llevaba a Jamaica o Europa para hacer las compras. Era frecuente la introducción de mercancía de contrabando burlando las alcabalas.³

La gran experiencia adquirida en el comercio internacional durante la primera globalización, los avances en los transportes y la economía cafetera respaldada en una masa considerable de pequeños campesinos y grandes comercializadores del grano con ingresos permanentes, creó las bases para el acelerado desarrollo del comercio que va a

³ MOLINA LONDOÑO, Luis Fernando. Historia del comercio en Colombia (online). 2 ed. [Bogotá]: Dinero, 2010 [citado 5 sep., 2015]. Disponible en: <http://www.dinero.com/columnistas/edicion-impresion/articulo/200-anos-comercio-colombia-luis-fernando-molina-londono/95391>

experimentar Colombia en la primera mitad del siglo XX. Los introductores de tela (producto que representaba casi el 80% de las importaciones del país), que con frecuencia eran también grandes exportadores de café y banqueros, se transformaron en industriales exitosos, en parte, gracias a los conocimientos acumulados sobre los productos que antes importaban pero que empezarán a producir en pequeñas fábricas.

Por eso, la industrialización colombiana es iniciativa de una dinámica clase comercial, que además, aprovechó las políticas proteccionistas que paulatinamente se fueron implantando desde el gobierno de Núñez. A principios del siglo también surgió una organización institucional que se expresó en las cámaras de comercio de las principales ciudades (Bogotá: 1898; Medellín 1904), y más adelante en una agremiación FENALCO (1945), en una Superintendencia de Industria y Comercio, y finalmente en un Ministerio de Comercio Exterior. La iniciativa privada aportó a la institucionalidad con la creación de bancos especializados en el sector. Por su parte el Estado, en el marco de alto intervencionismo en la economía, organizaría entidades comerciales y reguladoras de precios como el Instituto de Mercadeo Agropecuario –IDEMA– y las grandes centrales mayoristas de alimentos en Bogotá y Medellín.

Durante la primera fase de industrialización llegaron hábiles comerciantes judíos y turcos que innovaron en las formas de dar crédito y establecer relaciones con los clientes de bajos ingresos tradicionalmente muy desatendidos. Ellos enfrentaron una dura competencia con los comerciantes nacionales quienes se les opusieron cuando percibieron el éxito que iban obteniendo en el comercio. También apareció en la región Caribe el embrión de lo que más adelante serán las primeras grandes cadenas de comercio minorista: Almacenes Carulla, Helda y Ley. La primera, además, revolucionaría el comercio colombiano, con la apertura del primer autoservicio en el país (1953). Por esta misma época, el presidente Rojas Pinilla daba una nueva vida al archipiélago de San Andrés, cuando lo convierte en el primer puerto libre del país, desde el cual se surtirán muchos hogares colombianos, de mercancía extranjera, especialmente de electrodomésticos.⁴

El modelo de industrialización basado en la sustitución de importaciones que imperó en Colombia hasta 1990, limitó considerablemente la oferta de productos en el país. A su sombra se expandió la gran empresa comercial con la cual no pudo competir ni siquiera el gigante norteamericano Sears que arribó en los años sesenta. De la plaza de mercado cubierta y del pasaje comercial, Colombia experimentó desde finales de los años setenta el auge de los centros comerciales, que no paró desde la inauguración de San Diego en Medellín y Unicentro en Bogotá. Luego apareció el mercadeo de productos populares y drogas liderado por las Cajas de Compensación que crearían grandes dificultades y evidente oposición del comercio tradicional. Finalmente, después del Pacto Andino (1969), con la apertura económica y la firma de nuevos tratados de libre comercio de segunda generación, como el G3 (México, Colombia, Venezuela) se desató la expansión de la oferta de productos nacionales y extranjeros, las formas de crédito, el abaratamiento de productos de

⁴ *Ibíd.* P 2

tecnología, bienes durables, tecnología y el concepto de todo bajo un mismo techo en los almacenes por departamentos y grandes superficies.

Para enfrentar la competencia que plantearon las cadenas internacionales de comercio minorista que ingresaron al país en los años noventa (Makro, Carrefour, Falabella-Sodimac) o atender las ofertas de compra a grandes empresas colombianas como la realizada por la francesa Casino de Éxito-Ley-Carulla-Vivero, se abrió paso una internacionalización que trajo al país la modernización del retail. Frente a este continuo cambio permanece en Colombia ese mismo fenómeno con el cual se ha identificado el comercio nacional desde el siglo XIX: una población con notable destreza para comerciar que obliga a una exitosa convivencia entre mayoristas, cadenas de grandes almacenes, contrabandistas, tenderos, pequeños comerciantes de misceláneas, sanandresitos y comerciantes informales que hasta se atreven a competir en precio y a innovar en formas de venta, con los más grandes y poderosos del sector.⁵

2.1.3 Historia del comercio a nivel local. La actividad empresarial y de comercio en la región de Ocaña, tuvo un importante desarrollo durante las últimas décadas del siglo XIX y comienzos del siglo XX. Esta circunstancia fue favorecida por las políticas librecambistas imperantes en la época, que permitieron, incluso, la designación de agentes consulares de Italia, con don José Lébolo y de Alemania, con don W. Brokate.

Las principales sociedades comerciales de Ocaña, comienzan con la iniciativa de don Manuel Roca Rincón, en 1863 quien, según el registro periodístico de La Nueva Era, No. 21 de 10 de octubre de 1886, era "Importador y exportador. Tiene de venta mercancías inglesas, francesas, americanas, españolas, sal, tabaco, &. &. Compra café, cueros, taguas, quina, anís. Vende y compra letras sobre Exterior y varias plazas del país". Cronológicamente, encontramos seguidamente, la sociedad comercial de José D. Jácome & Hnos., en 1864, "Importadores, exportadores y comisionistas. Compran y venden LETRAS sobre las principales plazas de Europa, New York, Cartagena y Barranquilla. Tienen de venta un surtido de mercancías Inglesas, Francesas, Alemanas, Españolas y Americanas, los acreditados Tabacos de Ambalema marca FN y del Carmen de Bolívar, marca JES".

1876. "Algunos comerciantes de Ocaña y Bucaramanga repararon los vapores Barranquilla y Vengoechea y con los nombres de Santander y El Libertador, formaron una línea para navegar exclusivamente entre Bodega Central, cerca de la boca del Lebrija, Puerto Nacional y Barranquilla, dando transporte tanto al café, el cacao, los cueros y el azúcar de la cordillera de Ocaña y de los valles altos de Bucaramanga".

En 1879, se inician las festividades de la panela en Convención, de acuerdo con los datos históricos recogidos por el historiador y periodista Olger García Velásquez, quien a propósito de este certamen popular, nos dice: "...hasta donde he podido indagar en viejos infolios - se inició en 1879, cuando se celebró el cincuentenario de la fundación de Convención y todo se circunscribía a la corrida de toros como punto central del programa.

⁵ *Ibíd.*, p.3

Dicha corraleja se verificó hasta 1900 en la plaza principal; luego, y hasta 1925, pasó al barrio El Tamaco -como lo señalan periódicos de la época - cuando aún el barrio no estaba urbanizado como lo vemos ahora...Vino una época de suspensión, cuando la violencia política arreciaba y era imposible su continuación. En 1960 la corraleja fue trasladada para una planada, donde en 1962 y con ocasión de la llegada de la Alianza para el Progreso, programa del presidente John Fitzgerald Kennedy, se construyó la Escuela Kennedy, lo que obligó al traslado de la fiesta y su corraleja para el barrio La Plazuela" (Convención se viste de fiesta: 46.º Festival de la Panela. En La Opinión, Cúcuta, 22 de julio de 2008, p. 3ª).

1880. El 9 de octubre, la Gobernación del Estado del Magdalena expide el Decreto No.148, "Por el cual asume el Estado el establecimiento de bodegas en su territorio y la administración y rentas de ellas". En su Artículo 2o., prescribe: "Mientras el poder ejecutivo pueda organizar la administración de dichos establecimientos en términos que satisfaga cumplidamente las exigencias del tráfico, procédase a celebrar contrato con la persona o compañía que haga mejores proposiciones para la construcción y administración de bodegas en los puntos de la Gloria, Puerto Nacional y Loma de Corredor".

Con base en el citado Decreto, el Estado del Magdalena suscribió un contrato con el señor Ramón B. Jimeno para construir la Bodega en Puerto Nacional. La cláusula 9a. del documento, indica que: "desde el día en que se abra el servicio del público la Bodega materia de este contrato, no será permitido a ninguna otra persona ni compañía el uso ni el establecimiento de otras bodegas en Puerto Nacional". Este monopolio del Estado del Magdalena produciría controversias y demandas ante el Estado, por parte de comerciantes ocañeros y de Barranquilla, quienes consideraron vulnerados sus derechos comerciales. Sobre el río Magdalena, operaban dos bodegas: Bodega Ocaña y Bodega Bolívar, ésta última de don José María Valest, ubicada en la ribera occidental del Magdalena, frente a la Bodega Ocaña que estaba localizada en Gamarra.

En la actualidad existen, según el registro suministrado por la Cámara de Comercio de Ocaña⁶, un total de 18.830 empresas de la totalidad de municipios de cobertura de la institución, de las cuales solo 2.156 se encuentran registrados.

2.2 MARCO TEÓRICO

Teoría del valor. La teoría del valor surge como respuesta a la cuestión fundamental de la naturaleza económica: dado que en una sociedad de mercado, los individuos son libres y autónomos. Además la teoría del valor está compuesta por principios que describen las relaciones que se presentan en un sistema económico y que se manifiestan exclusivamente en magnitudes, es decir, que pueden expresar de manera cuantitativa.

⁶ ALVAREZ AREVALO, Rubén Darío, Representante Comercial de la Cámara de Comercio de Ocaña. Recuento comercial de Ocaña, 2015. P 1

La teoría del valor busca asociar valores o precios a bienes previamente conocidos o establecidos.

Teoría del control. Son las actividades necesarias para alcanzar metas u objetivos a largo plazo, de manera eficiente y económica. Control, por lo tanto, es hacer lo que sea necesario para lograr lo que se quiere hacer como organización.

Por lo tanto, en una organización, la teoría del control, busca construir índices que midan la calidad de todos los elementos de la empresa; por ello se basa en algunos tipos de control.⁷

Principios y normas de contabilidad. Es el conjunto de conceptos básicos y de reglas que deben ser observados al registrar e informar contablemente sobre los asuntos y actividades de personas naturales o jurídicas.

Apoyándose en ellos, la contabilidad permite identificar, medir, clasificar, registrar, interpretar, analizar, evaluar e informar, las operaciones de un ente económico, en forma clara, completa y fidedigna.

La información contable debe reunir las siguientes cualidades: comprensibilidad, utilidad, pertinencia, confiabilidad, neutralidad, verificabilidad, fidelidad y comparabilidad.

La teoría de la oferta y la demanda. Es aquella que describe, simplemente, la interacción en el mercado de un determinado bien entre los consumidores y productores, en relación con el precio y las ventas de dicho bien. Este modelo predice que, en un mercado libre y competitivo, el precio se establecerá en función de la solicitud por los consumidores y la cantidad provista por los productores, generando un punto de equilibrio en el cual los consumidores estarán dispuestos a adquirir todo lo que ofrecen los productores al precio marcado por dicho punto.

Esta teoría es la conjunción de dos leyes económicas. La ley de la oferta, que indica que la oferta es directamente proporcional al precio; cuanto más alto sea el precio del producto, más unidades se ofrecerán a la venta.

La ley de la demanda, que indica que la demanda es inversamente proporcional al precio; cuanto más alto sea el precio, menos demandarán los consumidores.

La teoría de la oferta y la demanda muestra las preferencias de los consumidores que se expresan a través de la demanda de productos, mientras que el costo de las empresas es el fundamento de la oferta, las cuales se equilibran gracias al mecanismo de los precios.

Teoría sobre la Motivación Humana. En 1943 Abraham Maslow publicó su teoría sobre la motivación humana, en la cual sostiene que las necesidades son el motor del hombre. Con base en sus teorías, jerarquizó dichas necesidades en el siguiente orden de importancia.

⁷ AMBIENTE DE CONTROL. [en línea] [Citado 04 sep., 2015]. Disponible en internet: <http://www.ccee.edu.uy/ensenian/catcoint/material/control.PDF>>

El primer motivo por el que el hombre actúa son las exigencias psicológicas a las que llamó necesidades básicas o fisiológicas, es decir, las relacionadas con la conservación de la vida: comer, dormir, sexo, etcétera. Una vez que el hombre ha satisfecho dichas necesidades, tiene necesidad de seguridad para cubrir contingencias futuras de las que dependen de él.

En tercer lugar el hombre tiene necesidad de relaciones sociales (amor de y para los demás). Aquí se colocan las necesidades sociales o de estima. En cuarto lugar el ser humano tiene necesidad de autoestima (de amor propio, tener una buena imagen de sí, aceptarse a sí mismo). Por último el ser humano requiere trascender en su vida, es decir, tiene necesidad de autorrealización.

Chris Argyris, En su libro “personality and organization”, sostiene que el hombre ha sido educado en occidente con criterios distintos de los que las organizaciones exigen. Hay, por lo tanto, un desajuste en el comportamiento humano. Así mismo, Frederick Herzberg en 1965 publicó sus investigaciones conocidas como “Las motivaciones y los factores higiénicos”, en donde, además de la teoría dual sostiene que los factores motivadores dan satisfacción cuando aparecen y no producen insatisfacción cuando desaparecen. Los factores higiénicos, en cambio, no dan satisfacción al presentarse, pero producen insatisfacción cuando desaparecen. Por esto yo los llamo saludables, cuando existen solo dan salud, pero esta no se aprecia hasta que se pierde. David C. McClelland, aparece en 1962, apoyándose en la de Max Weber, quien sostiene que el desarrollo de los países industrializados se debía a factores culturales, entre los cuales destacaba la ética protestante. McClelland afirma que los factores que motivan al hombre son grupales y culturales. Sostiene que hay tres tipos de factores: el de realización, el de afiliación y el de poder.⁸

Teoría de la producción y de la productividad. La teoría de la producción y de la productividad se relaciona con el rendimiento de los factores productivos (naturaleza, trabajo, capital, empresa). La empresa busca el nivel de producción en que llevado al mercado le produce un ingreso (preestablecido) y lo compara con el costo de un trabajador y, de esta manera, se orientará hacia aquel punto en que el costo marginal sea igual al ingreso marginal.

La teoría de la producción comprende las leyes que explican el comportamiento de la unidad de producción o empresa y su manifestación en el mercado, la oferta.

Teoría de la productividad marginal: Según esta teoría, la participación de los factores productivos y la renta nacional están condicionados por el valor de la productividad marginal de los mismos.

Los principios que rigen la teoría de la productividad marginal tienen su apoyo en dos nociones esenciales que son el de productividad marginal y el de imputación. El primero describe el aumento del producto debido a la última unidad aplicada a un factor. La

⁸ J., ARGYRISCHRIS. Personality and organization. México: McGraw Hill, 2008. p. 83.

imputación se consigue por la atribución que se concede a cada uno de los factores productivos por la parte que le corresponde según sus aportaciones.

El Costo marginal es el incremento o disminución que ocurre en el costo total debido al aumento en el volumen de la producción en una unidad.

La Renta nacional es la sumatoria total de las remuneraciones de los factores de producción (salarios, beneficios, interés y rentas) medida por año calendario para una economía nacional.

La Imputación es señalar la aplicación o inversión de una cantidad, sea al entregarla, sea al tomar razón de ella en cuenta. La Teoría de la productividad del capital se refiere al tomador de un préstamo que paga un interés porque está en la naturaleza del capital producir un valor superior al suyo. Es decir, el que toma el préstamo puede comprar o alquilar un capital productivo, como ser, maquinarias, elementos de trabajo, etc., y con el producido de dicho capital se puede rembolsar la suma prestada y pagar un interés por ella. Esta teoría explica el interés en el préstamo a la producción pero no en el préstamo al consumo.

La Teoría Económica estudia la economía de la escasez, en la que los deseos insatisfechos de los bienes producidos por la economía llevan hasta los límites algunos de sus recursos, dejando deseos insatisfechos. Se propone determinar las uniformidades de la actividad económica del hombre considerado en abstracto de una sociedad hipotética, como aquella en la que la concurrencia fuese perfectamente libre y en que los hombres fueran guiados exclusivamente por su interés personal.

Cada teoría da la mejor clave para explicar las fluctuaciones de las actividades comerciales. Cada fluctuación (auge o depresión) es diferente y no hay razón para suponer que exactamente los mismos factores sean los predominantes en todas. Por otra parte, hay la suficiente semejanza entre los auges y depresiones como para pensar que puede ser útil un esquema analítico común.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Economía formal: Es el sector de la población que puede comprobar con recibos de nómina o declaraciones de impuestos; la economía y el aparato productivo de bienes y servicios han sido incapaces de proporcionar empleo estable y bien remunerada, los trabajadores en general y a los jóvenes o mujeres que se incorporan cada año al mercado de trabajo, lo cual se agudiza por los programas de reajuste económico, las migraciones internas y externas, sobre todo a la gran ciudad, provenientes del campo o de las ciudades pequeñas marginales, así como por la aplicación indiscriminada de las nuevas tecnologías del aparato productivo.⁹

⁹ RUBIO DOMINGUEZ, Pedro. Introducción a la gestión empresarial. Editorial esparza. Madrid. 2008. P 8

Economía informal: Es el nombre que se le da a un gran número de actividades que están catalogadas dentro del sector informal de la economía.

Generalmente, este tipo de actividades no cumplen con ciertas características económicas y administrativas propias de una economía formal (por ejemplo) no utilizan economías complejas ni formas avanzadas de producción, no tienen una división del trabajo establecida, no están constituidas jurídicamente como las empresas modernas, y tienen distintos tipos de relaciones laborales al mismo tiempo).

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), define como pertenecientes al sector informal de la economía a los ayudantes de familia a los cuales no se les paga un salario, a las empleadas del servicio doméstico, a los trabajadores que se encuentran trabajando por su propia cuenta en actividades propias o familiares (excluyendo trabajadores y técnicos) y a los obreros y empleados asalariados del sector privado y patronos o empleadores vinculados a empresas con diez o menos personas ocupadas .

Una de las características que hace que una determinada actividad pertenezca al sector informal es la de tener una escala reducida; es decir, que las personas o empresas no manejen una producción numerosa o una gran cantidad de recursos.

No existen muchas barreras para entrar al sector informal. Generalmente, estos negocios, trabajos o actividades se desarrollan en un lugar establecido y sus ingresos dependen de ese lugar y los recursos que se encuentran en este, por ejemplo un barrio o un sector. Igualmente, la propiedad de los negocios o empresas es de una sola persona o familia, y en algunos casos no se cumple con reglamentaciones sobre salarios, impuestos, salud y limpieza, normas de construcción, etc.

Muchas veces este tipo de actividades no son registradas por los censos o las encuestas, razón por la cual el sector informal es muy difícil de medir, siendo mas común en los países en vía de desarrollo que en los países industrializados.

Las definiciones propuestas nos indican que en la actualidad la mayoría de los trabajadores en el mundo se encuentran en esta situación y que la característica fundamental de las actividades informales es la precariedad de las condiciones de trabajo en el cual se encuentra el trabajador.

Comercio: Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes, sea para su uso o para su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor.

Es el trato o relación entre dos o más personas; en su acepción más estricta se toma como negociación que se realiza comprando, vendiendo o cambiando.¹⁰

¹⁰ MARQUINA, SANCHEZ, María de Lourdes, " Gobernanza Global del Comercio en Internet ", Ed INAP, 1.ª Edición, México, P 149

Cuando hablamos de comercio, lo hacemos en el sentido económico, según una teoría clásica, el comercio es una de las ramas de la industria, en general, esto es, unos de los aspectos del trabajo del hombre aplicado a la materia para procurar está en su estado natural. Para los juristas, en cambio, el comercio es, no solo esa rama de la industria que en lenguaje económico significa poner la materia ya útil al alcance de quienes hayan de aprovecharla, sino también aquella otra rama que en el mismo lenguaje económico tiene por objeto hacer útil la materia bruta. Además es el negocio que se hace al vender, comprar o intercambiar géneros o productos para obtener beneficios.

Comercio formal: Es aquel conformado por los contribuyentes responsables del pago de tributos y del cumplimiento de los deberes formales impuestos por la ley que rige la materia y las normas de comercio del país en donde se efectúa; este tipo de comercio se ampara en los estatutos legales vigentes.

El comercio formal presenta diversas ventajas en las que se pueden mencionar:

Garantía en los productos que se ofertan

Instalaciones adecuadas

Diversas formas de pago

Está amparada por la ley

El comercio formal presenta diversas desventajas en las que se puedan mencionar:

Les resulta difícil adquirirlo para las familias de escasos recursos económicos.

Se considera comercio formal a los establecimientos grandes, medianos y pequeños registrados legalmente que pagan impuestos, servicios públicos y matrículas.

Este ha disminuido por tres razones “Primero, porque más personas tuvieron una situación económica mala y tuvieron que cerrar sus negocios. Segundo, algunos se trasladaron a la informalidad por los altos impuestos. Tercero, porque el mercado está más deprimido. Por eso los negocios que van quedando son los más competitivos”.¹¹

Comercio informal: Parte de la economía de un país que está constituida por trabajadores por cuenta propia y pequeñas empresas que no están integradas plenamente en el marco institucional que regula las actividades económicas: en el sector informal suelen no

¹¹ FARFAN GUTIERREZ, Gloria Patricia. Estatuto Tributario compilado. [En línea] (2009), disponible en <http://www.florencia-caqueta.gov.co/apc-aa-files/66373635633963396266333832333766/ESTATUTO_TRIBUTARIO_MUNICIPAL_COMPILADO__JUNIO_2009.pdf> p 1

cumplirse las leyes del trabajo ni otras regulaciones sanitarias, de seguridad o simplemente burocráticas, que el Estado impone al sector privado; tampoco se pagan -o no se pagan por completo- diversos impuestos y tasas que exige el fisco.

El sector informal suele ser de bastante amplitud en los países menos desarrollados aunque tampoco es despreciable en economías más adelantadas, donde se llama economía sumergida o subterránea y cuenta por lo general con una mano de obra conformada en gran parte por inmigrantes ilegales.

El comercio informal es una categoría más amplia que dentro de sus múltiples modalidades agrupa al comercio ambulatorio. Se llama comercio ambulatorio a la actividad comercial que se desarrolla en las calles, ya sea de forma cambiante o en un lugar fijo ocupado durante determinadas horas del día. El comercio ambulatorio existe debido a una demanda de la población de bajos ingresos que promueve esta forma de abastecimiento, así como también de la demanda por trabajo de población desempleada la cual busca generar ingresos de alguna manera. Se reconoce que el ejercicio de esta actividad en la vía pública impone serios límites para su crecimiento.

Además, es preciso tener en cuenta la heterogeneidad de la problemática del comercio ambulatorio, la cual es muy particular en cada zona donde se desarrolla. Otra explicación importante de este surgimiento de paraditas, es el factor socioeconómico. “El comercio ambulante es apropiado para quienes por la condición precaria de sus trabajos no pueden hacer previsiones razonables acerca de su presupuesto mensual.

Los integrantes del sector informal son: los trabajadores por cuenta propia y familiares no remunerados; los trabajadores de una microempresa, definida como una unidad de producción que emplea hasta 5 personas y los trabajadores del empleo doméstico; el origen de la economía informal se atribuye en cierta parte a la intervención estatal en la economía en general y, de manera particular a la regulación que ejerce el Estado en el mercado laboral. En este marco, la actuación del Estado impondría rigideces en la contratación y en los niveles de remuneración de los trabajadores así que el juego de la demanda estaría alterado, llevando las empresas a la informalidad es muy amplia y congrega actividades muy diversas tales como. Los vendedores ambulantes, los talleres artesanales, manufactureros y de servicios, y las pequeñas empresas subcontratistas de servicios, los transportistas, el comercio ilegal de todo tipo (incluido el contrabando), entre otros.¹²

La situación actual del país ha fomentado el incremento de algunas prácticas ilegales como la piratería, el comercio informal y el contrabando. Como resultado de dichas actividades, la economía formal y, principalmente, el ramo de la industria detallista se han visto seriamente afectadas, ya que en virtud de que se trata de un mercado fuertemente competido, las empresas detallistas han disminuido sus costos al máximo para tratar de ofrecer a los clientes el menor precio del mercado; sin embargo, la competencia contra el

¹² ECO-FINANZAS. Sector informal. [En línea] (2015), disponible en < http://www.eco-finanzas.com/diccionario/S/SECTOR_INFORMAL.htm> p 1

comercio informal no es equilibrada, ya que los ambulantes venden productos de dudosa procedencia (artículos robados o piratas), pagando por los mismos sumas inferiores al valor del mercado, lo que deja en desventaja a las empresas detallistas. Adicionalmente, el comercio informal no paga impuestos ni crea fuentes de empleo, por lo que no tiene ninguna carga social. Derivado de lo anterior, consideramos que es un reto de la industria detallista dialogar con las autoridades para impulsar regulaciones que permitan un combate frontal a este tipo de prácticas.

Impacto. Cambio logrado en la situación de la comunidad como resultado del producto de un proceso. Es el nivel más elevado o la finalidad última del proceso y donde se genera la totalidad de los beneficios previstos. Es equivalente a valor agregado en el elemento valoración de riesgos, es la magnitud del deterioro en la situación de la entidad, como resultado de la materialización de un riesgo.

El termino impacto, de acuerdo con el diccionario del uso del español proviene de la voz “*impactus*”, del latín tardío y significa, en su tercera acepción “impresión o efecto muy intensos dejados en alguien o en algo por cualquier acción o suceso y se refiere a cambios en el medio ambiente producidos por una determinada acción.

Impacto económico: Es el efecto producido en la opinión pública o una comunidad en general por un acontecimiento, en este caso es el impacto que ocasiona en la economía local el funcionamiento del comercio formal e informal sobre la economía local, para lo cual se hace necesario realizar un análisis económico de la situación teniendo en cuenta los siguientes parámetros:

El análisis económico proporciona a la gerencia una visión de los costos y riesgos asociados con alternativas de inversión. Los sistemas de información que requieren de la adquisición de equipo de cómputo, cumplen con las características que definen a una decisión de inversión, motivo por el cual, es necesario evaluar la conveniencia económico de adquirirlos.¹³

En este tipo de decisiones, se involucran dos tipos fundamentales de costos: los necesarios para implantar o echar a andar el proyecto, y aquellos que se erogarán durante la vida del mismo. A los primeros se les conoce como costos de desarrollo o inversión inicial y a los segundos, como de operación.

Para evaluar un proyecto, se deben comparar los costos con los beneficios asociados a los mismos. A continuación se muestran algunos ejemplos de costos y beneficios que pueden presentarse en la adquisición de equipo de cómputo.

El objetivo básico de un estudio del impacto económico es relativamente directo: medir el incremento de la actividad económica de una región; además debe ser definido como el

¹³ *Ibíd.* P 2

incremento de la base económica más el ingreso generado por los aumentos de la base adiestrada.

El impacto económico de un proyecto social se entiende como el nivel de eficiencia económica del mismo, es decir, corresponde a una comparación de la totalidad de los costos y beneficios sociales resultantes del proyecto, independiente de la forma en que ellos se distribuyen entre los diferentes actores sociales.

Impacto social. Involucra varios elementos entre ellos, las tecnologías, el desarrollo social y los canales de vinculación entre ambos.

Consiste en el análisis, el seguimiento y la gestión de las consecuencias sociales del desarrollo; es un campo de investigación y práctica, o un paradigma formado por una reserva de conocimiento, técnicas y valores.

El fin de la evaluación del impacto es generar un entorno más sostenible y equitativo desde el punto de vista ecológico, sociocultural y económico, por consiguiente promueve el desarrollo y empoderamiento de la comunidad, construye capacidad y desarrolla capital social, redes sociales y confianza.

También se entiende como un marco “paraguas” o central, que engloba la evaluación de todos los impactos sobre los seres humanos y sobre todas las formas en que las personas y comunidades interactúan con el ambiente sociocultural, económico.

El objetivo es garantizar que el desarrollo maximice sus beneficios y minimice sus costos, especialmente los costos que recaen sobre las personas (incluyendo las de otros lugares y del futuro) los costos y los beneficios.

Impacto ambiental. Se dice que hay impacto ambiental cuando una acción o actividad produce una alteración, favorable o desfavorable en el medio o algunos de los componentes del medio, esta acción puede ser un proyecto de ingeniería, un programa, un plan, una ley o una disposición administrativa con implicaciones ambientales.

La evaluación del impacto ambiental es una herramienta de gestión preventiva de las políticas públicas lo cual implica la capacidad de establecer exigencias y responsabilidades relacionadas con el ambiente tanto con respecto al mismo estado y sus instituciones como con relación a los distintos actores privados.¹⁴

¹⁴ MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE. Impacto ambiental. [En línea] (2015), disponible en <<http://www.ambiente.gov.ar/?idseccion=55&aplicacion=glosario&IdPalabra=3710>> p 1

2.4 MARCO CONTEXTUAL

Ocaña es un municipio colombiano ubicado en la zona noroccidental del departamento de Norte de Santander. Está conectada por carreteras nacionales con Bucaramanga, Cúcuta y Santa Marta. La provincia de Ocaña posee el Área Natural Única Los Estoraques ubicado a 1 kilómetro de La Playa de Belén "Bien de Interés Cultural" y "Monumento Nacional" y a 27 kilómetros de la ciudad de Ocaña.

Poblacionalmente se constituye como la segunda población del departamento después de Cúcuta con más de 100.000 habitantes incluida el área rural. Su extensión territorial es de 460 km², que representa el 2,2% del departamento. Su altura máxima es de 1 202 msnm y la mínima de 761 m.

El municipio de Ocaña se divide en 18 corregimientos. Cerro de las Flores, Quebrada de la Esperanza, Las Chircas, Llano de los Trigos, Aguas Claras, La Floresta, Portachuelo, Otaré, Pueblo Nuevo, La Ermita, Agua de la Virgen, Buenavista, Mariquita, Las Lizcas, Espíritu Santo, El Palmar y Venadillo.¹⁵

La ciudad de Ocaña fue fundada el 14 de diciembre de 1570, por el capitán Francisco Fernández de Contreras, como parte del tercer proyecto poblador del oriente, patrocinado por la Audiencia y el Cabildo de Pamplona.

La fundación tuvo por objeto la búsqueda de una vía que comunicara el núcleo urbano de Pamplona con el mar Caribe y el interior del Nuevo Reino.

Debido a la localización geográfica del poblamiento, la Audiencia de Santafé, presidida por Andrés Díaz Venero de Leiva, determinó que la naciente villa quedara bajo la jurisdicción de la Provincia de Santa Marta, siendo gobernador de ésta, don Pedro Fernández del Busto. El nombre de Ocaña le fue puesto al nuevo poblamiento, como homenaje a Fernández del Busto, natural de Ocaña, en España.

Los pueblos prehispánicos que habitaron la región, fueron los denominados tradicionalmente como HACARITAMAS y la llamada CULTURA MOSQUITO o BAJOMAGDALENENSE, esta última de filiación caribe, según las investigaciones hasta ahora realizadas. Su nombre en lengua nativa, fue el de ARGUTACACA, según lo registran documentos del siglo XVI.

En 1575, Ocaña obtiene el título de ciudad, como consta en los documentos oficiales de la época. A finales del siglo XVI, una vez sometidas las tribus de la zona, se inician las colonizaciones, cuya área de influencia corresponde a lo que es hoy la Provincia de Ocaña y algunas poblaciones del sur del Cesar y de Bolívar.

¹⁵ PÁEZ GARCÍA, Luis Eduardo. Historia de la Región de Ocaña. Jaguar Group Producciones. Bogotá, 2009. P 23

Puerto Nacional, cercano a Gamarra, debió su aparición al mismo fundador de Ocaña; Río de Oro (Cesar), nació debido al empeño de los frailes agustinos y del encomendero Antón García de Bonilla y a la labor de los agustinos, cuyo convento estaba inicialmente en Ocaña; Teorama, Hacarí, El Carmen, La Playa, Aspásica, Pueblo Nuevo, Buenavista, San Calixto, Bucarasica y Cáchira, se iniciaron como centros agrícolas de los fundadores y pobladores de Ocaña. Convención, surge en 1829 y La Cruz (hoy Abrego), consolida oficialmente su poblamiento en 1810.

Durante la Colonia, Ocaña perteneció como cantón a la Provincia de Santa Marta; luego, cantón de Mompos; después, departamento, y el 29 de mayo de 1849 (Ley 64), Provincia, integrada por los distritos parroquiales de Ocaña, Río de Oro, Convención, Loma de Indígenas, San Antonio, Brotaré, Teorama, La Cruz, Aspásica, la Palma, Pueblo Nuevo, Buenavista, Los Ángeles, Loma de Corredor, Aguachica, Puerto Nacional, Simaña, San Bernardo, Badillo y Tamalameque.¹⁶

En el transcurso de la guerra de Independencia, la zona de Ocaña cobra singular importancia estratégica. Aquí Bolívar (1813), quien denominó la ciudad "brava y libre", consolidó sus fuerzas para la Campaña Admirable con tropas momposinas y de la región. En 1815, Santander hace su entrada a Ocaña recibiendo allí el nombramiento de Comandante General de las tropas de reconquista del norte. Entre los mártires ocañeros de la Independencia, se destaca don Miguel Pacheco y doña Agustina Ferro, fusilada por la guerrilla realista de Los Colorados, el 20 de enero de 1820. El 9 de abril de 1828, se reunió en el templo de San Francisco (monumento nacional desde 1937), la Convención constituyente cuyo propósito era el de reformar la Carta expedida en Cúcuta en 1821. En dicha Convención, se enfrentaron las fracciones santanderista y boliviana, produciendo como resultado la dictadura de Bolívar, el atentado contra su vida y, finalmente, la disolución de la Gran Colombia.

A partir de 1963, se inicia la transformación urbana de la ciudad a raíz de invasiones que modifican el esquema ortogonal inicial, dando como resultado la ciudad que vemos hoy, mezcla de arquitectura colonial, republicana y moderna.

¹⁶ *Ibíd.* p 24

Figura 1. Mapa de Ocaña



Fuente. PÁEZ GARCÍA, Luis Eduardo. Historia de la Región de Ocaña.

Clima. La temperatura promedio de Ocaña es de 22 °C. Piso térmico templado, con una temperatura no menor a los 8 °C y no mayores a los 25 °C. Precipitaciones entre los 1.000 y 2.000 mm anuales, las lluvias durante el primer semestre son escasas. Los meses de lluvia son, agosto, septiembre, octubre y noviembre, éste último es aprovechado para los cultivos semestrales.¹⁷

¹⁷ Ibíd. p25

2.5 MARCO LEGAL

2.5.1 Constitución Política de Colombia¹⁸. Artículo 25. 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.

Artículo 26. 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 deberán ser democráticos. La ley podrá asignarles funciones públicas y establecer los debidos controles.

2.5.2 Ley 1340 de 2009. Llamada Ley de Protección de la Competencia, la cual amplía el sistema jurídico colombiano en esta materia y respecto de la cual se destaca la consagración de la notificación previa y obligatoria de los procesos de integración empresarial, así con el procedimiento para resolver sobre la misma.

La ley marco en la que se suscribe la política estatal para la promoción de la creación de empresas en Colombia es la Ley 590 del 10 de julio de 2000, conocida como Ley MIPYME.

Fue creada principalmente con el objeto de “Inducir el establecimiento de mejores condiciones del entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas”, como un reconocimiento al papel fundamental de las instituciones en el desarrollo empresarial. Las micro, pequeñas y medianas empresas son definidas de acuerdo con el número de personas empleadas y sus activos totales.¹⁹

La ley establece la inclusión de las políticas y programas de promoción de MIPYMES en el Plan Nacional de Desarrollo de cada gobierno. El Plan Nacional de Desarrollo 2003-2006 es el primero que cumple con esta obligación. Al Respecto se resalta la estrategia de promoción a las MIPYMES con los objetivos: eliminación de las restricciones de acceso al financiamiento a menores costos, y diseño y desarrollo de instrumentos de apoyo integral⁴. Este plan da prioridad al apoyo financiero en cabeza de Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico de las MIPYMES (FOMIPYME).

El acceso a los mercados financieros también es tratado por la Ley MIPYME, mediante el Artículo 6 de la Ley 35 de 1993, en el cual se fijan las normas para regular la actividad

¹⁸ ASAMBLEA NACIONAL CONSTITUYENTE. Constitución Política de Colombia. (4, julio, 1991). Actual carta magna de la República de Colombia. Bogotá D.C.: editorial unión Ltda., 2007. p. 15.

¹⁹ REPÚBLICA DE COLOMBIA. Ley 1340 de 2009. Por medio de la cual se dictan normas en materia de protección de la competencia. Bogotá. 2012. P 7

financiera, bursátil y aseguradora. En dicho artículo se faculta al gobierno nacional para determinar temporalmente la cuantía de recursos que el sistema financiero debe prestar o invertir en los diferentes sectores o actividades económicas. El espíritu de la ley es eliminar los obstáculos que impidan a las MIPYMES acceder al mercado financiero institucional. También se autorizan a los Fondos de Pensiones para adquirir Títulos de Emisión Colectiva emitidos por grupos organizados de MIPYMES.

La ley trata explícitamente la creación de empresas y autoriza al Fondo Nacional de Garantías (FNG) a destinar los recursos que el Artículo 51 de la Ley 550 de 1999, o ley de Intervención Económica y Reactivación Empresarial, debe destinar a las pequeñas y medianas empresas. También obliga a los municipios y departamentos a establecer regímenes impositivos especiales con el fin de estimular la creación y fortalecimiento de las MIPYMES, y la reducción de aportes parafiscales por la creación de MIPYMES.

2.5.3 Ley 1014 de 2006. Llamada también ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, tiene como objeto “Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país “[...].

Esta ley enfatiza el fomento y creación de vínculos entre el sistema educativo y el productivo por medio de una cátedra de emprendimiento, con el fin de contribuir al crecimiento de la economía del país.

A su vez, fomenta la cultura de la cooperación, ahorro y diversas maneras de asociatividad. Este dinámico nexo entre el sector educativo e industrial se refuerza por medio de voluntariados empresariales.

El Estado establece sus obligaciones para posibilitar la protección y garantía de esta ley, entre los que se encuentran: buscar la asignación de recursos públicos para el apoyo a redes de emprendimiento debidamente registradas en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Asimismo, promete buscar acuerdos con las entidades financieras para hacer que los planes de negocios de los nuevos empresarios sirvan como garantía para el otorgamiento de crédito. Su marco institucional está compuesto por las entidades adscritas a la Red Nacional de Emprendimiento entre las cuales se encuentran el SENA, Departamento Nacional de Planeación, Colciencias y Acopi, entre otros importantes establecimientos.²⁰

Los delegados de la Red deberán ser permanentes. Para garantizar la efectividad de la ley, a nivel región, habrá una Red Regional para el Emprendimiento, entre cuyos delegados se podrán encontrar instituciones como la Gobernación Departamental, el SENA, la Cámara de Comercio y la alcaldía, entre otros.

²⁰ REPUBLICA DE COLOMBIA. Ley 1014 de 2006. Llamada también ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, tiene como objeto “Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país. Bogotá. 2011. P 9

Por medio de las redes será posible establecer mesas de trabajo y formular planes estratégicos

2.5.4 Decreto 410 de 1971., Por el cual se expide el Código de Comercio. En su artículo 10 determina que “Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles.”²¹

La calidad de comerciante se adquiere aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de apoderado, intermediario o interpuesta persona”.

Mediante el artículo 13 define que “Para todos los efectos legales, se presume que una persona ejerce el comercio en los siguientes casos: Cuando se halle inscrita en el registro mercantil, cuando tenga establecimiento de comercio abierto, y cuando se anuncie al público como comerciante por cualquier medio.

En su artículo 19 determina que es obligación de todo comerciante:
Matricularse en el registro mercantil.

Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad.

Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales.

Conservar con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades.

Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal.

En su artículo 25 establece que “se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio.”

El artículo 26 define que “El registro mercantil tendrá por objeto llevar la matrícula de los comerciantes y de los establecimientos de comercio, así como la inscripción de todos los actos, libros, documentos respecto de los cuales la ley exigiere esa formalidad.”²²

²¹ CÓDIGO DE COMERCIO DE COLOMBIA. Decreto 410 de 1971. Libro Primero. Título preliminar. Disposiciones Generales. Artículo 10.

²² *Ibíd.*, p.73.

3 DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de la investigación se tuvo en cuenta la investigación descriptiva, según Rivas (1995) señala que la investigación descriptiva, “trata de obtener información acerca del fenómeno o proceso, para describir sus implicaciones”. Este tipo de investigación, no se ocupa de la verificación de la hipótesis, sino de la descripción de hechos a partir de un criterio o modelo teórico definido previamente. En la investigación se realizó un estudio descriptivo que permite poner de manifiesto los conocimientos teóricos y metodológicos del autor para darle solución al problema a través de información obtenida de la institución.²³

3.2 POBLACIÓN

La población a utilizar para el desarrollo de la investigación estuvo conformada por los establecimientos del sector comercial registrados en la Cámara de Comercio de Ocaña, los cuales ascienden a 2156.²⁴

3.3 MUESTRA

Teniendo en cuenta la población se aplicó la siguiente fórmula estadística.

$$n = \frac{N(ZC)^2(P.Q)}{N - 1(e)^2 + (Z.C)^2(P.Q)} \text{ donde:}$$

n=muestra

N= población

P= proporción de la población

Q= proporción del rechazo

e= error

ZC= nivel de confiabilidad

n=?

P= 0.5

Q= 0.5

C= 5% = 0.05

²³ RIVAS, I (1995). Técnicas de Documentación Investigación I. UNA. Caracas, Venezuela

²⁴ Estadísticas Empresariales; Cámara de Comercio de Ocaña, Ocaña, 2011, P: 68

$$ZC = 95\% = 1.96$$

$$N = 2156$$

$$n = \frac{2156 (1.96)^2 (0.5)(0.5)}{2156 - 1(0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{2156 (3.8416)(0.25)}{2155 (0.0025) + (3.8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{2070,6224}{6,3479}$$

$$n = 326,190$$

Muestra: 326 establecimientos comerciales

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

En la recolección de los datos se utilizó la técnica de la encuesta, la cual se aplicó con el fin de obtener información, permitiendo construir el marco teórico referencial a fin de seleccionar y realizar el análisis del contenido de la información inherente al estudio.

Técnica de recolección primaria. Para la recolección de datos se aplicó la encuesta debidamente orientada, con la cual se obtuvo información para el adecuado desarrollo del estudio dando paso a la planeación y ejecución de las acciones.

Técnica de recolección secundaria. Hace referencia a las informaciones complementarias, la cual es obtenida a través la normatividad legal, económica y datos aplicables al sector donde se puede ubicar este trabajo de grado.

3.5 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

La información fue tabulada de manera cualitativa y cuantitativamente presentada en cuadros, gráficas y análisis de cada una de los pregunta.

4 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS EMPRESARIOS DE LA CIUDAD DE OCAÑA, EN CUANTO A LA INCIDENCIA DE LOS AGÁCHESE, MEDIANTE UNA MATRIZ DOFA.

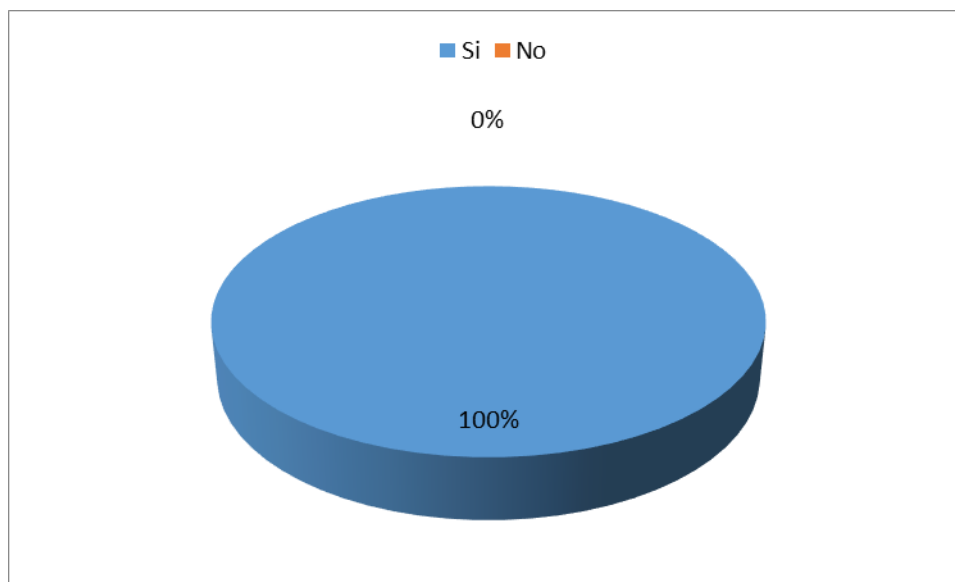
4.1.1 Encuesta aplicada a los propietarios y/o administradores de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander. Con el objetivo de evaluar la incidencia financiera de los agáchese en las empresas de la ciudad de Ocaña Norte de Santander, se aplicó la técnica de la encuesta y los resultados se exponen a continuación.

Tabla 1. Empresa registrada en la cámara de comercio

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	326	100
No	0	0
Total	326	100

Fuente. Autores del proyecto

Grafica 1. Empresa registrada en la cámara de comercio



Fuente. Autores del proyecto

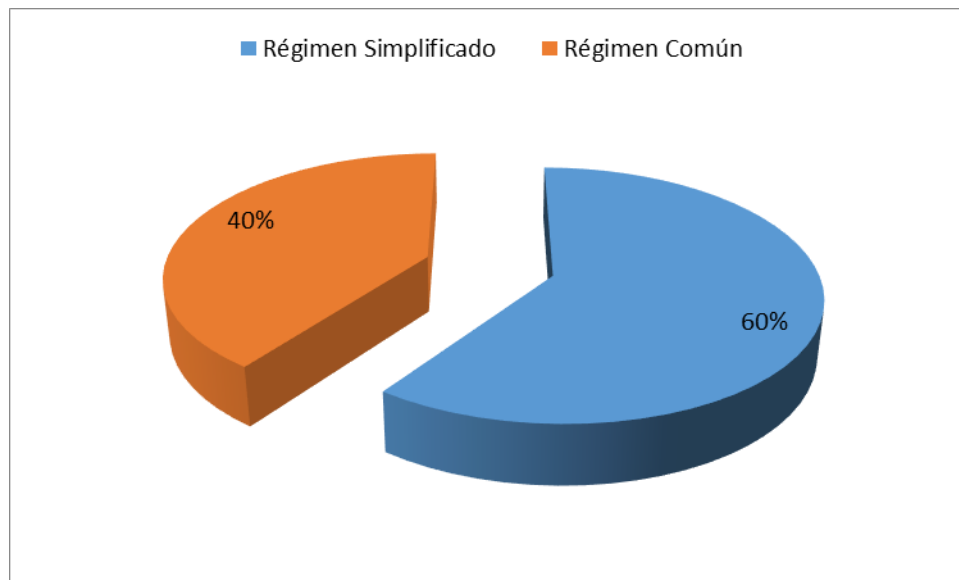
Según la encuesta aplicada a los 326 comerciantes de la ciudad de Ocaña, se debe decir que el 100% de ellos afirman que la empresa se encuentra registrada en Cámara de Comercio, lo que los califica como comerciantes legalmente constituidos en la ciudad.

Tabla 2. Régimen al que pertenece

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Régimen Simplificado	196	60
Régimen Común	130	40
Total	326	100

Fuente. Autores del proyecto

Grafica 2. Régimen al que pertenece



Fuente. Autores del proyecto

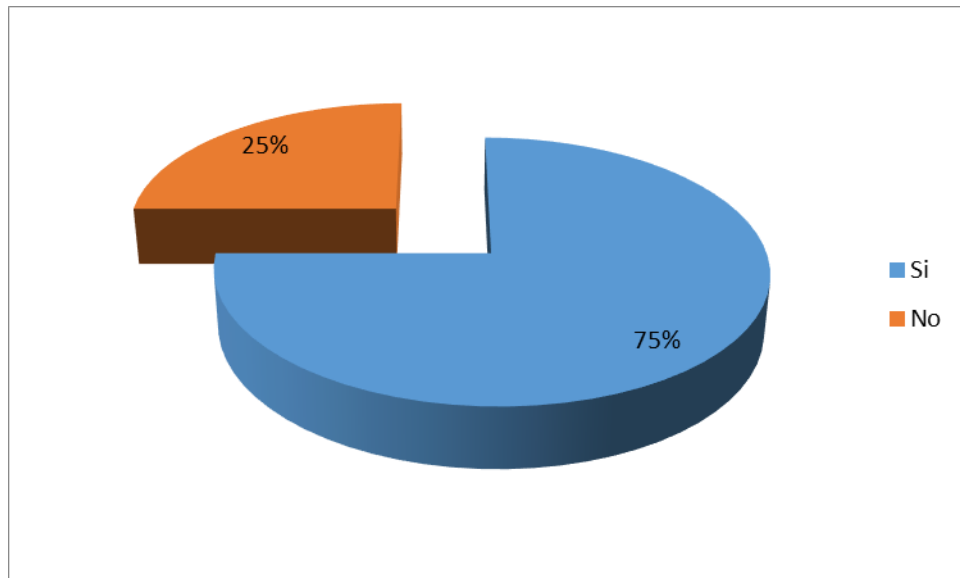
De acuerdo a la encuesta aplicada se debe decir que en la ciudad de Ocaña, el 60% de los encuestados pertenecen al régimen simplificado, por lo que se puede afirmar que no están obligados a cumplir con el pago de los tributos a la nación, tan solo el 40% pertenecen al régimen común.

Tabla 3. Utilidad generada en la producción de la empresa

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	244	75
No	82	25
Total	326	100

Fuente. Autores del proyecto

Grafica 3. Utilidad generada en la producción de la empresa



Fuente. Autores del proyecto

La utilidad en la empresa es la diferencia resultante de restar a los ingresos, todos los costos y gastos en que se haya incurrido en un periodo, es decir lo que en realidad gana la empresa, puesto que a los ingresos hay que restarle los gastos, para así determinar el valor neto ganado en un periodo de tiempo.

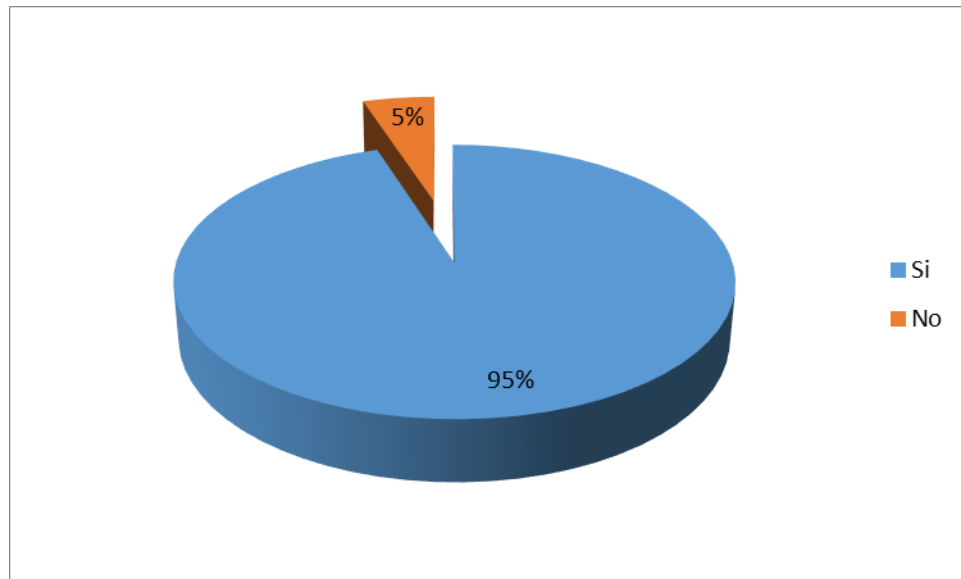
Teniendo en cuenta lo anterior se debe decir que según la encuesta aplicada el 75% de estos conoce la utilidad generada por la producción en la empresa, tan solo el 25% la desconocen, por lo que se puede decir que la gran mayoría de los comerciantes están pendiente del funcionamiento interno de la entidad.

Tabla 4. Autores del proyecto

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	310	95
No	16	5
Total	326	100

Fuente. Encuesta aplicada a los comerciantes de la ciudad de Ocaña.

Grafica 4. Registro diario de las operaciones comerciales



Fuente. Autores del proyecto

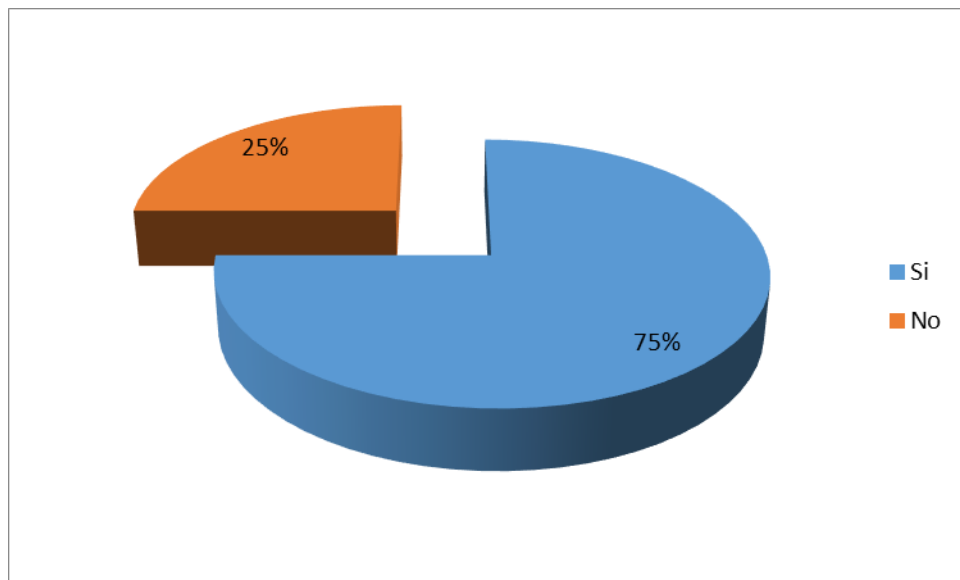
Se debe decir que los registros contables permiten conocer con exactitud la real situación económica y financiera de una empresa; y a través de ellos ejercer el control sobre las operaciones y sobre quienes las realizan, así mismo a partir de la permanente y oportuna información que brindan se logra apoyar a los ejecutivos en la toma de decisiones más acertadas; lo que determina la enorme importancia que le brinda a esta técnica, en cuanto a dichos registros el 95% de los encuestados afirman que estos son llevados de forma ordenada y adecuada en cada uno de sus negocios.

Tabla 5. Realización de estados financieros

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	244	75
No	82	25
Total	326	100

Fuente. Autores del proyecto

Grafica 5. Realización de estados financieros



Fuente. Autores del proyecto

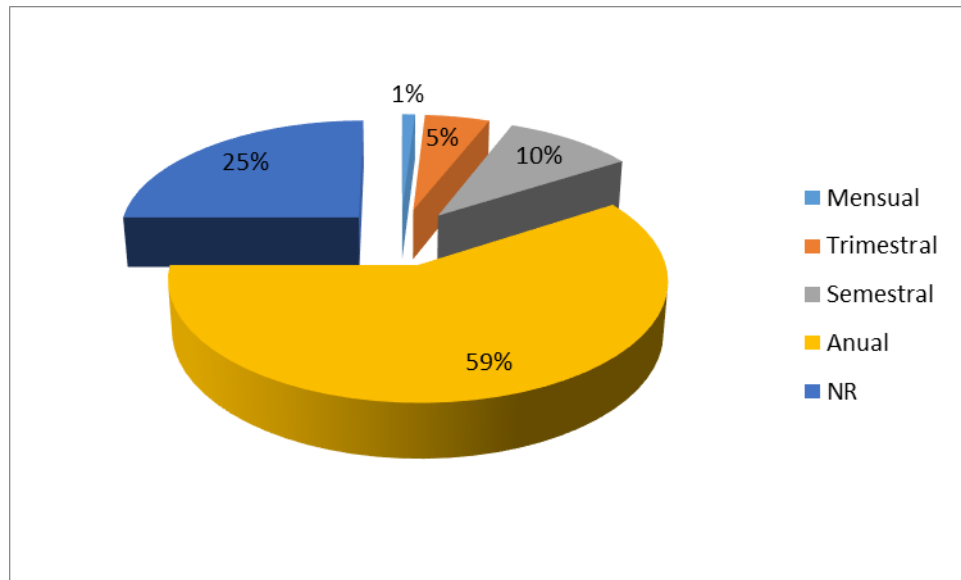
En los estados financieros se muestra la información financiera que permite determinar la situación actual de la empresa, siendo estos estructurados de forma adecuada para lograr una óptima interpretación, en los diferentes entes económicos, de igual forma se debe decir que los comerciantes encuestados afirman que en su mayoría llevan o se elaboran estados financieros en las empresas, esto es necesario para acceder a créditos en entidades bancarias, siendo el dinero necesario para el funcionamiento de la empresa.

Tabla 6. Período de realización de los estados financieros

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Mensual	2	1
Trimestral	18	5
Semestral	32	10
Anual	192	59
NR	82	25
Total	326	100

Fuente. Autores del proyecto

Grafica 6. Período de realización de los estados financieros



Fuente. Autores del proyecto

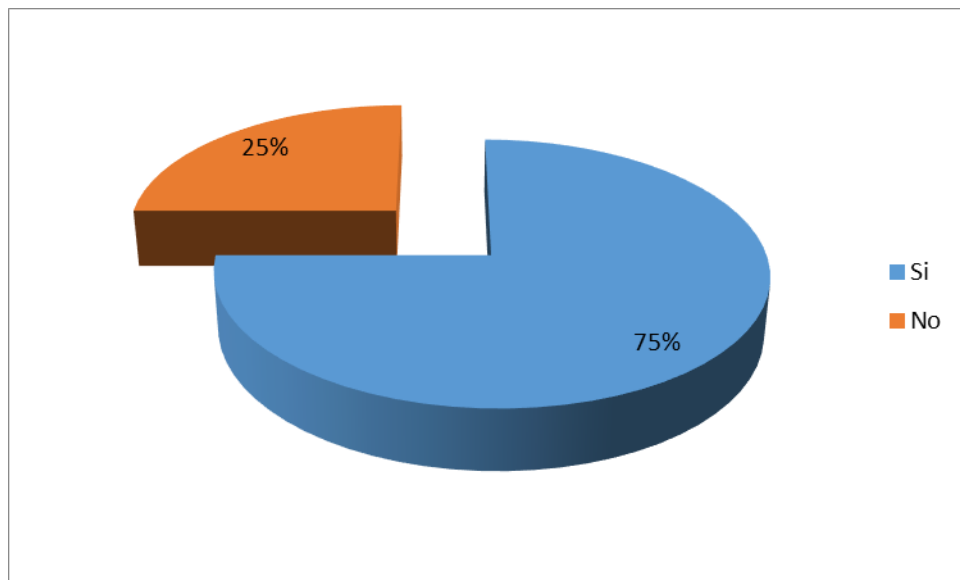
La periodicidad en la elaboración de los estados financieros depende de las políticas y necesidades de la empresa y teniendo en cuenta lo anterior se debe decir que de los 326 comerciantes encuestados el 59% afirma que los estados financieros son realizados de forma anual y el 25% no respondieron siendo estos los porcentajes más representativos para la investigación.

Tabla 7. Necesidad de los estados financieros

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	244	75
No	82	25
Total	326	100

Fuente. Autores del proyecto

Grafica 7. Necesidad de los estados financieros



Fuente. Autores del proyecto

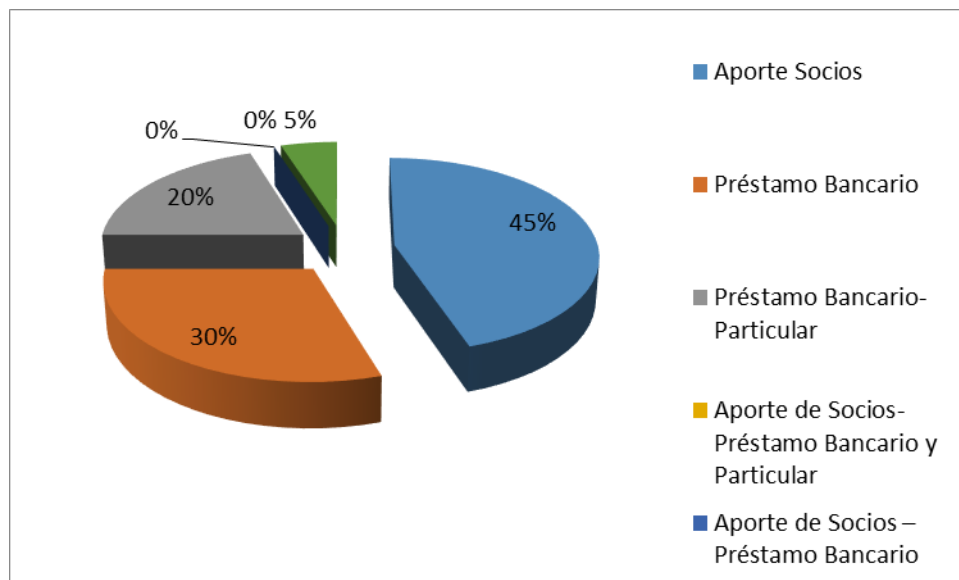
En cuanto a la necesidad de los estados financieros para la empresa el 75% afirman que para ellos dichos estados tienen una gran importancia, ya que a través de ellos se puede saber cómo está la entidad económica y financieramente como también las utilidades que se tienen en cada periodo contable. De otra parte para el 25% no es importante ya que conocen los ingresos y gastos sin necesidad de presentarlos en un documento.

Tabla 8. Suministro del capital de inicio de la empresa

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Aporte Socios	147	45
Préstamo Bancario	98	30
Préstamo Bancario-Particular	4	20
Aporte de Socios-Préstamo Bancario y Particular	0	0
Aporte de Socios –Préstamo Bancario	0	0
No Responde	1	5
Total	326	100

Fuente. Autores del proyecto

Grafica 8. Suministro del capital de inicio de la empresa



Fuente. Autores del proyecto

Se denomina capital al elemento necesario para la producción de bienes de consumo y que consiste en maquinarias, inmuebles u otro tipo de instalaciones. Así, los llamados bienes de capital son aquellos bienes destinados a la producción de bienes de consumo. Estos tienen que tener el suficiente grado de efectividad para satisfacer necesidades y generar rédito económico.

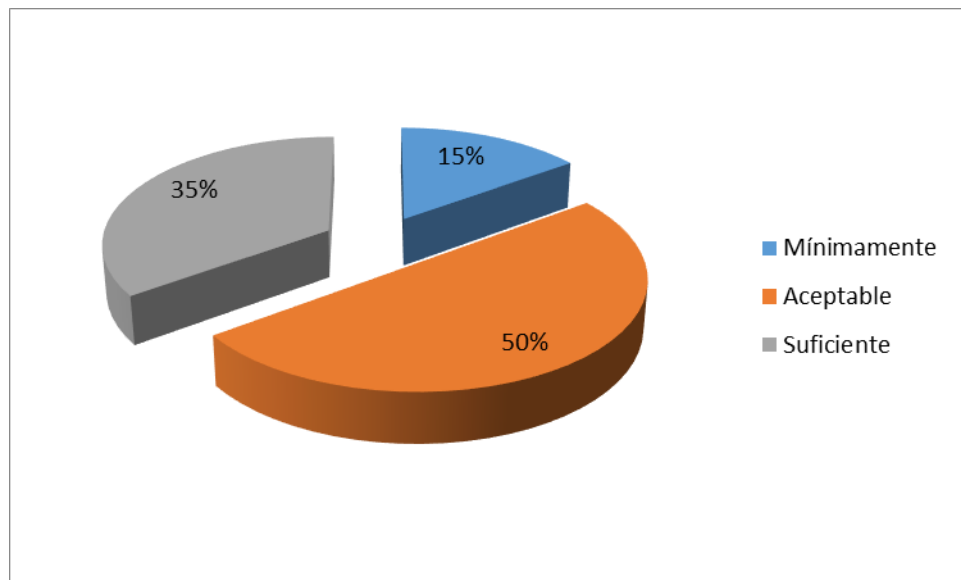
Los encuestados dicen en un 45% que el capital de la empresa proviene de aportes sociales, mientras que el 30% dicen que son de préstamos bancarios, siendo estos los porcentajes más representativo en la investigación.

Tabla 9. Nivel de activos adecuado para producir sus servicios

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Mínimamente	49	15
Aceptable	163	50
Suficiente	114	35
Total	326	100

Fuente. Autores del proyecto

Grafica 9. Nivel de activos adecuado para producir sus servicios



Fuente. Autores del proyecto

En contabilidad, el valor de los activos o pasivos que se reflejan en el sistema de contabilidad, puede contribuir a cambiar el precio del mercado u otras reducciones de valor, de otra parte un activo es un sistema construido con bienes y servicios, con capacidades funcionales y operativas que se mantienen durante el desarrollo de cada actividad socio-económica específica.

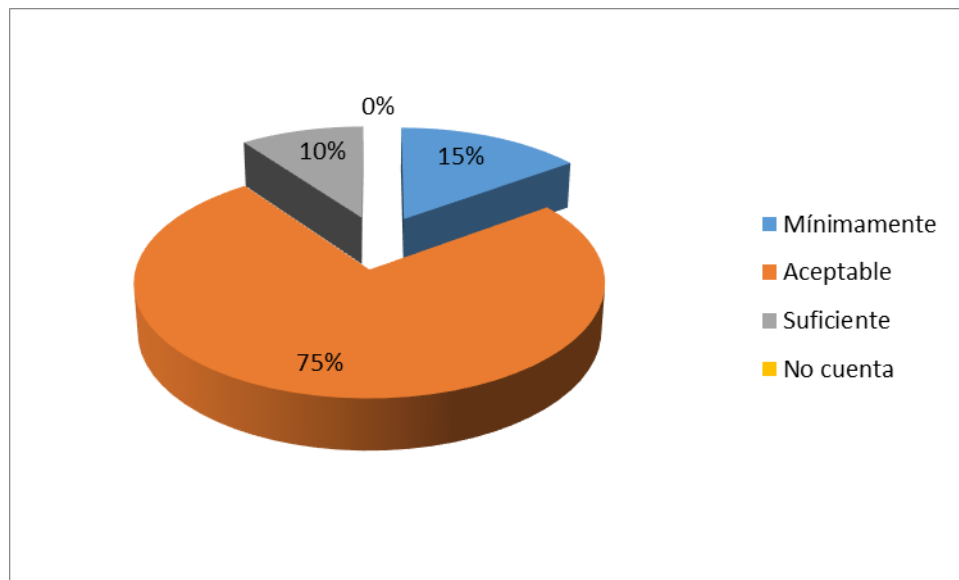
Teniendo en cuenta lo anterior se debe decir que la mitad de los encuestados afirman que el nivel de activos es aceptable, ya que se cuenta con lo necesario para ofrecer los servicios y productos a la comunidad.

Tabla 10. Generación de recursos para cumplir con las necesidades de operación

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Mínimamente	49	15
Aceptable	244	75
Suficiente	33	10
No cuenta	0	0
Total	326	100

Fuente. Autores del proyecto

Grafica 10. Generación de recursos para cumplir con las necesidades de operación



Fuente. Autores del proyecto

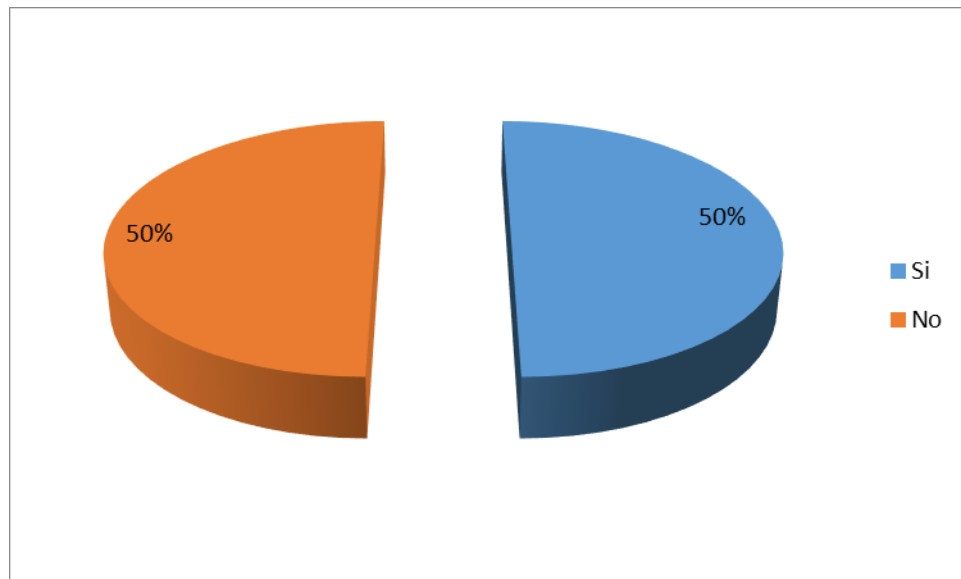
En cuanto a la generación de recursos para cumplir con las necesidades de las operaciones, la mayoría la califican como aceptable, lo que quiere decir que se cuenta con lo necesario para cumplir con la demanda de la población de Ocaña.

Tabla 11. Solicitud de financiación por parte de la empresa para poder hacer frente a las operaciones diarias del negocio o para hacer inversión

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	163	50
No	163	50
Total	326	100

Fuente. Autores del proyecto

Grafica 11. Solicitud de financiación por parte de la empresa para poder hacer frente a las operaciones diarias del negocio o para hacer inversión



Fuente. Autores del proyecto

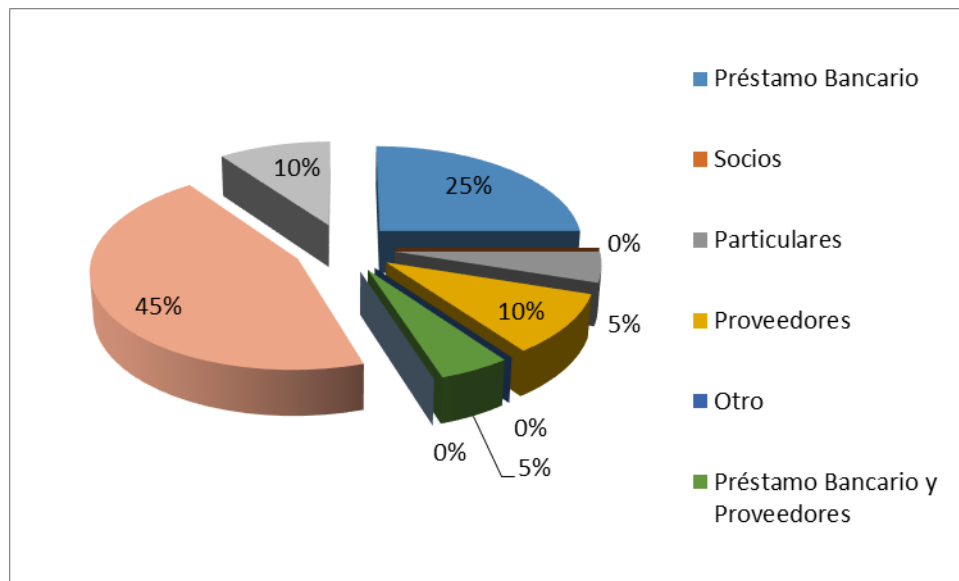
En cuanto a la solicitud de financiación por parte de la empresa para poder hacer frente a las operaciones diarias del negocio o para hacer inversión, se debe decir que los encuestados están divididos en sus opiniones ya que el 50% afirman si las solicitan y el otros 50% dice que no.

Tabla 12. Fuentes de financiación

Ítem			Frecuencia	Porcentaje
Préstamo Bancario			81	25
Socios			0	0
Particulares			16	5
Proveedores			33	10
Otro			0	0
Préstamo	Bancario	y	16	5
Proveedores			0	0
Préstamo	Bancario	y	147	45
Particulares			33	10
Ninguno			326	100
No Responde				
Total				

Fuente. Autores del proyecto

Grafica 12. Fuentes de financiación



Fuente. Autores del proyecto

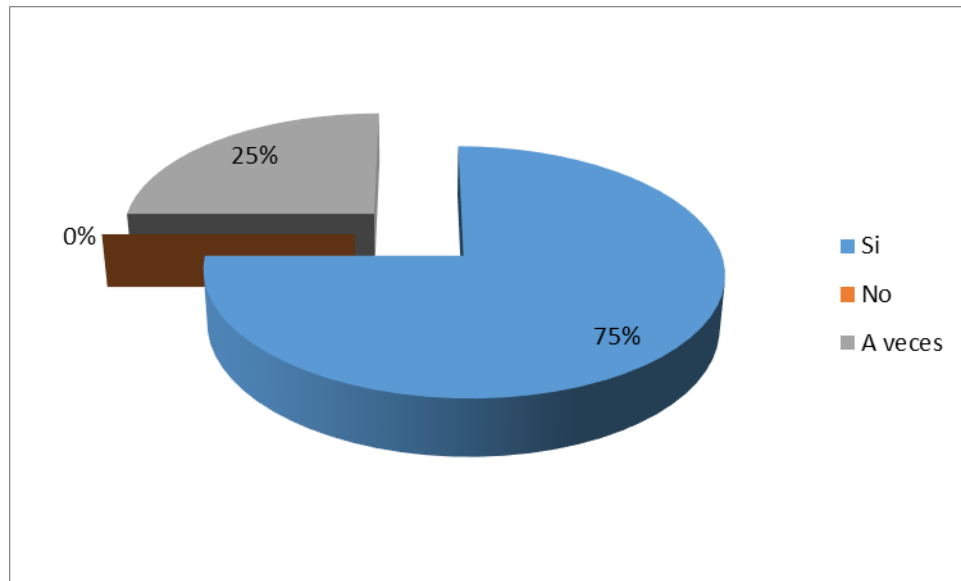
Los encuestados en un 45% afirman que tienen fuentes de financiación, mientras que el 25% recurren a préstamos bancarios, siendo estas las principales fuentes de financiación para la empresa.

Tabla 13. Capacidad de pago de las deudas a corto plazo

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	244	75
No	0	0
A veces	82	25
Total	326	100

Fuente. Autores del proyecto

Grafica 13. Capacidad de pago de las deudas a corto plazo



Fuente. Autores del proyecto

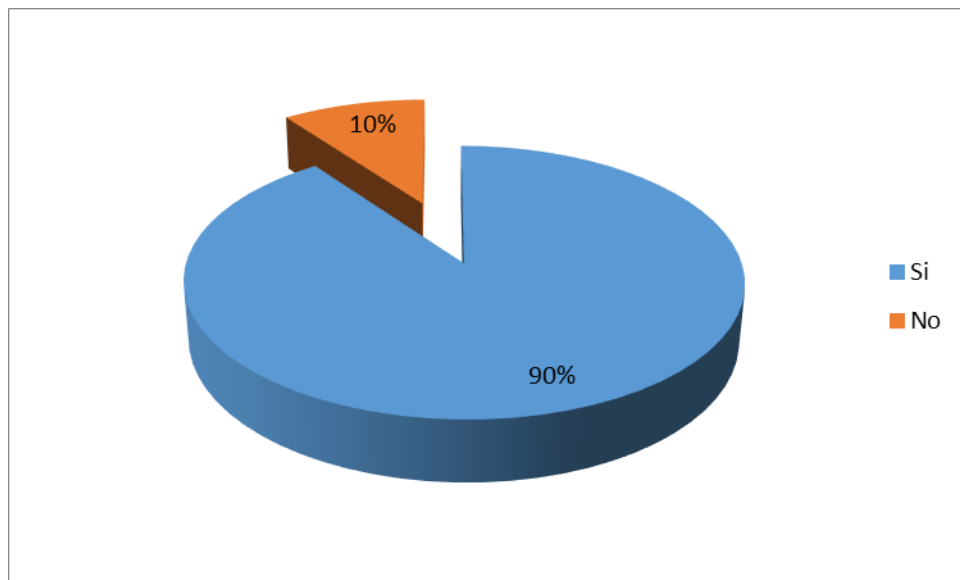
La capacidad de pago se refiere al estudio de las posibilidades de la empresa para cubrir sus deudas a corto y largo plazo. Las deudas a corto plazo, se cubren mediante el uso de los activos corrientes (efectivo, caja, bancos, cuentas por cobrar), de lo anterior se puede decir que el 75% afirma que la entidad comercial cuenta con los recursos para cubrir las deudas a corto plazo y el 25% dicen que solo a veces cuentan con dichos recursos.

Tabla 14. Conocimiento de la rentabilidad del negocio

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	293	90
No	33	10
Total	326	100

Fuente. Autores del proyecto

Grafica 14. Conocimiento de la rentabilidad del negocio



Fuente. Autores del proyecto

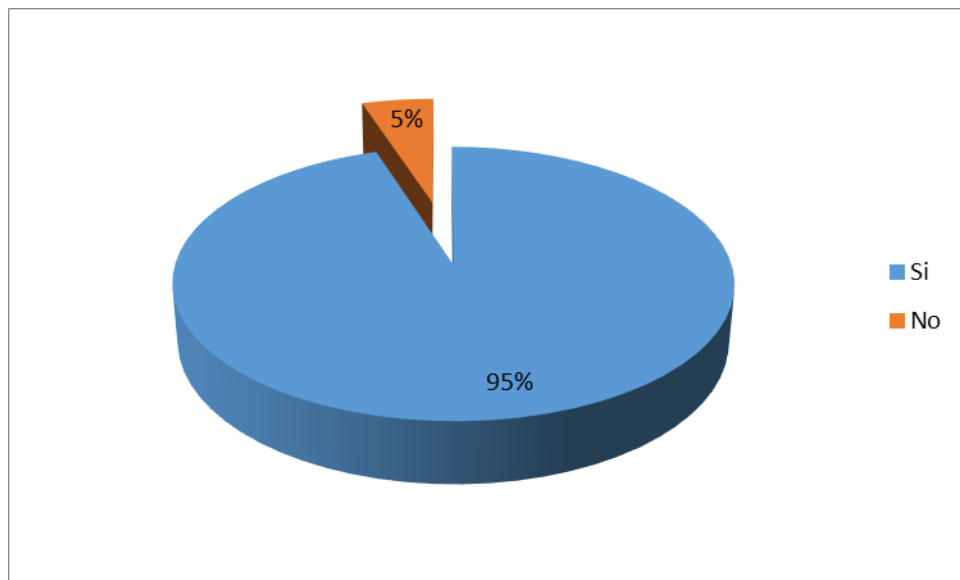
Del total de las personas encuestadas el 90% afirman que conocen la rentabilidad del negocio, ya que todo el tiempo están al frente de el, tan solo el 10% afirman que no tienen conocimientos de las rentabilidad del ente económico y nunca se han interesado por conocerlo.

Tabla 15. Reinversión de las utilidades

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	310	95
No	16	5
Total	326	100

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 15. Reinversión de las utilidades



Fuente. Autores del proyecto

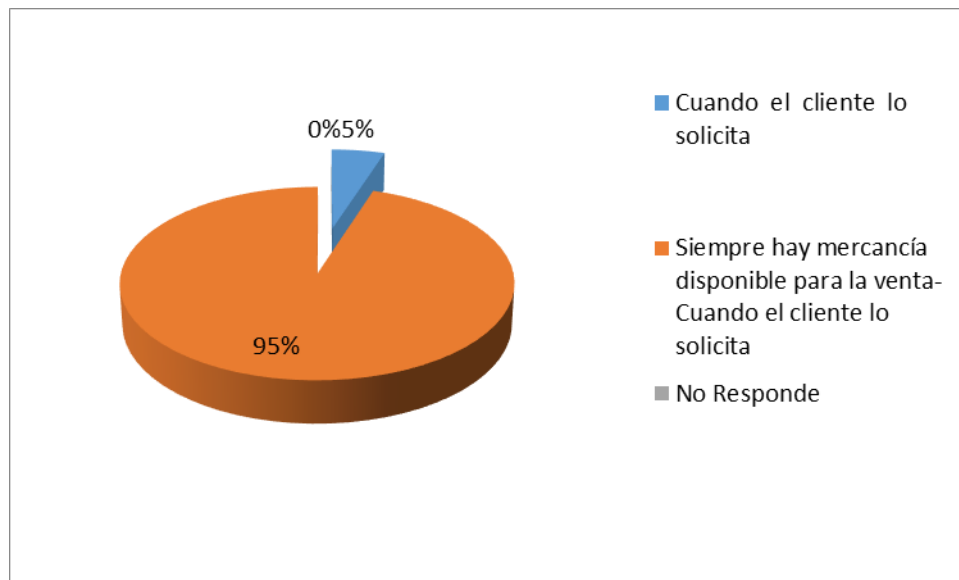
En cuanto a la reinversión de las utilidades el 95% afirma que lo hacen en la empresa ya que esto es un medio eficaz para lograr el crecimiento de la empresa y así asegurar las sostenibilidad en el mercado y el sector comercio de la ciudad, tan solo el 5% dicen que no hacen tales reinversiones, ya que no lo ven necesario para el crecimiento empresarial.

Tabla 16. Método de servicio prestado por la empresa

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Cuando el cliente lo solicita	16	5
Siempre hay mercancía disponible para la venta- Cuando el cliente lo solicita	310	95
No Responde	0	0
Total	326	100

Fuente. Autores del proyecto

Grafica 16. Método de servicio prestado por la empresa



Fuente. Autores del proyecto

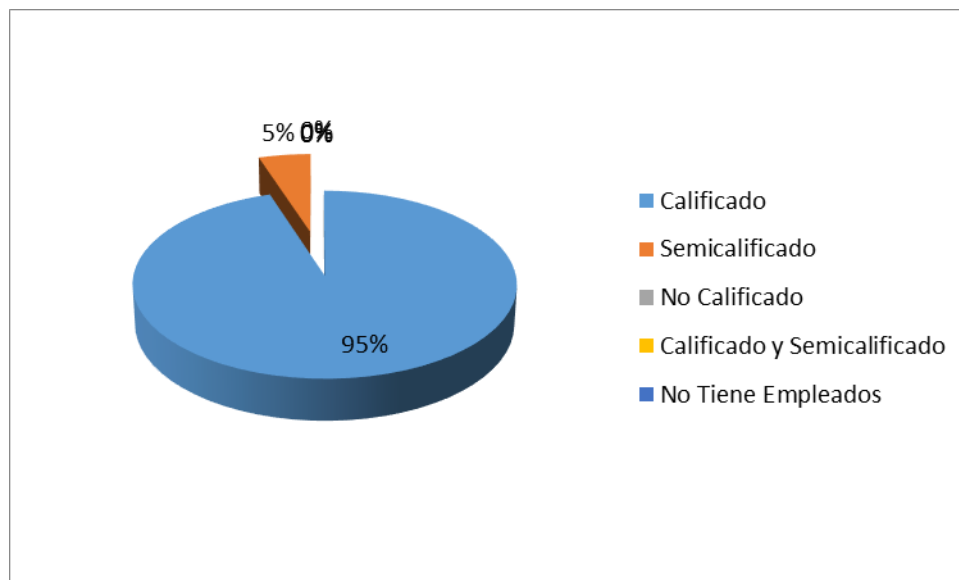
El servicio al cliente es el que proporciona una empresa para relacionarse con sus clientes. Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. Se trata de una herramienta de mercadeo que puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada, para ello se deben seguir ciertas políticas institucionales. Para el caso de los comerciantes estos afirman en un 95% que este servicio se da en la empresa y siempre hay mercancía disponible para la venta cuando el cliente lo solicita

Tabla 17. El personal vinculado a la empresa es

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Calificado	310	95
Semicalificado	16	5
No Calificado	0	0
Calificado y Semicalificado	0	0
No Tiene Empleados	326	100
Total		

Fuente. Autores del proyecto

Grafica 17. El personal vinculado a la empresa es



Fuente. Autores del proyecto

En toda empresa la capacitación es muy importante, ya que para las organizaciones debe quedar claro que es relevante capacitar a su personal de una forma constante y oportuna para que puedan conocer, planear y realizar sus actividades conjuntamente con los demás colaboradores por lo que es necesario trabajar en equipo para poder sobresalir con grandes estándares de calidad y tomar buenas decisiones.

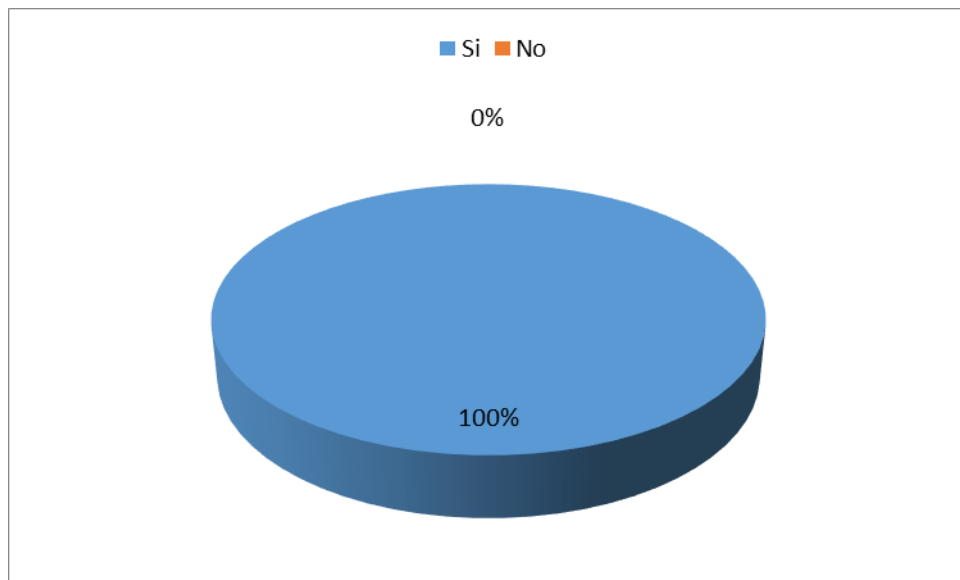
Teniendo en cuenta la importancia que posee la capacitación, es necesario mencionar que el 95% de los encuestados, dicen que las personas o empleados que tienen contratados son calificados para realizar las labores dentro de la empresa.

Tabla 18. Conocimiento de los sistemas de venta llamados “agáchese”

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	326	100
No	0	0
Total	326	100

Fuente. Autores del proyecto

Grafica 18. Conocimiento de los sistemas de venta llamados “agáchese”



Fuente. Autores del proyecto

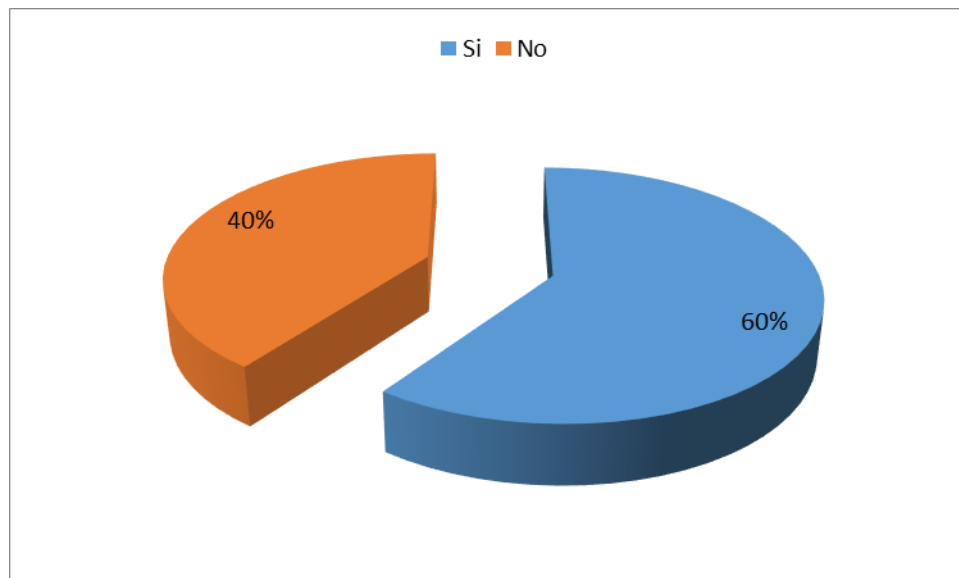
El 100% de los comerciantes manifiestan que tienen conocimientos sobre los sistemas de venta llamados “agáchese”, ya que estos han perjudicado en gran porcentaje a los establecimientos de comercio legalmente constituidos en la ciudad.

Tabla 19. Afectación por el sistema de venta de los “agáchese”

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	196	60
No	130	40
Total	326	100

Fuente. Autores del proyecto

Grafica 19. Afectación por el sistema de venta de los “agáchese”



Fuente. Autores del proyecto

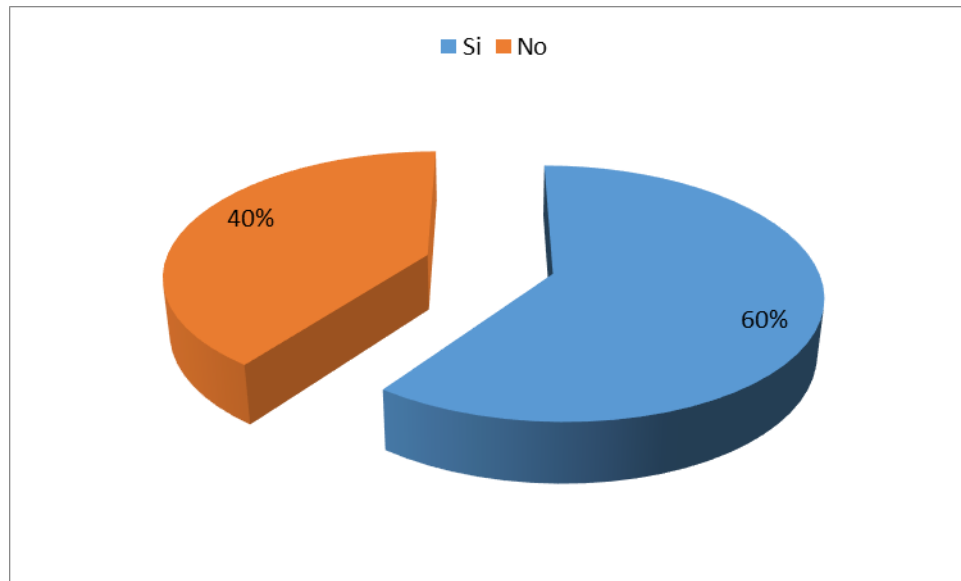
En cuanto a la afectación que los comerciantes han tenido por el sistema de venta de los “agáchese”, el 60% dicen que el perjuicio ha sido muy grande, ya que algunas empresas se han visto obligadas a cerrar sus negocios, por la competencia desleal de este tipo de entidades.

Tabla 20. Opinión sobre si este tipo de comercio es competencia fuerte

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	196	60
No	130	40
Total	326	100

Fuente. Autores del proyecto

Grafica 20. Opinión sobre si este tipo de comercio es competencia fuerte



Fuente. Autores del proyecto

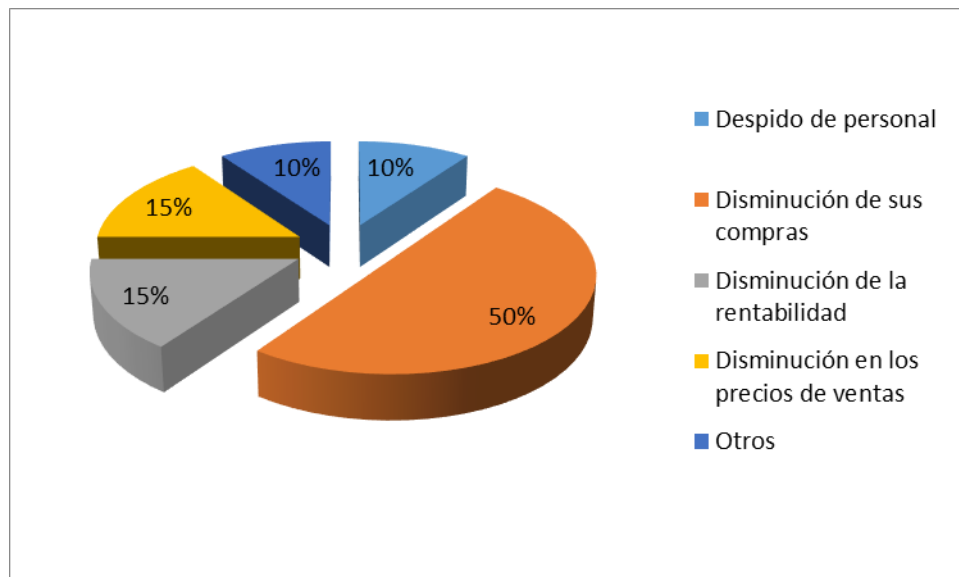
De los 326 encuestados el 60% afirman que este tipo de negocios agáchese, ha afectado enormemente a los comerciantes legalmente constituidos, ya que se han convertido en una competencia muy fuerte, por la venta de los productos a bajos precios, aunque no se puede desconocer que dichos productos no poseen una buena calidad, siendo esto indiferente para la mayoría de los clientes.

Tabla 21. Incidencia en la disminución de las ventas

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Despido de personal	33	10
Disminución de sus compras	162	50
Disminución de la rentabilidad	49	15
Disminución en los precios de ventas	49	15
Otros	33	10
Total	326	100

Fuente. Autores del proyecto

Grafica 21. Incidencia en la disminución de las ventas



Fuente. Autores del proyecto

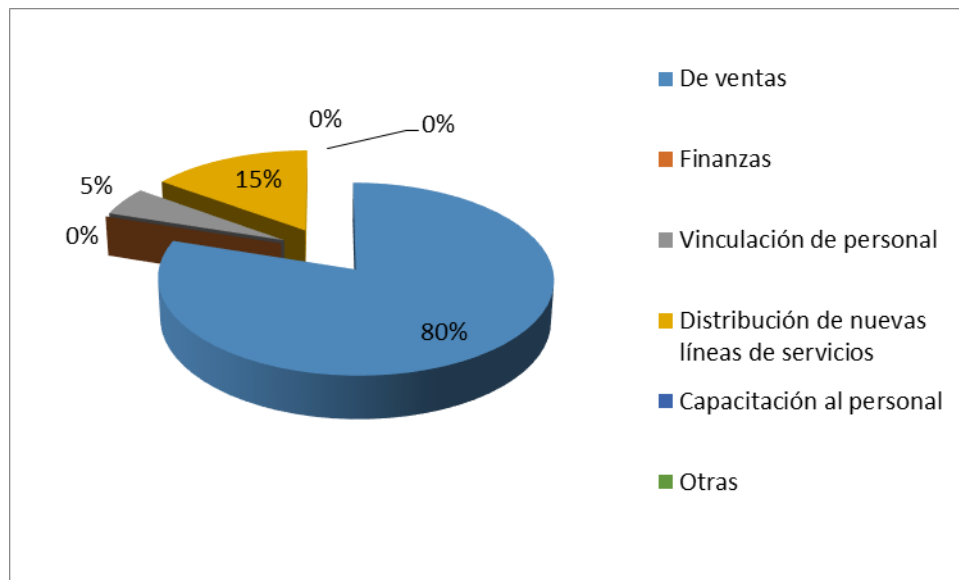
El 50% de los encuestados afirman que este tipo de empresas, por su gran competencia han logrado disminuir las compras, de igual forma otro factor importante que se ha visto afectado son las ventas y la rentabilidad por lo que se han visto en la necesidad de cancelar puestos de trabajo lo que ha traído desempleo en la ciudad.

Tabla 22. Proyecciones efectuadas en la empresa

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
De ventas	261	80
Finanzas	0	0
Vinculación de personal	16	5
Distribución de nuevas líneas de servicios	3	15
Capacitación al personal	0	0
Otras	0	0
Total	326	100

Fuente. Autores del proyecto

Grafica 22. Proyecciones efectuadas en la empresa



Fuente. Autores del proyecto

Las proyecciones en las empresas se emplea de diferentes maneras: Para planificar o provisionar los recursos necesarios para el negocio, de otra parte permite analizar y anticipar cuáles serán las eventuales ganancias o pérdidas de un proyecto comercial. A partir de una proyección financiera, un empresario o un emprendedor cuentan con información valiosa para tomar decisiones sobre sus negocios.

De igual forma en cuanto a las proyecciones se debe decir que el 80% dicen tener estas definidas en cuanto a las ventas, el 15% distribución de nuevas líneas de servicio y el 5% han vinculado nuevo personal con el objetivo de lograr que la empresa crezca y asegurar la permanencia en el mercado.

4.1.2 Diagnóstico. Según Koontz²⁵ cuando una empresa experimenta ciertos problemas y los directivos recurren a un experto para efectuar un cambio planeado en la organización. Ambos coinciden en la necesidad de un diagnóstico organizacional. Así, el consultor procede a recopilar información en varias unidades organizacionales por medio de cuestionarios, encuestas, entrevistas y observaciones. Los datos son analizados y preparados para retroalimentación.

El desarrollo organizacional incluye la identificación de problemas, el diagnóstico de una organización, la retroalimentación de información sobre la organización, el desarrollo de una estrategia de cambio, intervenciones y medición y evaluación de las acciones de cambio.

De los 326 comerciantes encuestados de la ciudad de Ocaña, se debe decir que la totalidad afirman que la empresa se encuentra registrada en Cámara de Comercio, lo que los califica como comerciantes legalmente constituidos en la ciudad. De otra parte un porcentaje muy importante dicen pertenecer al régimen simplificado, ya que sus ingresos no superan los topes y por esta razón tienen la oportunidad de pertenecer a dicho régimen.

Se debe decir que la utilidad en la empresa es la diferencia resultante de restar a los ingresos, todos los costos y gastos en que se haya incurrido en un periodo, es decir lo que en realidad gana la empresa, puesto que a los ingresos hay que restarle los gastos, para así determinar el valor neto ganado en un periodo de tiempo. De otra parte los registros contables permiten conocer con exactitud la situación económica y financiera real de una empresa; y a través de ellos ejercer el control sobre las operaciones y sobre quienes las realizan, así mismo a partir de la permanente y oportuna información que brindan se logra apoyar a los ejecutivos en la toma de decisiones más acertadas; lo que determina la enorme importancia que le brinda a esta técnica, en cuanto a dichos registros el 95% de los encuestados afirman que estos son llevados de forma ordenada y adecuada en cada uno de sus negocios.

En los estados financieros se muestra la información financiera que permite determinar la situación actual de la empresa, siendo estos estructurados de forma adecuada para lograr una óptima interpretación, en los diferentes entes económicos, de igual forma se debe decir que los comerciantes encuestados afirman que en su mayoría llevan o se elaboran estados financieros en las empresas, esto es necesario para acceder a créditos en entidades bancarias, siendo el dinero necesario para el funcionamiento de la empresa.

²⁵ KOONTZ, Harold, Administración, una perspectiva global, España, 1998. P 1.

La periodicidad en la elaboración de los estados financieros depende de las políticas y necesidades de la empresa y teniendo en cuenta lo anterior se debe decir que de los 326 comerciantes encuestados el 59% afirma que los estados financieros son realizados de forma anual y el 25% no respondieron siendo estos los porcentajes más representativos para la investigación.

En cuanto a la necesidad de los estados financieros para la empresa la mayoría de los comerciantes afirman que para ellos dichos estados tienen una gran importancia, ya que a través de estos acceden a préstamos en las diferentes entidades financieras y además conocen cual es la situación real del ente económico. De igual forma se puede revelar el valor de los activos o pasivos que se reflejan en el sistema de contabilidad y se puede contribuir a cambiar el precio del mercado u otras reducciones de valor.

De otra parte la capacidad de pago se refiere al estudio de las posibilidades de la empresa para cubrir sus deudas a corto y largo plazo. Las deudas a corto plazo, se cubren mediante el uso de los activos corrientes, por lo que se puede afirmar que la entidad comercial cuenta con los recursos para cubrir las deudas a corto plazo, como también se puede decir que la mayoría de los comerciantes conocen la rentabilidad del negocio, ya que todo el tiempo están al frente de él, y se están elaborando los estados financieros de forma permanente.

En cuanto a la reinversión de las utilidades la mayoría de los comerciantes lo hacen en la empresa ya que esto es un medio eficaz para lograr el crecimiento de la empresa y así asegurar las sostenibilidad en el mercado y el sector comercio de la ciudad, como también afirman que para relacionarse con el cliente utilizan ciertas políticas institucionales, como es la capacitación a los empleados, siendo esta muy importante, ya que para las organizaciones debe quedar claro que es relevante capacitar a su personal de una forma constante y oportuna para que puedan conocer, planear y realizar sus actividades conjuntamente con los demás colaboradores por lo que es necesario trabajar en equipo para poder sobresalir con grandes estándares de calidad y tomar buenas decisiones.

Por último se debe decir que en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, la afectación por parte de los agáchese a los comerciantes, ha sido muy grande, ya que algunas empresas se han visto obligadas a cerrar sus negocios, por la competencia desleal de este tipo de entidades, convirtiéndose en una competencia muy fuerte, por la venta de los productos a bajos precios, aunque no se puede desconocer que dichos productos no poseen una buena calidad, siendo esto indiferente para la mayoría de los clientes. De igual forma este tipo de empresas, por su gran competencia han logrado disminuir las compras, afectado las ventas y la rentabilidad por lo que se han visto en la necesidad de cancelar puestos de trabajo lo que ha traído desempleo en la ciudad.

4.1.3 Matriz DOFA. La matriz DOFA es un instrumento metodológico que sirve para identificar acciones viables mediante el cruce de variables, en el supuesto de que las acciones estratégicas deben ser ante todo acciones posibles y que la factibilidad se debe encontrar en la realidad misma del sistema. En otras palabras, por ejemplo la posibilidad de superar una debilidad que impide el logro del propósito, solo se le dará la existencia de

fortalezas y oportunidades que lo permitan. El instrumento también permite la identificación de acciones que potencien entre sí a los factores positivos. Así tenemos las estrategias al cruzar el factor interno con el factor externo.²⁶

Según la encuesta aplicada a los 326 comerciantes de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, se debe mencionar que estas herramientas son fundamentales para lograr el buen funcionamiento de las entidades, ya que conociendo y llevando adecuadamente las áreas se logra proyectar las empresas de forma segura.

Los pasos para construir una matriz DOFA son:

Hacer una lista de fortalezas internas claves.

Hacer una lista de debilidades internas decisivas.

Hacer una lista de las oportunidades externas importantes.

Hacer una lista de amenazas externas claves.

Comparar las fortalezas internas con las oportunidades externas y registrar las estrategias.

Cruzar las debilidades internas con las oportunidades externas y registrar las estrategias.

Comparar las fortalezas internas con las amenazas externas y registrar estrategias.

Comparar debilidades internas con las amenazas externas y registrar estrategias.

Esta herramienta es un instrumento metodológico que sirve para identificar acciones viables mediante el cruce de variables, en el supuesto de que las acciones estratégicas deben ser ante todo acciones posibles y que la factibilidad se debe encontrar en la realidad misma del sistema. La importancia de la matriz DOFA radica en que nos hace un diagnóstico real de nuestra empresa o negocio, nos dice cómo estamos, cómo vamos, lo que nos brinda el principal elemento requerido para tomar decisiones, que no es otro que la conciencia de la realidad, pues cuando conocemos nuestra realidad, casi siempre sabemos qué hacer.²⁷

De otra parte se puede decir que esta matriz es una de las herramientas administrativas más importantes, aunque a veces no siempre se tiene clara su utilidad, o por lo menos eso se concluye de la multitud de consultas que se reciben sobre el para qué sirve la famosa matriz DOFA. La importancia de la matriz radica en que nos hace un diagnóstico real de nuestra empresa o negocio, nos dice cómo estamos, cómo vamos, lo que nos brinda el principal elemento requerido para tomar decisiones, que no es otro que la conciencia de la realidad, pues cuando conocemos nuestra realidad, casi siempre sabemos qué hacer.

La matriz DOFA nos muestra con claridad cuáles son las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, elementos que al tenerlos claros, nos da una visión global e integral de nuestra verdadera situación.

²⁶ CHIAVENATO, Idalberto. Introducción a la teoría de la administración. Editorial Mac Graw Hill, Sexta edición. P 147

²⁷ JUAREZ, Daniel. Como hacer una matriz FODA. [En línea] (Septiembre 24 del 2012), disponible en < <http://axeleratum.com/2012/como-hacer-un-analisis-foda-fortalezas-oportunidades-debilidades-y-amenazas/> > p 1

Si se conocen las debilidades, se sabe cuáles son las capacidades, permitiendo ser objetivos y evitando asumir riesgos que luego no se pueden cubrir. Cuando se conoce las oportunidades, se tiene claro hacia dónde encaminar los recursos y esfuerzos, de tal manera que se pueda aprovechar esas oportunidades antes de que desaparezcan o antes de que alguien más las aproveche. Generalmente un negocio fracasa cuando no es capaz de identificar ninguna oportunidad, y en eso hay empresas y personas expertas, que ven oportunidades donde los demás ven dificultades, problemas, de modo que si se es capaz de identificar las oportunidades y plasmarlas en la matriz DOFA, entonces se habrá hecho un buen trabajo.

Al conocer las fortalezas, y saber qué es lo que mejor se hace se puede diseñar objetivos y metas claras y precisas, que bien pueden estar encaminadas para mejorar las debilidades y/o para aprovechar las oportunidades. Cuando se tiene claro qué es lo que sabemos hacer, nos desempeñamos mejor, estamos en condiciones de ver con mayor facilidad las oportunidades, o poder sortear con mayor facilidad las debilidades. Se supone que lo primero que una empresa o persona se debe preguntar, es cuáles son sus fortalezas, una vez identificadas, sólo resta explotarlas.

Por último se debe decir que las amenazas. Si se quiere sobrevivir, hay que ser capaces de identificar y de anticipar, lo que permitirá definir las medidas para enfrentarlas, o para minimizar sus efectos. Si una empresa no anticipa que le llegará una fuerte competencia, cuando esta llegue no habrá forma de reaccionar oportunamente, y sobre todo, no se podrá actuar con efectividad puesto que nunca se estuvo preparados para ello. Si no se conoce una amenaza, mucho menos se sabe cómo reaccionar frente a ella, de allí la importancia de conocer el medio, el camino a que tenemos que enfrentar.²⁸

Estrategia FO. Corresponde al uso de fortalezas internas de la empresa con el objeto de aprovechar las oportunidades externas.

Estrategias DO. Mejora las debilidades internas, valiéndose de las oportunidades externas.

Estrategias FA. Utiliza las fortalezas de la empresa para minimizar o evitar el impacto de las amenazas externas.

Estrategias DA. Derrotar debilidades internas y eludir amenazas tomando estrategias defensivas.

²⁸ *Ibíd.* P 2

Cuadro 1. Matriz DOFA

	<p>FORTALEZAS (F)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Atención al cliente 2. Dotación tecnológica 3. Nivel de precios 4. Servicio y productos básicos 5. Nombre de la empresa 6. Mercados en otras zonas 7. Productos ofrecidos. 8. Experiencia en el mercado 9. Disposición del personal para las capacitaciones 10. Calidad de los productos 	<p>DEBILIDADES (D)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Publicidad y promoción 2. Buzón de sugerencias 3. Planes y estrategias que direccionen el logro de los objetivos. 4. Políticas de marketing 5. Variedad de los productos 6. Ubicación de la empresa
<p>OPORTUNIDADES (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Competencia comercial para la empresa 2. Otros mercados 3. Profesionales preparados en marketing 4. Proveedores 5. Demanda interna de los productos 6. Alianzas estratégicas. 	<p>ESTRATEGIAS (FO)</p> <p>Penetrar en el mercado para aumentar los clientes actuales. F8+O2</p> <p>Implementar capacitaciones a los empleados en temas de mercadeo y ventas para crear estrategias que ayuden a aumentar los ingresos de la empresa. F9+O3</p>	<p>ESTRATEGIAS (DO)</p> <p>Realizar campañas publicitarias a través de medios de comunicación incluyendo las redes sociales logrando dar a conocer los productos de la empresa. D1+D4+O5</p> <p>Lograr alianzas con contratistas para mejorar la infraestructura en la empresa. D3+O6</p>
<p>AMENAZAS (A)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Alteración del orden público en la zona 2. Competencia desleal de otras empresas 3. Reconocimiento comercial de la empresa 	<p>ESTRATEGIAS (FA)</p> <p>Efectuar concientización en el producto para lograr una mejora continua y fidelizar a los clientes F1+F3+F5+A3</p>	<p>ESTRATEGIAS (DA)</p> <p>Diseñar sistemas de comunicación logrando con esto el crecimiento organizacional de la entidad. D1+D6+A2</p>

Continuación (Cuadro 1)

<p>4. Variedad de productos en la competencia 5. Situación económica que afronta la región 6. Publicidad agresiva de la competencia 7. Políticas del gobierno 8. Contrabando en la zona 9. Llegada de empresas con mayor tecnología 10. Cambios en los gustos de los clientes.</p>	<p>Implementar campañas para dar a conocer los servicios y productos básicos, con el objetivo de lograr un mayor reconocimiento comercial. F4+A3</p> <p>Aprovechar la buena disposición del personal para las capacitaciones, logrando con esto dar a conocer la calidad de los productos, mejorando los ingresos y el servicio logrando con esto que la empresa sea reconocida en el mercado local y nacional. F9+F10+A3</p>	
--	---	--

Fuente. Autores del proyecto.

Una estrategia es un plan para dirigir un asunto, la cual se compone de una serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y a conseguir los mejores resultados posibles. La estrategia está orientada a alcanzar un objetivo siguiendo una pauta de actuación, de otra parte esta debe comprender una serie de tácticas que son medidas más concretas para conseguir uno o varios objetivos.

En el ámbito de la empresa se utiliza el término estrategia empresarial para hablar de la serie de pasos o pautas que una compañía debe seguir para obtener los mayores beneficios. Un ejemplo de estrategia empresarial puede ser adquirir empresas del mismo sector para eliminar a la competencia.²⁹

Esta matriz permite ver las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que tiene o puede tener la institución en su entorno. Es importante desarrollarla para tener una mejor orientación en el momento de plasmar sus objetivos y planes de acción, para que sean los más cercanos a la realidad de la entidad. Ayuda a determinar qué tan capacitada está la organización para desempeñarse en el medio, esta matriz conduce al desarrollo de cuatro tipos de estrategias FO, DO, FA, DA.

²⁹ CONTRERAS SIERRA, Emigdio Rafael. El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. [En línea] (2015), disponible en <
<http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/6115/3518> > p 1

En este caso es conveniente utilizar la estrategia FA y FO, con el objetivo de penetrar en el mercado para aumentar los clientes actuales, implementar capacitaciones a los empleados en temas relacionados con el mercadeo y las ventas para crear estrategias que ayuden a aumentar los ingresos de la empresa, efectuar concientización en el producto para lograr una mejora continua y fidelizar a los clientes, implementar campañas para dar a conocer los servicios y productos básicos, con el objetivo de lograr un mayor reconocimiento comercial, aprovechar la buena disposición del personal para las capacitaciones, logrando con esto dar a conocer la calidad de los productos, mejorando los ingresos y el servicio logrando con esto que la empresa sea reconocida en el mercado local y nacional.

4.2 DETERMINAR EL IMPACTO NEGATIVO OCASIONADO POR LOS AGÁCHESE A LAS EMPRESAS DE LA CIUDAD DE OCAÑA.

Las actividades económicas son los procesos mediante los cuales se crean los bienes y servicios, a partir de unos factores de producción, que satisfacen las necesidades de los consumidores y es alrededor de estas que gira la economía de un país. Las actividades económicas también sirven para generar riqueza a las distintas comunidades, a través de los distintos tipos de actividades: primarias, secundarias y terciarias mediante las cuales somos capaces de extraer, transformar y ofrecer servicios respectivamente.

La forma en que se produce en una economía depende del sistema económico en que se halle, si es una economía en donde los individuos toman sus decisiones o si hay una autoridad central que toma las decisiones de producción.

Al ser los recursos usados finitos, es decir son limitados, deben existir prioridades a la hora de elegir que producir, cuanto producir, como producirlo y como distribuirlo es considerando esto que los agentes económicos: las familias, empresas, el gobierno, el sistema financiero y el resto del mundo deciden qué actividad económica realizar.

Cualquier forma de actividad económica genera riqueza, pero ésta depende de múltiples factores propios de cada labor, por ejemplo: la competencia del mercado, los costos de producción, la tecnología existente, las limitaciones gubernamentales entre otros los cuales hace que algunas actividades económicas sean más rentables que otras.

En general son las actividades terciarias o el sector de servicios el que tiene la mayor rentabilidad, luego las actividades secundarias o industriales y por ultimo son las actividades primarias o extractivas las menos rentables. (Aunque es posible que por distintos factores sean las actividades primarias las más rentables). Así algunos sectores de la economía reciben un mayor flujo de capital buscando la mayor rentabilidad posible.³⁰

³⁰ ACTIVIDADES ECONOMICAS. ¿Qué son las actividades económicas? [En línea] (2015), disponible en <<http://www.actividadeseconomicas.org/2012/05/que-son-las-actividades-economicas.html>> p 1

Según la Ley mercantil las actividades tributarias son:

La adquisición de bienes con destino a su venta y la venta de los mismos.

La adquisición de bienes muebles con destino a arrendarlos, el arrendamiento de los mismos y el arrendamiento de toda clase de bienes para subarrendarlos y subarriendo de los mismos.

El recibir dinero en mutuo a interés para darlo en préstamo, así como dar habitualmente dinero en mutuo a interés.

La adquisición, enajenación, prenda, arrendamiento, administración de establecimientos de comercio y demás operaciones relacionadas con los mismos.

La constitución de sociedades, su administración así como la negociación de las partes de interés, cuotas o acciones de la misma.

El giro, otorgamiento, aceptación y negociación de títulos valores.

Las operaciones bancarias de bolsas o de martillos.

El corretaje, agencias de negocios y la representación de firmas nacionales y extranjeras.

La explotación y prestación de servicios de puertos, muelles puentes, vías y campos de aterrizaje.

El Código de Comercio Colombiano en el artículo 10, dice que, “son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles. La calidad de comerciante se adquiere aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de apoderado, intermediario o interpuesta persona”. Comerciantes es pues, aquella Persona natural o Persona jurídica que voluntariamente, y de forma regular y profesionalmente, desarrolla un acto jurídico considerado como mercantil por la ley.

De otra parte se debe decir que las actividades mercantiles son según el artículo 20 del Código de Comercio.

La adquisición de bienes a título oneroso con destino a enajenarlos en igual forma, y la enajenación de los mismos

La adquisición a título oneroso de bienes muebles con destino a arrendarlos

El recibo de dinero en mutuo a interés, con garantía o sin ella, para darlo en préstamo, y los préstamos subsiguientes, así como dar habitualmente dinero en mutuo a interés.³¹

³¹ REPÚBLICA DE COLOMBIA. Decreto 410 de 1971. Por el cual se expide el Código de Comercio. Edición Cupido. 2011. P 11

La adquisición o enajenación, a título oneroso, de establecimientos de comercio, y la prenda, arrendamiento, administración y demás operaciones análogas relacionadas con los mismos.

El contrabando es un fenómeno económico que no solo afecta a los comerciantes sino a toda la población, en la medida en la que el Gobierno deja de recibir US\$1.500 millones que podrían destinarse a la educación, la salud o la infraestructura, sostuvo en una entrevista con Dinero el vicepresidente de Gobernanza de la Cámara de Comercio, Jorge Mario Díaz.³²

El directivo reconoció que este delito es “bastante grave” pues detrás de él “hay estructuras criminales que ponen en riesgo la institucionalidad colombiana” y los distintos sectores productivos.

Es necesario también mencionar que un año después de que entrara en vigencia el sobrearancel a las importaciones de ropa y calzado, las últimas cifras disponibles demuestran una contracción en las compras al extranjero de este tipo de productos, particularmente en el caso de los zapatos.

Sin embargo, sigue la discusión respecto a qué tan efectiva fue la imposición del gravamen para solucionar los problemas de los sectores implicados y qué tanto la medida agravó otros problemas, particularmente el contrabando.

De acuerdo con los datos divulgados por el DANE, a diciembre del 2013 las importaciones de este tipo de productos habían disminuido 16 por ciento en el caso de los zapatos, segmento que volvió a un nivel similar al que tenía en el 2011, y 1 por ciento en el de la ropa.

En este sentido, Luis Gustavo Flórez, presidente de la Asociación Colombiana de Industriales del Calzado (Acicam), señala que en el mencionado periodo de tiempo las compras de calzado en el exterior bajaron de 82,7 millones de pares en el 2012 a 59,7 millones en el 2013 y que el precio promedio de importación llegó a 8 dólares por cada par, mientras el año anterior había alcanzado los 6,9 dólares.

Por su parte, Carlos Eduardo Botero, presidente de Inexmoda, subraya que aunque en su caso el descenso no fue tan grande, la desaceleración del crecimiento dio un respiro al sector, que ahora podrá, igual que su par dedicado al calzado, dedicarse a fortalecerse e incrementar su competitividad.³³

³² DINERO. El contrabando desangra la economía del país. [En línea] (2015), disponible en < <http://www.dinero.com/pais/articulo/impacto-economico-del-contrabando-colombia/210736>> p 1

³³ PORTAFOLIO.COM. Efecto de sobrearancel a ropa y calzado divide opiniones. [En línea] (Febrero 27 de 2014), disponible en < <http://www.portafolio.co/negocios/sobrearancel-ropa-y-calzado-colombia>> p 1

Sin embargo, no todos los actores implicados son tan optimistas respecto a la coyuntura generada por el sobrearancel. Guillermo Botero, presidente de la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco), cuestiona la efectividad de la medida, ya que considera que, además de afectar los ingresos de los comerciantes y la capacidad de compra de los colombianos, no ha generado el impacto deseado en términos de empleo o incremento en las ventas de los industriales.

Adicionalmente, el director gremial se mostró preocupado por el impacto que el sobrearancel tiene en la entrada de mercancía de manera ilegal al país.

“El contrabando es un negocio netamente económico.

En la medida en que se incrementen los aranceles, automáticamente tiende a crecer”, explicó Botero.

De hecho, datos de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (Dian) evidencian cómo la ropa y el calzado se posicionaron en el primer y segundo lugar, respectivamente, entre los productos más contrabandeados en el país durante el año pasado.

Pero eso no es todo, ya que además fueron los de mayor crecimiento: 34,5 por ciento en el caso del primero, y 7 por ciento en el del segundo.

No obstante, la viceministra de desarrollo empresarial, María del Mar Palau, señala que las encuestas arrojan una disminución del 60 por ciento en la percepción de contrabando por parte de los empresarios.

Eso sí, es enfática en resaltar que, debido al rezago que tienen las cifras en el país, en este momento es difícil saber a ciencia cierta cuál ha sido el verdadero efecto del sobrearancel en la economía colombiana y que hará falta un poco más de tiempo para tener los datos.

Pese a ello, resalta que los reportes de los empresarios han sido muy positivos hasta el momento y que la medida no solo disminuyó las importaciones, sino que logró que grandes superficies y comercializadores miraran a los productores locales con otros ojos.³⁴

“Solo Falabella incrementó 22 por ciento sus compras en el mercado local” ejemplificó la funcionaria.

Debido a que durante este fin de semana se celebra el aniversario de la entrada en vigencia del decreto 074 del 2013, que impuso durante un año un sobrearancel advalorem del 10 por ciento más un arancel específico de 5 dólares por cada kilo de ropa o cada par de zapatos importados, en el transcurso de estos días comienza, el presidente de la República, Juan Manuel Santos, deberá anunciar una extensión de la medida por dos años.

³⁴ Ibíd. P 2

Claro está que esta tendrá ciertos cambios que, de acuerdo con las declaraciones dadas por el primer mandatario en pasados días, habrían sido concertadas con diferentes sectores para mitigar los posibles efectos negativos que pudo tener en el mercado.

Sin embargo, ya Panamá habría demostrado su descontento con la determinación del Gobierno colombiano y decidido seguir con el proceso que actualmente se adelanta ante la Organización Mundial del Comercio (OMC).

Al respecto, Angelo Silvy, consejero de la división de examen de políticas comerciales de la mencionada institución, le dijo a Portafolio que la toma de una determinación podría tomar año y medio.

Uno de los sectores económicos más afectados por la actividad comercial de los agachese, son la venta de prendas de vestir, ya que estos son ofrecidos a los compradores a muy bajos precios y con lo cual las empresas legalmente constituidas no pueden competir.

De otra parte el contrabando fomenta una cultura de ilegalidad y se ha convertido en el principal medio de lavado de activos de las organizaciones criminales, por lo que acaba financiando la violencia y el terrorismo, esta discusión se da en medio de la aprobación de una nueva ley que endurece las penas y les da herramientas a las autoridades para combatir el contrabando que, según el Gobierno, está asociado a otros delitos como el lavado de activos producto del narcotráfico.

La nueva norma además fortalecería institucionalmente a entidades como la DIAN, la Policía Fiscal y Aduanera (Polfa) y la Unidad de Información y Análisis Financiero (UIAF) para mitigar este flagelo. Esta medida fue aplaudida por la Asociación Nacional de Empresarios Colombianos (ANDI), que a través de un comunicado de prensa manifestó que esa actividad ilegal es “tan nociva para el país como lo fue el narcotráfico en la década de los 90.

El flagelo de la ilegalidad no solo nutre de recursos financieros a organizaciones criminales, sino que además desestimula la creación de empleo de calidad, afecta el sistema de salud, incide de manera negativa en la inversión pública y fomenta la competencia desleal.

A pesar del apoyo de diferentes gremios económicos del país, un sector de los comerciantes minoristas, líderes políticos, entre otros consideran que para la planeación de esta ley no han tomado en cuenta sus sugerencias y necesidades.³⁵

Las nuevas legislaciones en contra de la ilegalidad, ha motivado a los comerciantes de los San Andresitos del país para que se manifiesten en contra de la legalidad y tener herramientas para poder sancionar a los comerciantes ilegales.

³⁵ Ibíd. P 3

En la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, existe gran variedad de actividad económica, aunque se debe tener en cuenta que la principal y la que por tradición se ha realizado es el comercio de todo tipo de artículos, al por mayor o detal, por su cercanía con la zona de frontera siempre ha circulado el comercio de productos traídos del vecino país de Venezuela, siendo esto considerado como contrabando, de igual forma los agáchese que son almacenes que venden productos a muy bajos precios ha perjudicado en gran medida a las empresas legalmente constituidas por lo que se ha tenido un impacto negativo en la región.

De igual forma se debe decir que este impacto ha disminuido las fuentes de empleo, ya que muchos de los negocios no cuentan con la capacidad para competir con bajos precios y se han visto en la necesidad de cerrar sus puertas sin lograr mantenerse en el mercado comercial, como también se debe destacar que muchos de estos almacenes no cumplen con los tributos al municipio, con lo que no se disminuyen sus ingresos y utilidades.

4.3 GRADO DE ACEPTACIÓN Y LOS ASPECTOS POSITIVOS DE LOS AGÁCHESE EN LOS HABITANTES DE OCAÑA.

Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado de compra y venta de bienes y servicios, sea para su uso, para su venta o su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales o industriales entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios que se efectúan a través de un comerciante o un mercader.

El comerciante es la persona física o jurídica que se dedica al comercio en forma habitual, como las sociedades mercantiles. También se utiliza la palabra comercio para referirse a un establecimiento comercial o tienda. Entendido como una de las actividades económicas más importantes del ser humano, el comercio es aquel que le permite no sólo conseguir productos que no se producen localmente (así como también vender los que sí se producen en el ámbito propio) sino que además es la actividad económica que le permite al ser humano entrar en contacto con otras sociedades, conociendo elementos de su cultura y de sus tradiciones que luego pueden ser asimiladas de diferentes maneras. El comercio es al mismo tiempo una actividad dinámica que evita el cierre geográfico y político de las comunidades y que requiere, para funcionar correctamente, el contacto e intercambio permanente entre diversas comunidades y pueblos.³⁶

De otra parte la importancia del comercio para el ser humano es muy profunda ya que no tiene que ver solamente con lo económico sino también con lo social y lo cultural. Así, tal como se dijo, es a partir del comercio que una sociedad puede entrar en contacto con otra, en el momento en que se reconoce como no autosuficiente y comienza a buscar espacios o

³⁶ MARQUINA, SANCHEZ, María de Lourdes, " Gobernanza Global del Comercio en Internet ", Ed INAP, 1.ª Edición, México, p 149

comunidades que puedan proveerle aquello que le falte. El conocimiento de otras comunidades y el interactuar con ellas a través del comercio es, además, lo que enriquece de mejor manera a una sociedad.

A lo largo de historia, se ha podido evidenciar que el intercambio internacional de excedentes en las economías nacionales produce cambios para las naciones que han implantado distintos sistemas, que les permite la comercialización de sus productos. Muchas de estas naciones han logrado un desarrollo económico y a su vez un desarrollo humano, gracias a estos acuerdos; pero también existen países en los que las políticas implementadas han producido un malestar social. Tales son los casos de naciones como Estados Unidos, que gracias a los tratados de libre comercio, pudieron expandir su mercado a tales magnitudes, que sus productos se pueden encontrar en cualquier parte del mundo como en Japón.

Los principales objetivos del comercio organizado es promover un mercado justo, es decir con reglas que permitan el intercambio de bienes minimizando la afectación de alguna de las partes que influyen en la actividad, un incremento en la inversión, promover estímulos para la producción nacional, fomentar una cooperación acordada a través de la economía y ofrecer soluciones a las problemas que se puedan dar en el mercado.

Se debe decir también que una de las razones por las que el sector informal ha venido creciendo durante los últimos años ha sido la incapacidad del sector formal de emplear a toda la población. Dicho impedimento se deriva de varios problemas que están afectando nuestra economía, como lo son: la disminución de la inversión en nuestro país, tanto nacional como internacional, y el problema de la inseguridad, que es bastante delicado y desmejora el estado económico y social. Esto ha provocado una disminución del PIB colombiano, lo que a su vez se ha visto reflejado en un exceso de mano de obra en el mercado laboral, el cual no ha visto otra salida más que ingresar en el sector informal. Es importante destacar tanto la falta de eficiencia existente en las condiciones de producción de este sector, como también la capacidad que tiene para acoger el excedente de mano de obra que se deriva del sector formal.³⁷

Al aumentar el desempleo, por la incapacidad del sector formal de ocupar a toda la población, se produce un incremento del sector informal. Esto se puede corroborar cuando observamos la dinámica anticíclica que presenta el sector. Pero el incremento del sector informal hace que el desempleo disminuya, ya que aquél es considerado como una opción para hallar empleo. Al disminuir el desempleo y aumentar el empleo, las personas que se encontraban desempleadas y con un salario cero ahora se hallarán laborando en el sector informal, con un salario que antes no poseían, pasando así de un salario cero a un salario mayor que el salario de indiferencia, pero menor que el salario mínimo. Al aumentar el empleo en el sector informal, aumenta el PIB (por el sector informal), pero este aumento no es comparable con el que podrían producir estos individuos en el sector formal, dada la

³⁷ VIVES, Antonio. la responsabilidad social de la empresa en américa latina. [En línea] (2011), disponible en <<http://www10.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2011/08342.pdf>> p 1

ineficiencia productiva que muestra el sector, por lo que la economía se beneficia pero en una cuantía inferior a la que podría obtenerse en la formalidad.³⁸

Teniendo en cuenta lo anterior se debe decir que los agáchese en la ciudad de Ocaña, no han traído aspectos positivos, ya que no se han generado fuentes de empleo, ni se encuentran legalmente constituidos y de igual forma han perjudicado enormemente al comercio legalmente constituido en la ciudad, ya que estos están legalmente registrados en la Cámara de Comercio de Ocaña, cuentan con un local abierto al público y generan empleos directos e indirectos, lo cual es positivo para la economía de la ciudad, diferente a lo que sucede con los agáchese, se debe decir que los beneficios de las empresas que están legalmente constituidas son los que otorga la ley en materia de crecimiento comercial, tanto en exportaciones como en importaciones, el acceso de empresas al sector privado y público lo que indica una inyección de capital produciendo un crecimiento de empleo y por ende crecimiento en el consumo.

Por último se debe decir que la presencia de los agáchese en la ciudad no ha traído aspectos positivos ya que lo único que ha logrado es acabar con muchos negocios legalmente constituidos, los que no han podido competir con los bajos precios que dichos negocios ofrecen, además han venido saturando a la comunidad con productos de muy baja calidad y estos ha ido en detrimento también de la economía de las familias ocañera y de la región.

4.4 IDENTIFICAR Y CLASIFICAR A LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS EN LA CIUDAD DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER.

La actividad económica es cualquier proceso donde se generan e intercambian productos, bienes o servicios para cubrir las necesidades de las personas. La actividad económica permite la generación de riqueza dentro de una comunidad (ciudad, región, país) mediante la extracción, transformación y distribución de los recursos naturales o bien de algún tipo de servicio.

Las actividades económicas abarcan tres fases: producción, distribución y consumo. Como la producción depende del consumo, la economía también analiza el comportamiento de los consumidores. Algunas actividades económicas son la agricultura, la ganadería, la industria, el comercio, y las comunicaciones.

Muchos países se emplean específicamente en alguna actividad económica lo que permite clasificarlos; de acuerdo a la capacidad de producción y eficiencia de dicha actividad se genera su riqueza. Sin embargo las comunidades encuentran que sus recursos son limitados y por lo tanto, para poder satisfacer sus necesidades deben hacer una elección que lleva incorporado un coste de oportunidad.

³⁸ OCHOA VALENCIA, David. Informalidad en Colombia. causas, efectos y características de la economía del rebusque. [En línea] (Marzo 23 de 2004), disponible en <http://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/127/html> p 1

En las actividades económicas o economía existen tres sectores, cuanto más avanzada o desarrollada es una economía, más peso tiene el sector terciario y menos el sector primario. Sector primario. Son aquellas que se dedican a la extracción de los recursos naturales, ya sea para el consumo o para la comercialización.

Sector secundario. Este sector se refiere a las actividades industriales, aquellas que transforman los recursos del sector primario. Procesamiento de la materia prima y elaboración de productos de Industrias.

Sector terciario. Este se encarga de distribuir productos preparados y listos para su venta. De otra parte se debe decir que Ocaña es la segunda ciudad en importancia en el departamento Norte de Santander, esta ciudad está ubicada en la zona nororiental y está conectada por carreteras nacionales con Bucaramanga, Cúcuta y Santa Marta. Por lo que Ocaña tiene como actividades económicas fundamentales la agricultura, la ganadería, el comercio, la pequeña industria y la minería, con explotación de plata, cobre, hierro y el turismo el cual es conformado principalmente por ocañeros que se han trasladado a otras regiones del país y visitan la ciudad durante las festividades locales de navidad, año nuevo y carnavales.

En el aspecto comercial y con el fin de ofrecer información actualizada y veraz, la Secretaria de Planeación de Ocaña, decidió realizar un sondeo en el sector comercial del municipio, tomando como muestra los establecimientos más representativos de la ciudad en el área de supermercados, electrodomésticos y vestuario, dicho estudio fue estructurado, aplicado y realizado por las oficinas de generación de empleo y desarrollo empresarial y social adscrita a la secretaría de planeación.

Los datos a continuación presentados están actualizados con corte a 7 de abril de 2010, fueron evaluados 19 establecimientos, de los cuales 5 fueron supermercados o autoservicios, 4 corresponden a electrodomésticos y 10 a almacenes de vestuario que es el sector comercial que tiene más afluencia en la ciudad, a estos establecimientos se les aplicó un instrumento (ver grafica 24) que buscó identificar características socioeconómicas, comportamiento del mercado en los diferentes días de la semana y el área de influencia comercial que tiene el municipio sobre las poblaciones circunvecinas, la segunda fase buscó identificar el origen y proporción de productos ofrecidos por los establecimientos evaluados y por último la tercera identificar la forma en que se proveen los establecimientos y en qué medida los productos ofrecidos cuentan con reconocimiento en el mercado.³⁹

De otra parte se debe decir que Colombia es un país considerado como una economía emergente y hace parte del grupo económico conocido como CIVETS. Es la cuarta economía más grande de América Latina detrás de Brasil, México y Argentina, la sexta de toda América y la número 33 en el mundo. En las actividades primarias o

³⁹ MEZA, A. 1995. La industria de diámetros menores en el país. Revista empresarial Kurú. Editorial Tecnológica de Costa Rica. p 8.

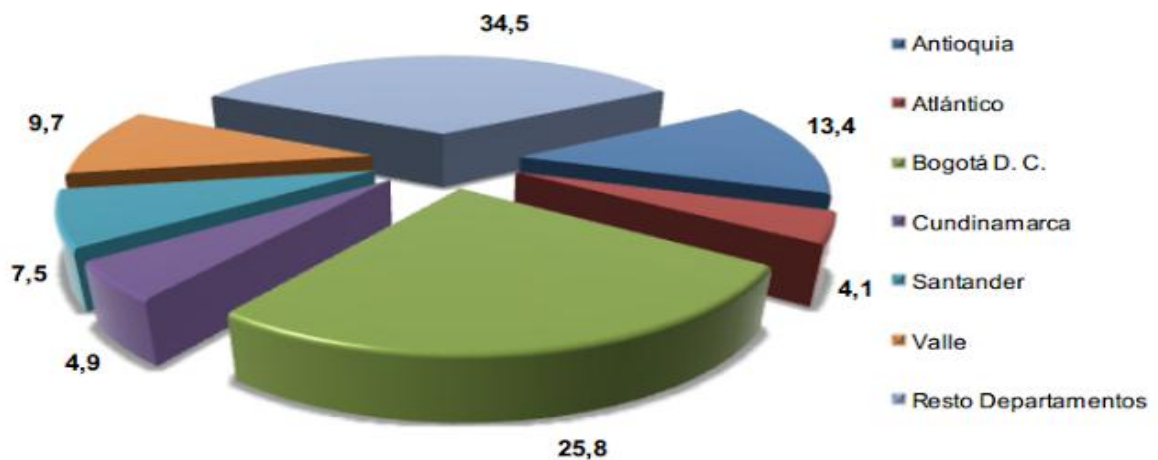
extractivas, la minería sobresale con la producción petrolera y carbonífera también son importantes la producción de oro, esmeraldas, plata y platino. La minería fue receptora de 8.155 millones de dólares de inversión extranjera directa, alrededor del 61% de la IED en el país.

En el sector agropecuario se destaca la producción de flores, café, caña de azúcar, banano, papa, plátano, leche y carne. En las actividades secundarias o industriales se destaca la producción de textiles, alimentos y bebidas, automóviles, químicos, cauchos, derivados del petróleo y las industrias de metalurgia y de cemento. En las actividades terciarias o de servicios de Colombia predominan la banca, tercerización de procesos, comunicaciones, hostelería y turismo.

Participación de las distintas actividades económicas en Colombia

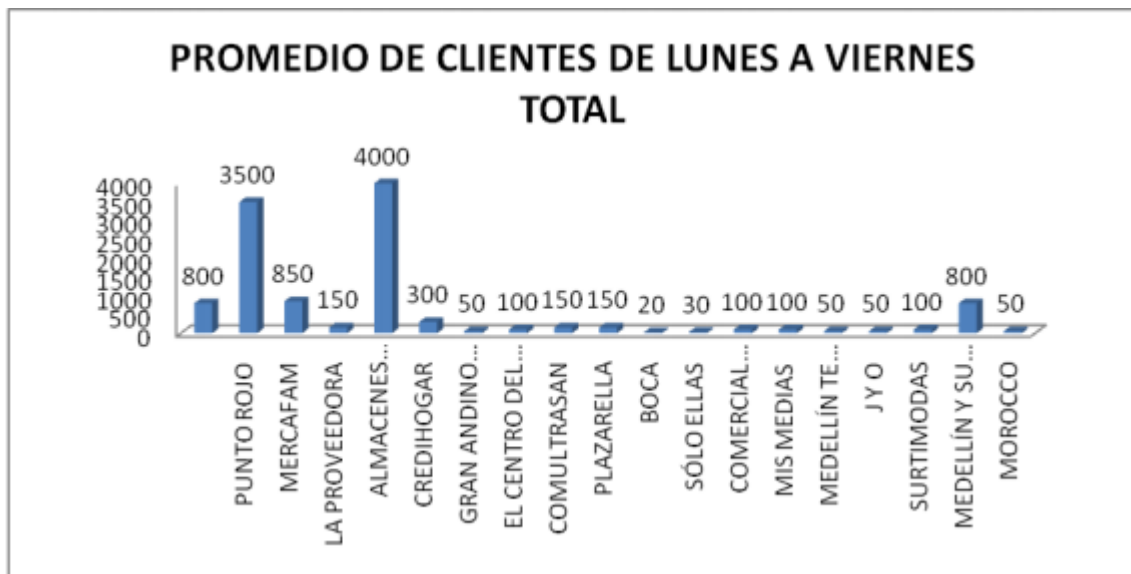
Actividades primarias: 9.3% del PIB
 Actividades secundarias: 38% del PIB
 Actividades terciarias: 52.7% del PIB

Grafica 24. Participación porcentual en el PIB nacional año 2010



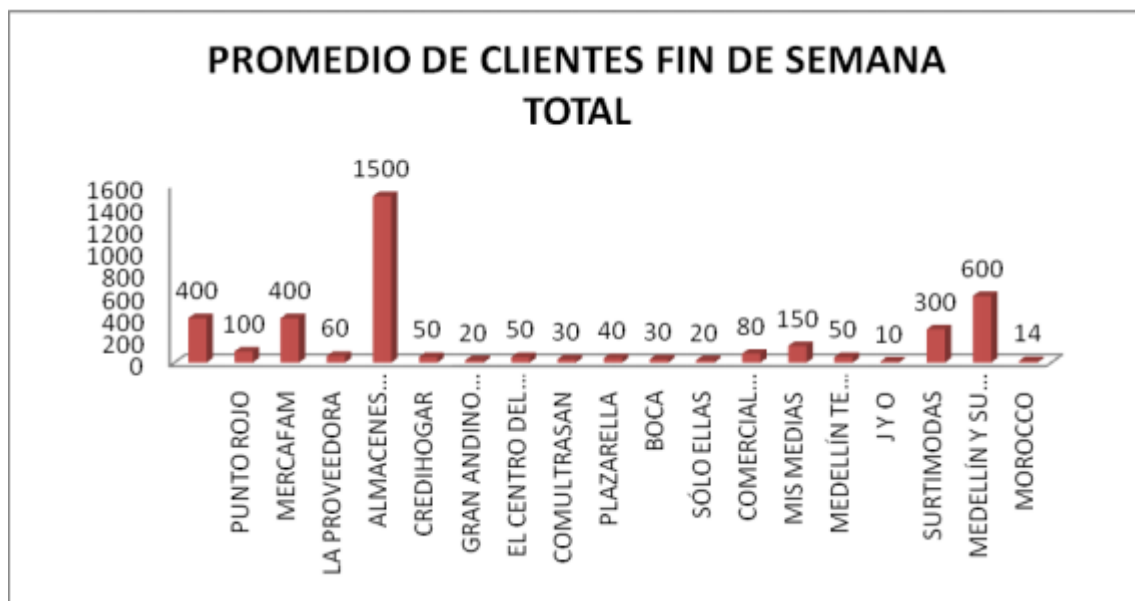
Fuente: DANE - Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales

Grafica 25. Promedio de clientes.



Fuente. Informe de la secretaria de planeación municipal.

Grafica 26. Promedio de clientes en los fines de semana.



Fuente. Informe de la secretaria de planeación municipal.

Según la identificación de las actividades económicas en la ciudad de Ocaña, se debe decir que se encuentran clasificadas con un número de CIIU, código de comercio y nombre de la actividad, de los cuales a continuación se menciona ejemplo de ellos.

- 4781 comercio al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en puestos de venta móviles
- 4752 comercio al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio en establecimientos
- 4775 comercio al por menor de artículos de segunda mano
- 4762 comercio al por menor de artículos deportivos, en establecimientos especializados
- 4755 comercio al por menor de artículos y utensilios de uso domestico
- 4724 comercio al por menor de bebidas y productos del tabaco, en establecimientos especializados
- 4723 comercio al por menor de carnes (incluye aves de corral), productos cárnicos, pescados y productos
- 4731 comercio al por menor de combustible para automotores
- 4741 comercio al por menor de computadores, equipos periféricos, programas de informática y equipos de te
- 4754 comercio al por menor de electrodomésticos y gasodomésticos de uso doméstico, muebles y equipos.
- 4742 comercio al por menor de equipos y aparatos de sonido y de video, en establecimientos especializados
- 4722 comercio al por menor de leche, productos lácteos y huevos, en establecimientos especializados
- 4761 comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio.
- 4732 comercio al por menor de lubricantes (aceites, grasas), aditivos y productos de limpieza para vehículo.
- 4769 comercio al por menor de otros artículos culturales y de entretenimiento n.c.p. en establecimientos.
- 4759 comercio al por menor de otros artículos domésticos en establecimientos especializados
- 4729 comercio al por menor de otros productos alimenticios n.c.p., en establecimientos especializados
- 4789 comercio al por menor de otros productos en puestos de venta móviles
- 4774 comercio al por menor de otros productos nuevos en establecimientos especializados
- 4771 comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos.
- 4721 comercio al por menor de productos agrícolas para el consumo en establecimientos especializados
- 4773 comercio al por menor de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador en
- 4751 comercio al por menor de productos textiles en establecimientos especializados
- 4782 comercio al por menor de productos textiles, prendas de vestir y calzado, en puestos de venta móviles

- 4772 comercio al por menor de todo tipo de calzado y artículos de cuero y sucedaneos del cuero en estable
- 4719 comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente
- 4541 comercio de motocicletas y de sus partes, piezas y accesorios
- 4530 comercio de partes, piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos automotores
- 4511 comercio de vehículos automotores nuevos
- 4542 mantenimiento y reparación de motocicletas y de sus partes y piezas
- 4520 mantenimiento y reparación de vehículos automotores
- 4799 otros tipos de comercio al por menor no realizado en establecimientos, puestos de venta o mercados

4.5 IMPACTO SOCIO ECONÓMICO POR EFECTO DEL COMERCIO DE LOS AGÁCHESE, EN LOS COMERCIANTES DE LA CIUDAD DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER.

Todos los países que tienen unas economías abiertas a la inversión extranjera y un mayor volumen de comercio internacional per capita (exportaciones per capita + importaciones per capita) logran unos niveles de desarrollo humano, calidad de vida y crecimiento económico, superiores a sus similares. Ahora, no por ello se debe creer que cualquier tipo de liberalización, integración e internacionalización es buena.

Como ya se había dicho el sector informal de una economía puede ser visto como una válvula de escape para los individuos menos educados de una sociedad, en momentos recesivos. La informalidad existe básicamente por la incapacidad del sector formal de generar suficientes empleos. Esto se puede ver claramente cuando la economía entra en auge; en estos períodos la informalidad disminuye, ya que en la mayoría de los casos no es vista como una opción laboral real sino como una posibilidad frente al desempleo; por tanto, cuando éste empieza a ceder, los individuos comenzarán a trasladarse hacia el sector formal - carácter anticíclico de la informalidad-. A pesar de este comportamiento del sector, los ingresos percibidos por aquéllos que lo conforman tienen una relación directa con los vaivenes de la economía - carácter procíclico del ingreso en el sector informal-, es decir, en la medida en que la economía esté en auge, el ingreso de los informales aumentará como consecuencia de la disminución del excedente de mano de obra, ya que por estar en auge se han generado más puestos de trabajo formales, lo que disminuirá el tamaño de la población dispuesta a emplearse informalmente, generando así un aumento del salario promedio del sector. Por esto se dice que el salario promedio es la variable de ajuste dentro del sector.

Algunos de los determinantes más importantes de la informalidad son:

Nivel de educación. La mayor parte de las personas que pertenecen al sector informal posee un grado de escolaridad bastante bajo, el cual no supera la educación básica secundaria, lo que se convierte en una desventaja para éstos, ya que disminuyen las probabilidades de emplearse en el sector formal.

En Colombia se puede apreciar una clara tendencia a demandar cada vez más personas de mayor nivel educativo, mientras que las personas que tienen escolaridades entre los 0 y los 10 años han presentado un estancamiento o un leve descenso. Esta podría ser otra de las justificaciones para el aumento de la informalidad, puesto que, como vimos con anterioridad, una de las características de este sector es acoger a los individuos menos educados. Además, cuando hay una oferta mayor a la demanda, los precios (salarios) bajarán; por tanto, las empresas podrán demandar individuos más capacitados a unos costos menores, lo que agravará aún más la tasa de desempleo de la población menos educada.

Sexo. La tasa de informalidad femenina es mayor que la masculina. La razón de este fenómeno es que las mujeres no sólo tienen la responsabilidad de trabajar para complementar los ingresos del hogar, sino que también allí tienen obligaciones, por lo que necesitan horarios flexibles que les permitan hacer las dos cosas a la vez. Además, hay que tener en cuenta el relativamente poco tiempo que lleva la mujer en el mundo laboral, y más aún, la educación formal o universitaria, pues nuestro país es eminentemente machista y hasta hace muy pocas décadas nuestras abuelas consideraban que los conocimientos de una mujer se limitaban a las responsabilidades inherentes al hogar. Esto se evidencia claramente al analizar las estadísticas del DANE, donde podemos observar que a pesar de que hay un mayor número de hombres pertenecientes al sector informal, es más alta la proporción de mujeres trabajadoras inscritas en el sector informal.⁴⁰

Desempleo. El lento e insuficiente proceso de generación de empleo por parte de las empresas formalmente constituidas hace que la tasa de desempleo crezca rápidamente, por lo que el sector informal se muestra como una tabla de salvación para aquellas personas que no tienen la fortuna de pertenecer al sector formal. Si se analiza el ritmo de generación de empleos, se puede observar que a partir de 1995 es persistentemente insuficiente para cubrir la oferta del mercado y, por tanto, ni siquiera se pueden mantener los niveles de desempleo de los primeros años de la década.

El comportamiento de la informalidad en Colombia venía presentando una tendencia a la baja hasta 1996, y también las tasas de informalidad femenina venían disminuyendo hasta igualar, en este mismo año, la tasa masculina. A partir de 1996, nuevamente se empiezan a incrementar los niveles de desempleo. Debido a esta tendencia, el excedente de mano de obra aumentó; por esto se estimuló el crecimiento del sector informal como una opción frente al desempleo, lo que permite a los individuos percibir algún ingreso, mientras consiguen un empleo en el sector formal. Vale la pena destacar que el comportamiento promedio de la variación de la tasa de desempleo ya revelaba, desde 1994, una clara tendencia al alza, pues mientras en el período comprendido entre 1990-1994 el promedio fue negativo (-2.789%), para el siguiente período 1995-1999, el promedio se situó muy por encima (18.3%). Es claramente evidente que ya desde 1994 se estaba gestando el aumento de la informalidad en Colombia, después de su corto período de decrecimiento, el cual se

⁴⁰ HENAO, Marta Luz. El mercado laboral urbano y la informalidad en Colombia: evolución reciente. En Planeación y Desarrollo, No. 2, V30, 1999. P 46

inició con un aumento de su componente masculino, para luego ser seguido, en la tendencia, por el femenino.

Costos de la formalidad. Los elevados costos de producción que deben enfrentar las empresas del sector formal y el sinnúmero de trámites y aprobaciones a los que deben someterse, desestimula en muchos casos la constitución formal, por lo que, ante la dificultad para la formalización, ellas deciden mantenerse en la informalidad. Un claro ejemplo de este fenómeno (costos de producción elevados) es la situación que se vive en la actualidad, la cual nos muestra que mientras los costos por trabajador han aumentado, la productividad no. Esto nos lleva a pensar que el trabajador colombiano cada vez es menos competitivo, por lo que la demanda de los trabajadores más calificados va en ascenso (Departamento Nacional de Planeación, Boletín de divulgación económica, una mirada al mercado laboral colombiano, febrero de 2000). Otra variable que debe ser tenida en cuenta es la alta incidencia de la carga impositiva, en la decisión de llegar a ser un productor formal o no. Para el caso colombiano, la relativamente alta tributación y las constantes reformas fiscales constituyen una clara y fuerte barrera de entrada al sector formal (La ubicación colombiana para el 2003, en el régimen de libertad económica, corresponde al puesto 72, y su nivel de libertad en el área impositiva es de 3.5, en el que 1 implica mayor libertad económica, y 5, todo lo contrario).⁴¹

Edad. La evidencia internacional muestra que la mayor parte de quienes pertenecen al sector formal son personas entre los 25 y los 35 años de edad, por lo que a aquéllas que se quedan por fuera de este rango se les dificulta más su ingreso a este sector, y no les queda más remedio que comenzar a formar parte del sector informal. En Colombia, la evidencia internacional es plenamente congruente, ya que si analizamos la incidencia de la informalidad por rangos de edad, podemos ver que efectivamente en los que en menor porcentaje se presenta la informalidad es de los 20 a los 29, y de los 30 a los 39 años, es decir, que para el caso colombiano es aplicable la teoría del ciclo de vida laboral.

Se debe decir que los diferentes tratados que se han firmado a través de la historia, han beneficiado a las personas dedicadas a esta actividad con menores precios, mayor calidad y más variedad en los productos y servicios recibidos, de otra parte se debe decir que los comerciantes tienen mejores oportunidades de aumentar las exportaciones en líneas como desarrollo de software y la industria textil. Norte de Santander, por el momento, no tendría muchas posibilidades de poner sus productos en este país del Oriente Medio.

Teniendo en cuenta lo anterior se debe decir que los comerciantes de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander manifiestan que tienen conocimientos sobre los sistemas de venta llamados “agáchese”, ya que estos han perjudicado en gran porcentaje a los establecimientos de comercio legalmente constituidos en la ciudad.

Esta afectación que los comerciantes han tenido por el sistema de venta de los “agáchese”, se ha evidenciado ya que muchos de los almacenes legalmente constituidos se han visto en

⁴¹ Ibíd. P 47

la necesidad de cerrar las puertas, dejando a la deriva a cientos de empleados que tenían en dichos negocios su sustento. De otra parte se debe decir que de los 326 encuestados, la mayoría afirman que este tipo de negocios agáchese, ha afectado grande mente, ya que se han convertido en una competencia muy fuerte por sus precios, bajos y de igual forma a los clientes solo les interesa el precio y no la calidad por lo que los demás entes económicos se han visto afectados.

Por último se debe decir que los encuestados afirman que este tipo de empresas, por su gran competencia han logrado disminuir las compras, de igual forma otro factor importante que se ha visto afectado son las ventas y la rentabilidad por lo que se han visto en la necesidad de cancelar puestos de trabajo lo que ha traído desempleo en la ciudad. De igual forma en cuanto a las proyecciones se debe mencionar que la mayoría de comerciantes dicen tener proyecciones en cuanto a las ventas, distribución de nuevas líneas de servicio y la vinculación de nuevo personal con el objetivo de lograr que la empresa crezca y asegure la permanencia en el mercado.

4.6 PLAN DE ACCIÓN EN EL CUAL SE ESTABLEZCAN ESTRATEGIAS PARA EVITAR LA AFECTACIÓN QUE OCASIONAN LOS AGÁCHESE A LAS EMPRESAS DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER.

Un plan de acción es un tipo de plan que prioriza las iniciativas más importantes para cumplir con ciertos objetivos y metas. De esta manera, un plan de acción se constituye como una especie de guía que brinda un marco o una estructura a la hora de llevar a cabo un proyecto. Dentro de una empresa, un plan de acción puede involucrar a distintos departamentos y áreas. El plan establece quiénes serán los responsables que se encargarán de su cumplimiento en tiempo y forma. Por lo general, también incluye algún mecanismo o método de seguimiento y control, para que estos responsables puedan analizar si las acciones siguen el camino correcto.

En cualquier empresa que se quieran lograr alcanzar unos resultados concretos se hace necesario no sólo organizar unos planes de acción generales sino también otros muchos más específicos que se establezcan por departamentos como, por ejemplo, en los de gerencia, comercialización o administración financiera.

El plan de acción propone una forma de alcanzar los objetivos estratégicos que ya fueron establecidos con anterioridad. Supone el paso previo a la ejecución efectiva de una idea o propuesta. En concreto podemos determinar que todo plan de acción debe conformarse por los siguientes apartados, de cara a lograr alcanzar los objetivos o fines establecidos: estrategias a seguir, los programas que se pueden emplear, las acciones inmediatas que se pueden llevar a cabo, los recursos necesarios para cometer las mismas, la fecha de inicio y finalización de aquellas y también quién se encargará de ejercer como responsable.

Estos planes no sólo deben incluir qué cosas quieren hacerse y cómo; también deben considerar las posibles restricciones, las consecuencias de las acciones y las futuras

revisiones que puedan ser necesarias. No menos importante es determinar el hecho de que una vez que se ha configurado el citado plan es determinante el implementar el mismo. Y para ello hay que tener en cuenta una serie de criterios o elementos que serán fundamentales a la hora de que aquel sea realmente efectivo y consiga satisfacer las necesidades marcadas. Así, más concretamente, entre aquellos se encontraría la motivación, los procesos de control, la evaluación directiva y la compensación.⁴²

⁴² SOLANA, Ricardo F. Administración de Organizaciones. 5^o Edición, 1998 – Ed. Interoceánica. P 24

Cuadro 2. Plan de acción.

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	METAS	ACTIVIDADES	POLÍTICAS	INDICADOR
Motivar a los comerciantes, para que asistan a capacitaciones sobre comercio y beneficios.	Aprovechar la disposición del personal para ser capacitado, y así fortalecer y adquirir nuevos conocimientos que ayuden a ser más eficientes e incrementar el desarrollo organizacional.	Lograr en corto tiempo la eficiencia y eficacia de todo el personal vinculado con la empresa.	-Prestación de servicio y productos de calidad. -Hacer seguimiento y evaluar las labores.	Eficiencia y eficacia en la labor realizada a la comunidad	Número de comerciantes / número de capacitaciones
Dar a conocer a la comunidad los beneficios que trae adquirir productos de calidad.	Sensibilizar a la comunidad sobre la calidad de los productos.	Lograr que la totalidad de la comunidad conozca los beneficios y calidad de sus productos.	-Elaboración de folletos -Implementación de publicidad	Eficiencia y eficacia en las labores realizadas	Número de clientes/Número de folletos entregados.
Ofrecer productos de excelente calidad	Realizar campañas de publicidad para dar a conocer los productos.	Dar a conocer los productos a toda la comunidad	-Diseño de campañas publicitarias	Eficiencia en los productos y servicios ofrecidos	Número de usuarios/Número de quejas
Implementar campañas publicitarias.	Sensibilizar a los compradores, sobre las ventajas y seguridad que tienen al comprar productos en lugares legales.	Concientizar al comprador sobre la garantía de calidad.	Diseñar campañas de publicidad agresivas. Implementar las de publicidad.	Aumento en las ventas de los productos	Número de clientes/Número de productos.

Fuente. Autores del proyecto

5 CONCLUSIONES

Según el diagnóstico realizado a los empresarios de la ciudad de Ocaña, en cuanto a la incidencia de los agáchese, se puede decir que se cuenta con grandes fortalezas como es la calidad en los productos ofrecidos siendo esto una oportunidad de crecimiento, aunque no se puede desconocer que las amenazas y debilidades son la competencia desleal que posee en comercio informal.

Con la investigación se pudo determinar que los agáchese en las empresas de la ciudad de Ocaña, no han traído un impacto positivo, lo que ha provocado es el cierre de muchos negocios por la competencia desleal en precios y baja calidad y esto a su vez ha traído desempleo a la población.

En cuanto a la aceptación y aspectos positivos de los agáchese en los habitantes de Ocaña, se debe decir que los comerciantes, no se encuentran conformes con la llegada de los agáchese, ya que estos han perjudicado la economía de la población, saturándolos con productos de baja calidad, lo que perjudica las finanzas de las familias.

En Ocaña, Norte de Santander, el comercio se encuentra dividido y clasificado según la actividad económica, existiendo régimen simplificado y régimen común, siendo responsable de esta división entidades como la Cámara de Comercio.

El aspecto socio económico en los últimos años se ha visto perjudicado, con la llegada de los agáchese, convirtiéndose estos en una amenaza para la economía de la población y comerciantes en general, ya que se han visto afectados en sus ingresos por las pocas ventas, especialmente en las prendas de vestir y calzado.

El plan de acción permite conocer las estrategias viables a implementar en el sector comercial, al igual que las metas, y los logros que se pretenden alcanzar al hacer dicha herramienta.

6 RECOMENDACIONES

Se recomienda que entidades como la Cámara de Comercio, que tiene como misión el desarrollo comercial de la ciudad, realicen de forma continua diagnósticos de los cambios y afectaciones que se presentan a diario en la ciudad, al igual que tener en cuenta las fortalezas, amenazas, oportunidades y debilidades que se puedan presentar los cual puede hacer que crezca y desaparezca el ente económico.

Es necesario implementar estrategias publicitarias y promocionales que muestren a la comunidad las ventajas de apoyar el comercio legalmente constituido en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander y así mitigar el impacto negativo que ha sufrido el comercio formal.

Es necesario tener en cuenta la opinión de los comerciantes legalmente constituidos, ya que estos pagan los tributos al municipio, y son los principalmente afectados, por comerciantes foráneos que no tienen locales de comercio abierto al público de forma permanente.

Se recomienda tener en cuenta la identificación y clasificación que existe sobre las actividades económicas en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, con el fin de establecer estrategias de promoción de acuerdo a su actividad.

Es necesario mitigar los impactos negativos en el aspecto socio económico por efecto del comercio de los agáchese, por lo que se sugiere diseñar e implementar campañas agresivas de publicad para dar conocer las ventajas de comprar productos legales.

Se debe tener en cuenta las estrategias diseñadas en el plan de acción, para mejorar la situación del comercio en la población de Ocaña, Norte de Santander y así ser fuente de empleo y mejorar la calidad de vida de la comunidad en general.

BIBLIOGRAFÍA

ALVAREZ AREVALO, Rubén Darío, Representante Comercial de la Cámara de Comercio de Ocaña. Recuento comercial de Ocaña, 2015. P 1

ASAMBLEA NACIONAL CONSTITUYENTE. Constitución Política de Colombia. (4, julio, 1991). Actual carta magna de la República de Colombia. Bogotá D.C.: editorial unión Ltda., 2007. p. 15.

CÓDIGO DE COMERCIO DE COLOMBIA. Decreto 410 de 1971. Libro Primero. Título preliminar. Disposiciones Generales.

CHIAVENATO, Idalberto. Introducción a la teoría de la administración. Editorial Mac Graw Hill, Sexta edición. P 147

GUTIÉRREZ, C. R. O. Os vendedores ambulantes en Bolivia: o comercio de Mercado Porto Alegre, 1992.

HENAO, Marta Luz. El mercado laboral urbano y la informalidad en Colombia: evolución reciente. En Planeación y Desarrollo, No. 2, V30, 1999. P 46

J., ARGYRISCHRIS. Personality and organization. México: McGraw Hill, 2008. p. 83.

KOONTZ, Harold, Administración, una perspectiva global, España, 1998. P 1.

MARQUINA, SANCHEZ, María de Lourdes, " Gobernanza Global del Comercio en Internet ", Ed INAP, 1.ª Edición, México, P 149

MEZA, A. 1995. La industria de diámetros menores en el país. Revista empresarial Kurú. Editorial Tecnológica de Costa Rica. p 8.

PÁEZ GARCÍA, Luis Eduardo. Historia de la Región de Ocaña. Jaguar Group Producciones. Bogotá, 2009. P 23

RIVAS, I (1995). Técnicas de Documentación Investigación I. UNA. Caracas, Venezuela Estadísticas Empresariales; Cámara de Comercio de Ocaña, Ocaña, 2011, P: 68

REPÚBLICA DE COLOMBIA. Ley 1340 de 2009. Por medio de la cual se dictan normas en materia de protección de la competencia. Bogotá. 2012. P 7

REPÚBLICA DE COLOMBIA. Decreto 410 de 1971. Por el cual se expide el Código de Comercio. Edición Cupido. 2011. P 11

REPUBLICA DE COLOMBIA. Ley 1014 de 2006. Llamada también ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, tiene como objeto “Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país. Bogotá. 2011. P 9

RUBIO DOMINGUEZ, Pedro. Introducción a la gestión empresarial. Editorial esparza. Madrid. 2008. P 8

SOLANA, Ricardo F. Administración de Organizaciones.5° Edición, 1998 – Ed. Interoceánica. P 24

REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS

AMBIENTE DE CONTROL. [en línea] [Citado 04 sep., 2015]. Disponible en internet: <<http://www.ccee.edu.uy/ensenian/catcoint/material/control.PDF>>

ACTIVIDADES ECONOMICAS. ¿Qué son las actividades económicas? [En línea] (2015), disponible en < <http://www.actividadeseconomicas.org/2012/05/que-son-las-actividades-economicas.html>> p 1

ECONOMIA. Historia del comercio (online). 1 ed. [s.l.]: Economía, 2012 [citado 5 sep., 2015]. Disponible en: <http://economiaes.com/comercio/historia-del-comercio.html>

ECO-FINANZAS. Sector informal. [En línea] (2015), disponible en < http://www.eco-finanzas.com/diccionario/S/SECTOR_INFORMAL.htm> p 1

CONTRERAS SIERRA, Emigdio Rafael. El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. [En línea] (2015), disponible en < <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/6115/3518> > p 1

DINERO. El contrabando desangra la economía del país. [En línea] (2015), disponible en < <http://www.dinero.com/pais/articulo/impacto-economico-del-contrabando-colombia/210736>> p 1

FARFAN GUTIERREZ, Gloria Patricia. Estatuto Tributario compilado. [En línea] (2009), disponible en <http://www.florencia-caqueta.gov.co/apc-aa-files/66373635633963396266333832333766/ESTATUTO_TRIBUTARIO_MUNICIPAL_COMPILADO__JUNIO_2009.pdf> p 1

JUAREZ, Daniel. Como hacer una matriz FODA. [En línea] (Septiembre 24 del 2012), disponible en < <http://axeleratum.com/2012/como-hacer-un-analisis-foda-fortalezas-oportunidades-debilidades-y-amenazas/> > p 1

MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE. Impacto ambiental. [En línea] (2015), disponible en < <http://www.ambiente.gov.ar/?idseccion=55&aplicacion=glosario&IdPalabra=3710>> p 1

MOLINA LONDOÑO, Luis Fernando. Historia del comercio en Colombia (online). 2 ed. [Bogotá]: Dinero, 2010 [citado 5 sep., 2015]. Disponible en: <http://www.dinero.com/columnistas/edicion-impresa/articulo/200-anos-comercio-colombia-luis-fernando-molina-londono/95391>

OCHOA VALENCIA, David. Informalidad en Colombia. Causas, efectos y características de la economía del rebusque. [En línea] (Marzo 23 de 2004), disponible en < http://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/127/html> p 1

PORTAFOLIO.COM. Efecto de sobrearancel a ropa y calzado divide opiniones. [En línea] (Febrero 27 de 2014), disponible en < <http://www.portafolio.co/negocios/sobrearancel-ropa-y-calzado-colombia>> p 1

VIVES, Antonio. La responsabilidad social de la empresa en américa latina. [En línea] (2011), disponible en <<http://www10.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2011/08342.pdf>> p 1

ANEXO

Anexo A. Encuesta aplicada a los propietarios y/o administradores de los establecimientos comerciales de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

Objetivo: Evaluar la incidencia financiera de los agáchese en las empresas de la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

Actividad que desarrolla la empresa _____
N° de empleados _____

CUESTIONARIO

1. ¿La empresa se encuentra registrada en la cámara de comercio?

Si _____

No _____

Por qué? _____

2. ¿A qué régimen pertenece?

Régimen Simplificado _____

Régimen Común _____

3. ¿Conoce la utilidad generada en la producción de la empresa?

SI _____ NO _____ ¿Por qué? _____

4. ¿La empresa registra diariamente todas sus operaciones comerciales?

Si _____ No _____ ¿Por qué? _____

5. ¿La empresa realiza estados financieros?

Si _____ No _____ ¿Por qué? _____

6. ¿Si su respuesta es SI a la pregunta anterior indique cada cuanto realiza estados financieros la empresa?

Mensual _____

Trimestral _____

Semestral _____

Anual _____

7. ¿Se considera necesaria la elaboración de los estados financieros?

Si _____

No _____

Por qué? _____

8. ¿El capital de inicio de la empresa, fue suministrado por?

Aporte Socios _____

Préstamo Bancario _____

Préstamo Bancario-Particular _____

Aporte de Socios-Préstamo Bancario y Particular _____

Aporte de Socios –Préstamo Bancario _____

No Responde _____

9. ¿La empresa cuenta con el nivel de activos adecuado para producir sus servicios?

Mínimamente _____

Aceptable _____

Suficiente _____

10. ¿Genera suficientes recursos la empresa para cumplir con sus necesidades de operación?

Mínimamente _____

Aceptable _____

Suficiente _____

No cuenta _____

11. ¿La empresa ha solicitado financiación para poder hacer frente a las operaciones diarias del negocio o para hacer inversión?

Si _____

No _____

Por qué? _____

12 ¿A qué fuentes de financiación tuvo acceso?

Préstamo Bancario _____

Socios _____

Particulares _____

Proveedores _____

Otro _____

Préstamo Bancario y Proveedores _____

Préstamo Bancario y Particulares _____

Ninguno ____
No Responde ____

13. ¿La empresa tiene capacidad para cancelar sus deudas a corto plazo?

Si ____
No ____
A veces ____

14. ¿La empresa conoce cuál es la rentabilidad del negocio?

Si ____
No ____
Por qué? _____

15. ¿Reinvierte en la empresa las utilidades, con el fin de fortalecer su base patrimonial?

Si ____
No ____
Por qué? _____

16. ¿Cómo se produce el servicio prestado por la empresa?

Cuando el cliente lo solicita ____
Siempre hay mercancía disponible para la venta-Cuando el cliente lo solicita ____
No Responde ____

17. ¿El personal vinculado a la empresa es?

Calificado ____
Semicalificado ____
No Calificado ____
Calificado y Semicalificado ____
No Tiene Empleados ____

18. ¿Tiene usted conocimiento de los sistemas de venta llamados “agáchese”?

Si ____
No ____

19. ¿Se ha visto afectado por este sistema de venta de los “agáchese”?

Si ____

No _____
Por qué? _____

20. ¿Ve a este tipo de comercio como una competencia fuerte para su establecimiento?

Si _____
No _____
Por qué? _____

21. ¿La disminución de sus ventas a incidido en factores como?

Despido de personal _____
Disminución de sus compras _____
Disminución de la rentabilidad _____
Disminución en los precios de ventas _____
Otros _____ Cuáles? _____

22. ¿Qué tipo de proyecciones se efectúan en esta empresa?

De ventas _____
Finanzas _____
Vinculación de personal _____
Distribución de nuevas líneas de servicios _____
Capacitación al personal _____
Otras _____ ¿Cuáles? _____

23. ¿Qué fortalezas considera que posee la empresa?

24. ¿Qué debilidades considera que posee la empresa?

25. ¿Qué oportunidades considera que posee la empresa?

26. ¿Qué amenazas considera que posee la empresa?

4520 MANTENIMIENTO Y REPARACION DE VEHICULOS AUTOMOTORES
4520 MANTENIMIENTO Y REPARACION DE VEHICULOS AUTOMOTORES
4520 MANTENIMIENTO Y REPARACION DE VEHICULOS AUTOMOTORES
4520 MANTENIMIENTO Y REPARACION DE VEHICULOS AUTOMOTORES
4520 MANTENIMIENTO Y REPARACION DE VEHICULOS AUTOMOTORES
4799 OTROS TIPOS DE COMERCIO AL POR MENOR NO REALIZADO EN ESTABLECIMIENTOS, PUESTOS DE VEN
4799 OTROS TIPOS DE COMERCIO AL POR MENOR NO REALIZADO EN ESTABLECIMIENTOS, PUESTOS DE VEN
4799 OTROS TIPOS DE COMERCIO AL POR MENOR NO REALIZADO EN ESTABLECIMIENTOS, PUESTOS DE VEN
4799 OTROS TIPOS DE COMERCIO AL POR MENOR NO REALIZADO EN ESTABLECIMIENTOS, PUESTOS DE VEN
4799 OTROS TIPOS DE COMERCIO AL POR MENOR NO REALIZADO EN ESTABLECIMIENTOS, PUESTOS DE VEN
4799 OTROS TIPOS DE COMERCIO AL POR MENOR NO REALIZADO EN ESTABLECIMIENTOS, PUESTOS DE VEN
4799 OTROS TIPOS DE COMERCIO AL POR MENOR NO REALIZADO EN ESTABLECIMIENTOS, PUESTOS DE VEN