

Caracterización socioeconómica de los establecimientos comerciales formales e informales del sector comercial de la comuna suroriental del municipio de Fusagasugá.

Quintana Cruz Rud Nelly¹

Resumen

Según el conteo inicial de establecimientos comerciales o vendedores ambulantes establecidos en la comuna sur-oriental del municipio de Fusagasugá, se hace necesario realizar una caracterización socioeconómica del antes mencionado sector, mediante la aplicación de encuestas a una muestra de la población que se determina mediante una ecuación para que esta genere un 90% de nivel de confianza y un 5% de margen de error, con el fin de analizar el comportamiento económico del sector, determinando factores que influyan en su crecimiento; así como en la calidad de vida de la sociedad además el impacto que genera el sector comercial en el entorno social.

Palabras Clave

Observatorio, socioeconómico, caracterización, Sumapaz, Fusagasugá.

Abstract

According to the initial count of commercial establishments and street vendors established in the commune on the eastern side of the municipality of Fusagasuga, it is necessary to carry out a socioeconomic characterization of the previous sector, through the application of surveys a sample of the population that is determined by an Equation to This generates a 90% confidence level and a 5% margin of error, in order to analyze the economic behavior of the sector, determining the factors that influence its growth; As well as in the quality of life of society and the impact generated by the commercial sector in the social environment.

Key Board

Observatory, socioeconomic, characterization, Sumapaz, Fusagasugá.

¹ Rud Nelly Quintana Cruz; Estudiante de IX semestre de Contaduría Pública Universidad de Cundinamarca, perteneciente al semillero de investigación Desarrollo empresarial y crecimiento (DEC) en el grupo Productividad y crecimiento empresarial (PROCEM), Fusagasugá, Cundinamarca, Colombia; nellisyta_14@hotmail.com

INTRODUCCIÓN

El presente artículo trata acerca de una investigación de tipo socioeconómico, la cual viene siendo estudiada por parte de diferentes estudiantes de la Universidad de Cundinamarca con el objeto de crear una base de datos; abarcando y recopilando toda la información socioeconómica del área rural y urbana de la región del Sumapaz, formando así un Observatorio socioeconómico, para lo cual fue necesario crear un Semillero de investigación.

Para este caso se tomó en cuenta un importante instrumento investigativo como lo es la encuesta, recopilando de esta manera los datos necesarios para analizar un importante sector comercial del municipio de Fusagasugá; conformado por establecimientos comerciales formales e informales de cinco barrios los cuales son Las Delicias, Macarena, Obrero, Santa Bárbara y Villa Lady.

En esta investigación se analizará el sector comercial mencionado anteriormente por medio de trece (13) distintas variables, a la vez se relacionará cada situación por medio de una serie de teorías; como toda investigación se hallaron una serie de limitaciones u obstáculos los cuales se pudieron sacar adelante mediante el transcurso del trabajo de campo.

Al final se analizaron toda la serie de datos obtenidos planteando una solución a la problemática económica que se presenta y de paso se relacionó que enfoque se da con esta investigación relacionándola con nuestra profesión.

El observatorio socioeconómico de la Región del Sumapaz, perteneciente a la Universidad de Cundinamarca es una herramienta dirigida a la población en general como un medio de consulta de diferentes variables socioeconómicas de cada uno de los municipios que la conforman; sin embargo esta información ha sido tomada de los establecimientos comerciales sin tener en cuenta los vendedores ambulantes que hay dentro del casco urbano de los municipios.

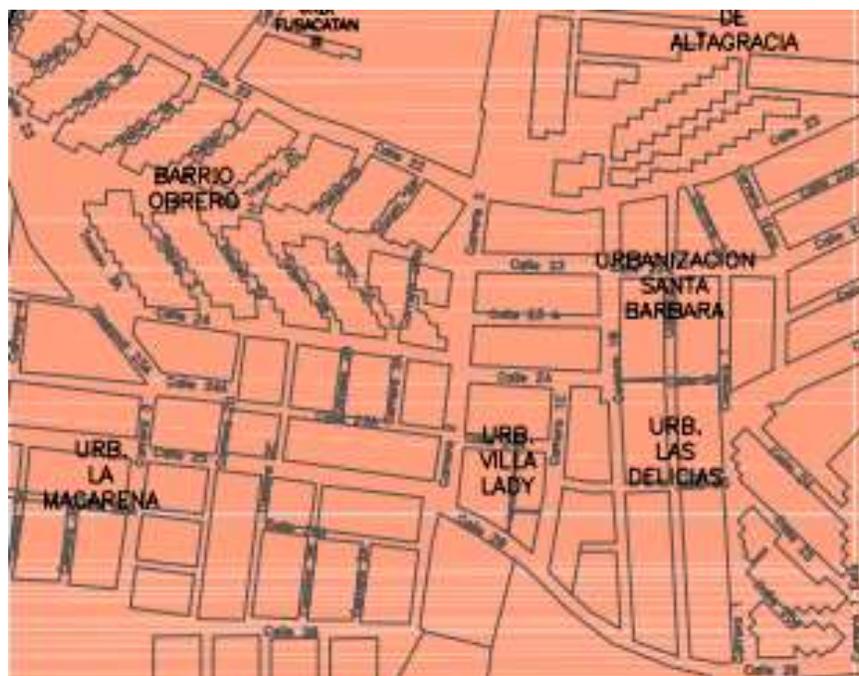
En relación con el municipio de Fusagasugá que es el más grande de la región se tiene alguna información socioeconómica; sin embargo el municipio cuenta con sectores en los que hay mayor actividad comercial, es por esto que la Universidad de Cundinamarca mediante el observatorio socioeconómico busca ampliar la información y tener un estudio más detallado del comportamiento socioeconómico del sector a estudiar; tomando como población de estudio todos los establecimientos comerciales incluyendo a los vendedores ambulantes que están ubicados en

los barrios Delicias, Macarena, Obrero, Santa Bárbara y Villa Lady; con el propósito de recopilar una información más profunda de este sector que según estudios anteriores del observatorio determinó que es uno de los sectores de mayor influencia en la economía del municipio de Fusagasugá; teniendo en cuenta que en dicho sector se presenta bastante movimiento comercial en establecimientos y vendedores ambulantes.

MARCO GEOGRAFICO

El área geográfica en la que se aplicó el estudio socioeconómico fue en el municipio de Fusagasugá, mas puntualmente en los barrios Delicias, Macarena, Obrero, Santa Bárbara y Villa Lady, tomando el sector comercial que está ubicado en estos barrios.

Mapa de los barrios Delicias, Macarena, Obrero, Santa Bárbara y Villa Lady



(Alcaldia de Fusagasugá - Pagina web, 2011)

En cada una de las visitas que se realizaron a los barrios, se realizó una caracterización que permitiera identificar la cantidad de establecimientos comerciales y de vendedores ambulantes que están establecidos o trabajan en este sector.

METODOLOGÍA

La región del Sumapaz cuenta con diez municipios, Fusagasugá es su capital, por tanto el municipio más grande de esta, abarca la mayoría de extensión así mismo una parte significativa de la población del sector, a su vez es el centro de operaciones y relaciones comerciales entre los municipios. Fusagasugá cuenta con una amplia población que obliga a este municipio a tener diferentes sectores comerciales para suplir las necesidades de todos sus habitantes facilitando la obtención de recursos que logren la satisfacción de cada uno de ellos.

Por consiguiente, la población del municipio de Fusagasugá ha venido creando sus zonas de comercio que están ubicadas en puntos estratégicos con el fin de ofrecer mayor cubrimiento de todos los barrios con sus respectivos habitantes, es por esto que la economía del municipio presenta diferentes factores que la determinan la variabilidad de las clases sociales y la naturaleza de los establecimientos determinan el comportamiento de las variables económicas tales como precio, calidad, oportunidades de empleo, entre otras.

En relación con lo anterior, se tiene que el Centro del municipio es catalogado como el mayor sector comercial, incluyendo en este, la plaza de mercado, los principales supermercados igualmente una gran parte de almacenes que ofrecen productos o servicios de toda clase. Sin embargo, el municipio cuenta con otro sector que proporciona la mayoría de los recursos a los barrios ubicados en la comuna sur-oriental de Fusagasugá.

Ahora veamos, este sector representa un alto impacto de la economía de Fusagasugá, en él se encuentra una gran variedad de productos o servicios que suplen las necesidades de los habitantes de este sector, así mismo ofrecen una estabilidad y facilidad para las personas que no desean desplazarse más lejos o que esperan hacer sus compras sin alejarse de la casa, evitando el gasto de tiempo, transporte en el que incurriría en caso de desplazarse al centro del municipio.

En este sentido es de vital importancia para el óptimo desarrollo de una economía que genere estabilidad, una caracterización que permita determinar los factores más influyentes en esta, al mismo tiempo determinar bajo que estándares se trabaja, cuáles son los componentes que determinan el sector; además la forma en la que se ejecuta el desarrollo de las actividades comerciales o de prestación de servicios.

Otro rasgo que se debe resaltar es, la economía informal representada por los vendedores ambulantes que abundan en el municipio, por ende en el sector; considerando que estos hacen parte del sistema económico generando cambios o reacciones que son inevitables para los establecimientos de comercio que están legalmente establecidos, desde un punto de vista económico, la diferencia entre los antes mencionados agentes económicos del sector pueden presentar punto a favor o en contra que a su vez generan beneficios o limitantes para el otro.

Por todo esto, surge la necesidad de una investigación en la que se realice una caracterización socioeconómica del antes mencionado sector comercial; determinando diferentes variables, con el propósito de generar un estudio en el que la sociedad en general pueda conocer el entorno económico determinando su capacidad de cubrir con las necesidades de los habitantes del sector además de los barrios aledaños a este.

En este sentido se aplica una investigación de tipo experimental debido a que se observara el acoplamiento del observatorio mediante la información actualizada para el buen desarrollo de las entidades económicas. Además una investigación descriptiva debido a que busca evidenciar la información económica de los barrios Delicias, Macarena, Obrero, Santa Bárbara y Villa Lady perteneciente a la comuna sur oriental del municipio de Fusagasugá a través de una base de datos la cual contendrá información actualizada de dichos barrios.

Por medio de esta investigación se obtendrán resultados que permitan a la población en general de Fusagasugá y de la región del Sumapaz tener una perspectiva más profunda del comportamiento económico, los tipos de establecimientos comerciales o prestadores de servicios que se encuentran en dicho sector, como fuente de consulta así mismo proporcionando información que generara oportunidades de empleo en áreas como la contabilidad o la administración de empresas igualmente a la población en general que esté interesada en invertir o iniciar con una actividad comercial o económica en este sector.

Con el propósito de realizar una investigación completa, se hace necesario aplicar técnicas que permitan un alcance más amplio del estudio, generando altos estándares de confiabilidad para la obtención de resultados precisos, que generen seguridad a quien los consulte. De esta manera se adquieren técnicas de recolección de datos que se llevara a cabo por medio de una encuesta realizada de manera personal a través de visitas a una muestra significativa de la población de los

establecimientos o vendedores ambulantes de los barrios Delicias, Macarena, Obrero, Santa Bárbara y Villa Lady.

A fin de recolectar la información determinante se debe tener en cuenta variables que sean relevantes, en este caso se realizarán encuestas por medio de un cuestionario que incluye 14 variables para determinar las principales características del negocio ya sea en establecimiento o de venta ambulante; mediante este cuestionario aplicado personalmente se tendrá un punto de vista más a fondo del comportamiento económico del sector, así como la calidad de vida que ofrece este a sus beneficiarios.

Conforme a lo anterior, se determinan estas variables barrio, nombre de negocio o vendedor ambulante, tipo de Negocio, dirección, régimen, sector económico, ventas diarias, relaciones financieras, apoyo del gobierno, compra de insumos, número de empleados, género de los empleados, horas de trabajo y salario mensual, las variables han sido determinadas para generar un resultado que permita conocer en forma general los aspectos más relevantes del negocio además la capacidad que este tiene; así como la forma en la que desarrollan su actividad comercial de bienes o servicios, asimismo el manejo de su administración interna.

Hay que mencionar además que se analizará tanto cuantitativa como cualitativamente todas las preguntas aun las subjetivas, se estudiará principalmente a través de la media aritmética y la fórmula de la teoría muestral, la cual consiste en arrojar un porcentaje para determinar un nivel de confianza con un margen de error; esto con el propósito de dar cumplimiento al objetivo de la investigación, generando una base de datos confiable, con información precisa.

Es indispensable el análisis de los resultados cuando estos sean recolectados, ya que maximiza su claridad para que sea más entendible, con relación al análisis de los resultados se utilizará la herramienta informática Excel, allí se consolidará una base de datos con toda la información recaudada para que esta sea más comprensible y permita ser analizada más fácilmente; así mismo se realizarán gráficas mediante esta herramienta para tener un punto de vista más completo igualmente para que se puedan sacar las respectivas conclusiones, aportando las recomendaciones pertinentes.

En este sentido se hace indispensable iniciar la investigación aplicando una caracterización de establecimientos de comercio o vendedores ambulantes que estén establecidos en el sector para

así determinar la cantidad de estos mismos a ser encuestados; en esta caracterización se obtuvo un total de 258 establecimientos (Ver ilustración 1), 42 vendedores ambulantes (Ver ilustración 2), para un total poblacional de 300, que ofrecen diferentes productos y servicios.

Ilustración 1 Caracterización de establecimientos.

TIPO DE ESTABLECIMIENTO	CANTIDAD	MISCELANEA Y PAPELERIA	10
ALQUILER DE LAVADORAS	1	MUEBLES ALMACEN	1
ARTICULOS CELULARES	4	NATURISTA	1
ASADERO	2	ODONTOLOGIA	1
BAR	10	ORNAMENTACION	4
BICICLETERIA	1	PAGATODO	5
BILLAR	2	PANADERIA	6
CARPINTERIA	5	PAÑALERIA	4
CASINO	2	PARQUEADERO Y LAVADERO	1
CERRAJERIA	1	PESACDERIA	1
COMERCIALIZADORA DE ASEO	3	PINTURAS	1
COMIDAS RAPIDAS	15	PLASTICOS Y DESECHABLES	2
CORRESPONSAL BANCARIO	1	QUESOS	1
DEPOSITO MATERIALES	4	REMATES	2
DROGUERIA	4	REMontADORA	1
EXTINTORES	1	RESTAURANTE	17
FABRICA DE LAVADEROS	1	ROPA	11
FAJAS	1	SALON DE BELLEZA	28
FERRETERIA	5	SALSAMENTARIAS Y FAMAS	12
FINCA RAIZ	2	SEGUNDAZO	1
FRUVER	5	SERVIENTREGA	1
FUMIGACIONES	1	SUPERMERCADOS	13
HELADERIA Y FRUTERIA	3	TAMALES Y EMBUELTOS	1
INTERNET	10	TAPICERIA	1
JARDIN INFANTIL	2	TEXTILES (COJINES)	2
LATONERIA	2	TIENDA	22
LICORERIAS	3	TIENDA DEPORTIVA	1
LUJOS DE CARROS	3	TIENDAS DE MASCOTAS	2
MAQUINAS DE COSER	1	VIDEO JUEGOS	3
MECANICA	10	VIDRIERIA	2
		TOTAL	258

Fuente: elaboración del autor.

Ilustración 2 Caracterización vendedores ambulantes

TIPO DE VENDEDOR AMBULANTE	CANTIDAD
ENSALADAS	3
JUGOS	1
ESPEJOS Y CUADROS	1
CUBRELECHOS Y MUÑECOS	1
PRODUCTOS AGRICOLAS	18
MUSICA Y PELICULAS	2
COMIDA RAPIDA	15
ROPA	1
TOTAL	42

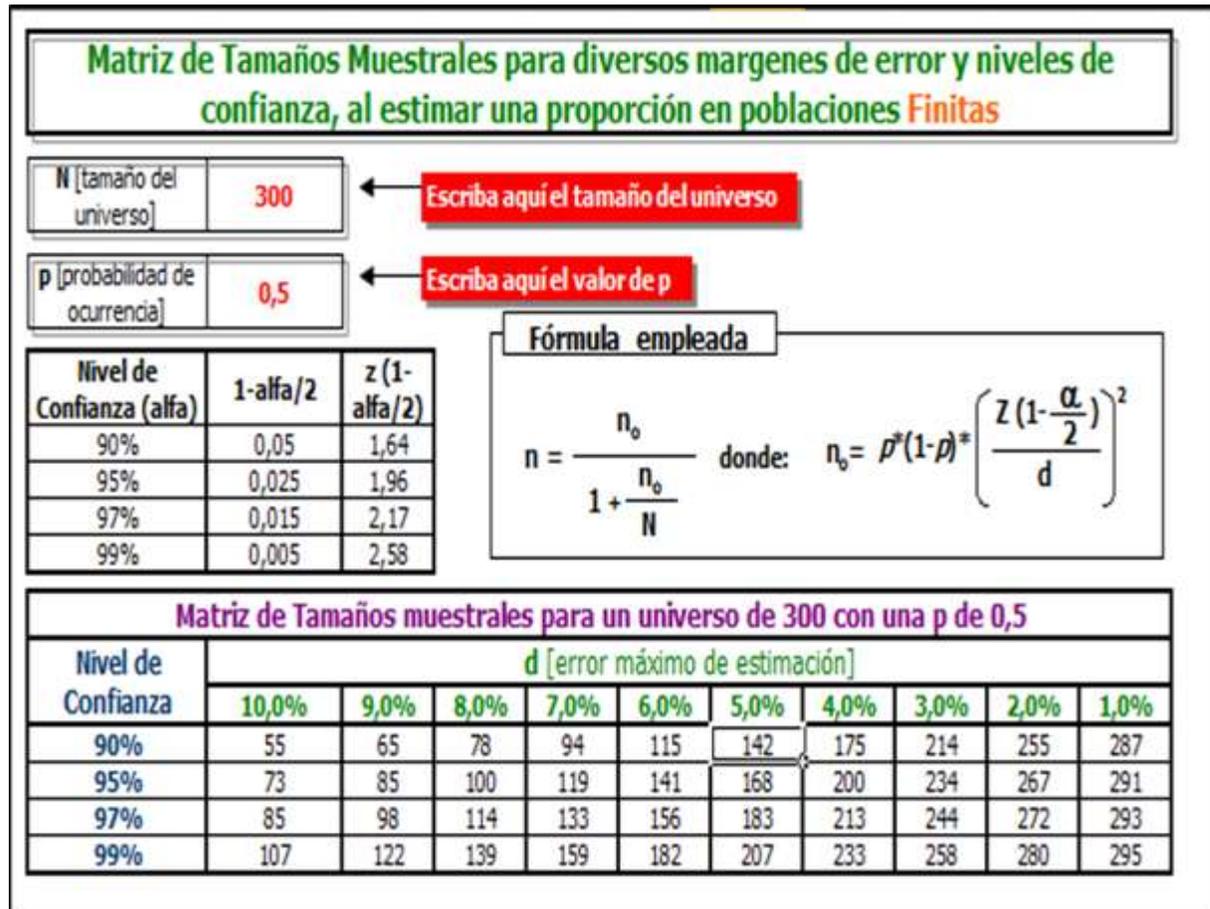
Fuente: elaboración del autor.

Dicho lo anterior, es necesario hacer claridad en la necesidad de realizar un cálculo que permita determinar el tamaño de la muestra para que esta sea confiable, al mismo tiempo para que no sea necesario un cubrimiento total de los negocios; puesto que sería muy dispendioso aplicar la encuesta al total de la población, teniendo como limitantes, la disposición, colaboración de las personas encuestadas, pues en algunos casos la información planteada en las variables resulta ser poco compartida por ellos a causa de la confidencialidad que representa para su negocio o en el caso de los empleados la no autorización de para proporcionar dicha información.

En razón de lo anterior, se puede determinar mediante una ecuación el tamaño de la muestra que se debe considerar a la hora de la aplicación de las encuestas, según la caracterización existían 300 negocios, entre establecimientos y ambulantes, de acuerdo a la ecuación, teniendo un 90% de nivel de confianza, con un margen de error del 5%; la muestra a la que se le debe aplicar la encuesta es 142 negocios entre establecimientos o vendedores ambulantes. (Ver ilustración 2).

En efecto se aplicara la encuesta a 142 negocios proporcional al tamaño poblacional de establecimientos o vendedores ambulantes, realizando así un mayor cubrimiento que identifique las características más notables y que pueden llegar a tener en común para generar la obtención de resultados confiables.

Ilustración 3 Ecuación muestral.



(Indemer, 2010)

ESTADO DEL ARTE

Marco teórico

Es necesario mencionar que esta investigación está totalmente enfocada a una caracterización socioeconómica donde se ha planeado dentro del marco de referencia con teorías de crecimiento y desarrollo económico, por esta razón se tratarán los conceptos más relevantes que se tuvieron en cuenta para el desarrollo de esta investigación.

En primer lugar se toma como referencia la teoría de crecimiento de Harrod-Domar al cual lo llama tasa natural de crecimiento al ritmo de crecimiento de la oferta de trabajo plantea lo siguiente; la oferta de trabajo se refiere al incremento de las personas que trabajan, las horas que están dispuestos a trabajar además el aumento de la capacidad productiva con la que cuentan,

visto de esta manera es necesario que se incremente el capital productivo igualmente el producto, para generar un equilibrio, evitando generar desempleos, baja producción o deficiencias en la calidad del trabajo. (Eumed.net - Enciclopedia Virtual., 2007)

De este modo, se relaciona esta teoría con la investigación debido a que el sector comercial estudiado posee muchas características con una numerosa cuantía de establecimientos comerciales formales e informales, los cuales tiene un horario muy extenso facilitando a la comunidad el poder adquirir los bienes o servicios en un horario comprendido aproximadamente entre las 7:00 am a las 10:30 pm, generando así muchas ofertas de trabajo para poder cumplir los distintos turnos en los horarios que manejen cada uno de los establecimientos.

Así mismo, al ofertar una amplia cobertura de tiempo en el que prestan servicio o venden los productos, generan mayor capitalización, que a su vez generaría un incremento en la capacidad productora en este caso de ventas, ofertando mayor cantidad de productos para satisfacer las necesidades de más habitantes, respaldando el cubrimiento total no solo del sector sino ofreciendo un cubrimiento a sectores aledaños que aporten al mantenimiento y desarrollo económico de este sector.

En segundo lugar tenemos la teoría de Rivas Tovar en la que hace referencia al análisis de recursos y capacidades de la empresa que se convierte en un instrumento esencial para el análisis interno además para la formulación de la estrategia de la empresa. (Rivas Tovar, 2010)

Dicho de este modo, Esta teoría se relaciona con la investigación respecto a la diferencia que presentan los tipos de comercio que se analizan, ya que por parte de los establecimientos se tiene mayor cubrimiento en lo que respecta a variedad de productos en un solo lugar; así mismo estos poseen mayor disponibilidad de cantidades a ofertar; en este mismo sentido ofrecen confiabilidad asimismo respaldo a la hora de algún tipo de inconveniente con el bien o servicio adquirido. Por otro lado, en el caso de los vendedores ambulantes se presenta una gran dificultad en este sentido, ya que ellos en ocasiones ofertan poca variedad de productos con su respaldo o garantía con estos no se puede asegurar. Por tanto, este es un factor a favor para los establecimientos debido a que aumenta su competitividad por su mayor capacidad o disponibilidad de recursos.

En relación con esto, se tiene mayor capacidad de análisis interno en los establecimientos ya que al estar siempre en el mismo lugar tendrán una mayor perspectiva del flujo adquisitivo de las

personas, enfatizando en los horarios, preferencias de productos o calidades más consumidas además que recurrentemente compran estas personas, ocasionando respaldo igualmente mayores posibilidades de ofrecer una atención al cliente más personalizada convirtiéndola en más satisfactoria, al contrario los vendedores ambulantes no generan una estabilidad, a pesar de su ubicación recurrente en un punto no ofrece el respaldo que garantice un óptimo desarrollo de beneficios a sus clientes.

En tercer lugar tenemos la teoría de los dos factores; esta teoría analiza a las personas desde el comportamiento individual, enfocándose en qué tipo de motivación deben tomar hacia sus empleados cada una de las empresas con el fin de obtener un desarrollo además de un crecimiento económico como factor relevante para dirigir las organizaciones con eficiencia y productividad adecuada. (Pinto, 2002)

“De acuerdo con Herzberg, los gerentes más que motivar los empleados cargándoles sus trabajos verticalmente con tareas rutinarias, deben por el contrario, cargar horizontalmente los trabajos proporcionándoles mayores oportunidades de ser objeto de mayores responsabilidades, experimentar crecimiento personal y de progreso laboral”.
(Pinto, 2002)

En concordancia a lo anterior, esta teoría se relaciona con la investigación en cuanto al comportamiento de los empleados de los diferentes negocios, teniendo en cuenta de que en su gran mayoría los negocios son atendidos por sus propietarios, las condiciones o motivaciones que estos tienen se centran mayoritariamente en la consecución de utilidades o recursos que generen el sostenimiento del establecimiento asimismo un beneficio económico para su subsistencia diaria, en muchas ocasiones sacrificando otras actividades que podrían o deberían realizar, es decir, el hecho de estar atendiendo su propio negocio se ve para ellos más que como una satisfacción personal, una obligación para suplir sus necesidades.

Por otra parte, en los lugares en los que hay empleados, se evidencia el pensamiento de ellos en cuanto a realizar estrictamente el cumplimiento de sus funciones a cambio de recibir un salario para fines de gasto personal, siempre en la búsqueda de mejores posibilidades o alternativas de empleo, ya que no se encuentran conformes con el trato que se les da o con las

condiciones en las que tienen que laborar, el tiempo que deben estar y la remuneración que puede llegar a no ser justa o suficiente.

En último lugar está la teoría de la ventaja competitiva; esta teoría se relaciona con la investigación debido a que en el sector se encuentran múltiples tipos de establecimientos de comercio; donde por ejemplo las tiendas, los fruver, los supermercados pertenecen al régimen simplificado o común según correspondan, es decir, tienen formalizado su negocio; pero a la vez se encuentran una serie de vendedores ambulantes que ofrecen gran parte de los productos agrícolas que se venden en el tipo de establecimientos anteriormente mencionados, generando de esta manera una gran ventaja ante los establecimientos porque pueden ofrecer precios más asequibles, acogiendo de esta manera a más clientes, sin la necesidad de tener que pagar gastos como arriendos, impuestos, servicios, entre otros.

“Valor que una empresa es capaz de crear para sus clientes, en forma de precios menores que los de los competidores para beneficios equivalentes o por la provisión de productos diferenciados cuyos ingresos superan a los costes”. (Noticias de economía y finanzas, 2014)

De acuerdo a lo anterior también hay que mencionar que el sector en general posee unas ventajas frente a otros tipos de sectores, como por ejemplo la gran variedad de productos o servicios que ofrece el sector investigado, para la seguridad hay un Comando de Acción Inmediata (C.A.I.) ubicado en el barrio La Macarena, un paradero de taxis ubicado entre el Barrio Santa Bárbara y la Urbanización Prados De Altagracia además que por el sector pasan distintas rutas de servicio público dirigidas a diferentes lugares del municipio.

Podemos condensar lo dicho hasta aquí, que en un entorno económico en el que se presentan distintos tipos de negocios, como lo son los establecimientos de comercio o los vendedores ambulantes, de diferentes bienes o servicios influyen diferentes factores que bien pueden beneficiar a algunos de ellos por el contrario a otros que los pueden perjudicar, así mismo cada negocio se acopla al funcionamiento que brinde más oportunidades además crecimiento económico personal, tomando en cuenta las necesidades que quiere suplir analizando la mejor técnica de consecución de estas, por medio de trabajo propio o como empleado, en la búsqueda de un beneficio económico que optimice la calidad de vida.

Antecedentes

Ilustración 5 Tabla de antecedentes

Antecedente	Característica
Observatorio Socioeconómico de Santander, universidad Santo Tomas.	Investigar los procesos productivos del sector, las estrategias de innovación tecnológica a escala empresarial, la caracterización de mercados y los mecanismos de asociatividad empresarial. (Observatorio Socioeconómico de Santander, 2010)
Observatorio de desarrollo económico Bogotá.	El notable crecimiento del comercio en el periodo comprendido entre enero y septiembre del 2010, las ventas minoristas crecieron 11,3% ha representado para la Capital importantes avances en materia de empleo. (Bateman Serrano, Riaño Sacipa, & Roldán Restrepo, 2011)

Fuente: Elaboración del autor.

El observatorio socioeconómico de Santander, perteneciente a la universidad Santo Tomas, ha venido desarrollando investigaciones en diferentes áreas, como las habilidades de innovación, la caracterización de sectores comerciales o las actividades empresariales; lo anterior enfocado en la búsqueda de analizar las alternativas, o posibilidades de mejoramiento que pueda llegar a tener el Departamento, en sectores como la industria, el comercio, el turismo. (Observatorio Socioeconómico de Santander, 2010)

Este observatorio se relaciona con la investigación, debido a que en él se estudian aspectos determinantes para la economía, además el desarrollo de sectores económicos que fomentan al crecimiento de las regiones, municipios, departamentos, o incluso hasta el país. En el observatorio socioeconómico de la región del Sumapaz, la investigación también se enfoca en la

consecución de optimizar la economía de los municipios pertenecientes a esta, mediante estudios que permitan identificar variables determinantes en el crecimiento económico de estos. De este modo es un punto de análisis tomado de otras regiones del país que permiten generar aportes a la región investigada.

Teniendo en cuenta el estudio realizado por el Observatorio de desarrollo económico, titulado “¿Cómo le fue a la economía Bogotana en 2010?”, en el cual aplican un estudio al comportamiento de las diferentes variables económicas que influyen en el desarrollo óptimo de la economía colombiana, se puede apreciar un apartado en el que menciona lo siguiente:

“El notable crecimiento del comercio en el periodo comprendido entre enero y septiembre del 2010, las ventas minoristas crecieron 11,3% ha representado para la Capital importantes avances en materia de empleo.” (Bateman Serrano, Riaño Sacipa, & Roldán Restrepo, 2011)

Lo anterior se relaciona con la investigación, debido a que el crecimiento económico de un sector o ciudad en la mayoría de los casos se da gracias a la alta influencia que tiene el comercio en crecimiento y desarrollo de la economía, de este modo el sector comercial estudiado presenta alta actividad comercial, fomentando al desarrollo del municipio de Fusagasugá, así mismo se puede evidenciar la importancia de brindar métodos de ayuda y apoyo al desarrollo de dicha actividad para generar beneficios, tanto a escala individual por parte de los establecimientos y vendedores ambulantes, así como a escala general, respecto al sector analizado y al municipio en general, con el fin de brindar mejor calidad de vida a la sociedad.

De la misma manera se tiene la contribución de esta actividad económica con la generación de empleo, variable que es incluida en la investigación y analizada bajo diferentes conceptos, que aportan tanto a los establecimientos y vendedores, como a sus empleados, o a la comunidad interesada en adquirir nuevas opciones laborales o incluso la creación de su negocio propio que a la vez permita abrir ofertas laborales a otras personas, haciendo más participativa a la comunidad mejorando su forma de vivir.

Referentes

Ilustración 6 Referentes

Referente	Característica
Daniel Felipe Rozo Rojas y Daniel Francisco Montoya Palacios	Generar información pertinente de carácter socioeconómica de los municipios de Arbeláez, Fusagasugá Y Pasca; para así ayudar al desarrollo económico de la región del Sumapaz. (Rozo & Montoya, 2016)
Yeltsin Francisco Guerrero Hernández	Caracterizar social y económicamente los municipios de Venecia y Cabrera. (Hernandez, 2016)
Cámara de comercio de Bogotá.	En Bogotá los resultados en la informalidad laboral en el tercer trimestre de 2016 son los más bajos desde el 2007: la informalidad ha pasado del 45,2% en el 2007 al 42,2% en el 2016. (Camara de Comercio de Bogota, 2016)

Fuente: Elaboración del autor

En vista de que la economía de los diferentes sectores poblacionales del mundo entero evoluciona diariamente se puede establecer una rama de investigación u observación, encaminada al análisis del crecimiento de los sectores económicos, su comportamiento de acuerdo a las condiciones de vida de la sociedad, las necesidades que debe suplir además el incremento de factores que afectan el desarrollo de actividades comerciales o de prestación de servicios.

Teniendo en cuenta la “Caracterización socioeconómica de la región del Sumapaz – Municipios de “Arbeláez, Fusagasugá y Pasca”, realizada por Daniel Felipe Rozo Rojas, Daniel Francisco Montoya Palacios; 2016”, en la que se aplica un estudio investigativo con el fin de actualizar las bases de datos de diferentes variables socioeconómicas de tres municipios de gran importancia pertenecientes a la región del Sumpaz, así como los principales problemas con los que cuentan los establecimientos de comercio que se encuentran ubicados en el casco urbano de estos municipios. (Rozo & Montoya, 2016)

Esta caracterización está directamente relacionada con la investigación, debido a que incluye en su población y muestra el municipio de Fusagasugá, al cual pertenece la población de esta investigación; así mismo se analizan las mismas variables en las que se profundiza el sector comercial de la comuna centro; tiene como relación el análisis del comportamiento socioeconómico de lugares influyentes en el comercio de la economía del municipio.

Así mismo, se tienen en cuenta el trabajo de grado titulado “observatorio socioeconómico del Sumapaz caracterización socioeconómica caso: municipios de cabrera y Venecia (casco urbano), realizada por Yeltsin Francisco Guerrero Hernández; 2016, en el que se analizó el comportamiento de los negocios, establecimientos de dos municipios pertenecientes a la región del Sumapaz; generando aportes para mejorar la calidad de vida e identificando las variables que controlaban el funcionamiento de estos negocios. (Hernandez, 2016)

Respecto a este trabajo de grado se tiene una relación con la investigación en aspectos como, la calidad de vida que maneja la sociedad en la que se aplica el estudio, el manejo que se le da a los establecimientos comerciales por parte de los propietarios; generando un impacto social determinante que se ve reflejado en el desarrollo económico del sector así como en su crecimiento; en este sentido esta caracterización aporta puntos de vista mediante el análisis de resultados que en comparación con la población de estudio tienen una característica socioeconómica similar.

Un aspecto fundamental en la constitución de negocios es la formalidad ante la cámara de comercio en este sentido se puede analizar la estabilidad igualmente la responsabilidad ante el estado mediante las entidades que controlan la formalización comercial; en relación con la investigación se puede relacionar con la informalidad de algunos establecimientos o los vendedores ambulantes que evidentemente no se encuentran registrados además no tienen ningún tipo de vínculo con dichas entidades.

“En Bogotá los resultados en la informalidad laboral en el tercer trimestre de 2016 son los más bajos desde el 2007: la informalidad ha pasado del 45,2% en el 2007 al 42,2% en el 2016.” (Camara de Comercio de Bogota, 2016)

RESULTADOS

Como resultado de la aplicación del instrumento de investigación, se logró consolidar una base de datos en la que se registraron todos los datos adquiridos de los establecimientos comerciales o de servicios y de los vendedores ambulantes, adicional a esto se pudo evidenciar de forma más clara y entendible los resultados que surgieron a partir de la investigación; de este modo se pudo establecer unos análisis más profundos de cada una de las variables, así como la causa de porque arrojaran dichos resultados, en este sentido se hace necesario tener un análisis claro para generar unas conclusiones y recomendaciones que aporten beneficios a la comunidad, a los empresarios, a las entidades estatales, y profesionales que requieran de dicha información.

Para esto se muestra un análisis claro y detallado de los aspectos más relevantes en cada una de las variables estudiadas, obtenido mediante el instrumento investigativo aplicado a la muestra.

Establecimientos comerciales.

El sector comercial de la comuna sur oriental del municipio de Fusagasugá comprendido en los barrios Las delicias, Macarena, Obrero, Santa Bárbara y Villa Lady; posee un gran número de establecimientos comerciales y de servicios, que sin lugar a dudas son los que tienen mayor impacto en la economía del sector, es por ello que se tomó una muestra significativa que permitiera tener un análisis del comportamiento de dicho sector con relación a cada una de las variables estudiadas, es así como se logró consolidar una base de datos con la información general de los establecimientos para generar de este modo un análisis más completo. De este modo se construye un cuadro de análisis de los resultados que permite identificar el comportamiento más significativo de cada variable.

Tabla 1 Análisis de los resultados establecimientos comerciales 1 de 4

<p>Caracterización de la cantidad de establecimientos por barrio.</p>	<p>De 121 establecimientos estudiados un 60% se encuentran ubicados en el barrio Macarena, y en el barrio Obrero debido a que estos son los de mayor extensión</p>
<p>Caracterización de la cantidad de establecimientos por actividad económica.</p>	<p>La actividad económica predominante dentro de la muestra estudiada es la del sector de comercio la cual representa el 71 %; esto se debe a las necesidades de la comunidad y la demanda del sector en esta actividad; pues predomina la compra de productos ya terminados.</p>
<p>Caracterización del tipo de establecimientos que pertenecen a la actividad económica comercio.</p>	<p>Una parte significativa de establecimientos que realizan la actividad económica comercio son las tiendas con un 18% de la muestra, dichos establecimientos son los más comunes a razón de que ofertan productos consumidos habitualmente por las personas y que satisfacen necesidades básicas. Así mismo encontramos que las comidas rápidas representan el 16% de la muestra, esto se debe al amplio desarrollo de dichos negocios que ofrecen productos con altos estándares de consumo y que cubren una necesidad a las personas.</p>
<p>Caracterización del Tipo de establecimientos pertenecientes a la actividad económica servicios.</p>	<p>El 52% de los establecimientos que hacen parte de la actividad económica servicios, son peluquerías; debido a que se encuentran ubicadas en la calle 25 entre la carrera primera y tercera, formando un sector dedicado en su mayoría a la prestación de dicho servicio.</p>

Fuente: elaboración del autor.

Tabla 1 Análisis de los resultados establecimientos comerciales 2 de 4

<p>Caracterización de los establecimientos por régimen al que pertenecen.</p>	<p>De 121 establecimientos, el 68% pertenecen al régimen simplificado; esto se debe a que el hecho de pertenecer a dicho régimen los excluye de varias obligaciones tributarias, y hace que el pago de impuestos sea menor; así mismo sus ingresos o la capacidad de su negocio no es tan alta para pertenecer a un régimen de mayor grado.</p>
<p>Caracterización del promedio de ingresos diarios de los establecimientos.</p>	<p>El 82% de los 121 establecimientos tienen un promedio de ingresos entre \$0 - \$500.000, esto se debe al tamaño y la cantidad repetitiva de establecimientos de un mismo tipo en el sector; en relación con esto muy pocos establecimientos generan ingresos representativos.</p>
<p>Caracterización de los establecimientos que poseen relaciones financieras con instituciones bancarias.</p>	<p>La mayoría de los establecimientos no presentan relaciones financieras con entidades bancarias, representado por el 83%; esto se debe a los sobrecostos que genera el hecho de adquirir un crédito por los intereses que se pagan, estos disminuyen su utilidad, por el contrario prefieren tener créditos con los mismos proveedores.</p>
<p>Caracterización de establecimientos que han recibido apoyo del gobierno.</p>	<p>El 99% de la muestra de establecimientos no han recibido un apoyo del gobierno; al ser establecimientos pequeños no son tenidos en cuenta por entidades que brinden apoyo, así mismo en vez de recibir una ayuda estos establecimientos son perjudicados con el incremento de impuestos ya existentes o la creación de nuevos impuestos. Además, en el sector se ve reflejada en que una cuarta parte de la muestra ni siquiera se encuentra legalmente constituida.</p>

Fuente: elaboración del autor.

Tabla 2 Análisis de los resultados establecimientos comerciales 3 de 4

<p>Caracterización de los lugares en los que compran mercancías los establecimientos.</p>	<p>La compra de mercancías o insumos requeridos por los establecimientos predomina en dos ciudades notablemente; por un lado se encuentra un 43% de la muestra que realiza la compra de estos insumos en la ciudad de Bogotá debido a que en esta ciudad son más económicos la mayoría de los productos que comercializan y al comprar al por mayor tiene un costo menor generando a su vez mayor utilidad para ellos. Por otro lado se encuentra con el 41% de la muestra el municipio de Fusagasugá, los establecimientos que realizan sus compras en este municipio buscan economizar en transportes y en obtener en un menor tiempo los insumos.</p>
<p>Caracterización de la cantidad de empleados por establecimiento.</p>	<p>Dentro de la investigación realizada se observó que el 60% de los establecimientos solo cuentan con un empleado; en la mayoría de los casos este empleado es propietario o familiar de este.</p>
<p>Caracterización del género de los empleados que laboran en los establecimientos comerciales.</p>	<p>De 121 establecimientos, el 55% son atendidos por personal femenino; ya que las mujeres presentan mayor empatía y cordialidad al momento de la atención al cliente, y en los casos donde la contratación es de género masculino se debe al esfuerzo físico que es requerido para desempeñar las labores.</p>
<p>Caracterización de la cantidad de horas laboradas por empleado en los establecimientos.</p>	<p>Cerca del 80% de los establecimientos tiene jornadas laborales entre 9 y 14 horas, manejando turnos bastante largos en relación con la remuneración dada a cada empleado.</p>

Fuente: elaboración del autor.

Tabla 3 Análisis de los resultados establecimientos comerciales 4 de 4

<p>Caracterización del salario mensual devengado por los empleados de los establecimientos.</p>	<p>El 51% de los establecimientos no manejan un salario determinado para la persona que trabaja en este; por tanto su salario se basa en las utilidades generadas por el negocio; esto se debe a que dichos establecimientos son atendidos por el propietario. Así mismo dentro del 36% de la muestra se encuentra el salario mínimo mensual legal vigente que es uno de los ingresos más comunes asignado a los empleados, a pesar de recibir el salario mínimo establecido, las jornadas de trabajo son demasiado largas en relación con lo establecido en el código sustantivo del trabajo.</p>
---	--

Fuente: Elaboración del autor.

Vendedores ambulantes.

Con relación a la venta ambulante se aprecia que el sector cuenta con una participación significativa de esta, y es de vital importancia aplicar también el estudio a este tipo de negocios, pues representan una parte importante de la economía y desarrollo del sector, pues a pesar de ser ambulantes o vendedores de calle, la gran mayoría ya cuenta con un sitio específico en el cual se encuentra recurrentemente con el fin de fidelizar clientela y obtener un reconocimiento de su actividad económica, presentando estabilidad en su actividad. De este modo la investigación arroja unos resultados con relación a la muestra representativa tomada en este tipo de negocios, dichos resultados permiten llegar a un análisis generalizado del comportamiento y la forma de operar de las personas que llevan a cabo esta actividad.

Tabla 2 Análisis de los resultados vendedores ambulantes 1 de 3

<p>Caracterización de la cantidad de vendedores ambulantes por barrio.</p>	<p>Cerca del 80% de los vendedores ambulantes se ubican en los barrios Obrero y Santa bárbara, debido a que la carrera 2da entre calle 22 y calle 25 pertenecientes a los antes mencionados barrios, posee gran cantidad de establecimientos lo que a su vez genera que sea más estratégico para la ubicación de los vendedores ambulantes.</p>
<p>Caracterización del tipo de venta ambulante.</p>	<p>De los 21 vendedores ambulantes, el 38% comercializan frutas y verduras, esto se debe a que la demanda de estos productos es muy alta además son alimentos de consumo diario y otro tipo de venta ambulante es la de comidas rápidas con un 33% es importante mencionar que dichos puestos empiezan su actividad en los horarios de la noche.</p>
<p>Caracterización de la actividad económica desempeñada por los vendedores ambulantes.</p>	<p>En los vendedores ambulantes se observó que la actividad que ejerce el 100% de la muestra el comercio, teniendo en cuenta que la compra y venta de productos no requiere mayor espacio físico o atención que demande procesos.</p>
<p>Caracterización del promedio de ingresos diarios de los vendedores ambulantes.</p>	<p>Los ingresos de los vendedores ambulantes en su mayoría, representada por el 81% de la muestra no son superiores a \$140.000 diarios, debido a la inestabilidad, tamaño del puesto de trabajo y a la competencia que se genera entre los establecimientos y demás vendedores ambulantes que realizan la misma actividad económica.</p>

Fuente: elaboración del autor.

Tabla 2 Análisis de los resultados vendedores ambulantes 2 de 3

<p>Caracterización de los vendedores ambulantes que manejan relaciones financieras con instituciones bancarias.</p>	<p>Un 86% de la muestra de vendedores ambulantes no tiene relaciones financieras con entidades bancarias, ya que por su condición de informalidad no se hace posible el acceso a un crédito bancario; así mismo esto genera intereses que aumentan el costo de su actividad disminuyendo a su vez la utilidad de su negocio.</p>
<p>Caracterización de los vendedores ambulantes que han recibido apoyo del gobierno.</p>	<p>El 100 % de la muestra niega haber recibido algún tipo de apoyo por parte del gobierno, esto se presenta por la informalidad de su venta, por el contrario perjudican el desarrollo de su actividad quitándoles sus mercancías por invasión del espacio público.</p>
<p>Caracterización de los lugares en los que los vendedores ambulantes compran las mercancías.</p>	<p>La compra de las materias primas o insumos de los vendedores ambulantes son compradas en el municipio de Fusagasugá, representada por un 81%; esto se debe a las cantidades que son adquiridas por ellos no demandan un viaje largo a otras ciudades que les aumentaría el costo.</p>
<p>Caracterización de la cantidad de empleados que manejan los vendedores ambulantes.</p>	<p>De 21 vendedores ambulantes, el 71% manejan un solo empleado, que es el propietario, ya que el negocio no demanda de más personal para llevar a cabo su actividad</p>
<p>Caracterización del genero de los empleados de los vendedores ambulantes</p>	<p>De 21 vendedores ambulantes, el 43% son hombres, esto se presenta por la facilidad y capacidad que presenta este género a la hora de la movilización de las mercancías desde sus hogares hasta el espacio público donde están ubicados.</p>

Fuente: Elaboración del autor.

Tabla 2 Análisis de los resultados vendedores ambulantes 3 de 3

<p>Caracterización de la cantidad de horas que trabajan los empleados de los vendedores ambulantes.</p>	<p>Los vendedores ambulantes manejan su propio tiempo; cerca del 90% de ellos trabajan entre 4 y 9 horas, dependiendo la conveniencia de su actividad y el horario en el que son más adquisitivos los productos que comercializan</p>
<p>Caracterización del salario devengado por los empleados de los vendedores ambulantes.</p>	<p>En la venta ambulante, un 81% de la muestra no tiene establecido un salario fijo para la persona que ejerce la actividad sino que sus utilidades se convierten en el ingreso básico para ellos; esto se debe a la variabilidad de ingresos que genera esta actividad.</p>

Fuente: Elaboración del autor.

IMPACTOS

De acuerdo con la investigación, se logra dar cumplimiento al objetivo general, llevando a cabo la consecución de los objetivos específicos permitiendo así realizar la actualización de la base de datos del observatorio socioeconómico del municipio de Fusagasugá, sector comercial comuna sur-oriental ubicado en los barrios Las Delicias, Macarena, Obrero, Santa Barbara y Villa Lady.

Mediante la aplicación de la investigación se generaron diferentes impactos, uno de ellos se dio a la hora de indagar si las entidades estatales les brindan alguna ayuda a los establecimientos o a los vendedores ambulantes, pues dichas entidades en vez de generar un aporte positivo toman medidas y aplican normas que de una u otra forma perjudican el óptimo desempeño de las actividades económicas en el sector.

De este modo se generó un impacto social, pues el observatorio mediante su base de datos aporta información útil a los habitantes de todos los municipios de la región del Sumapaz, en el que se encuentra incluido el sector mencionado anteriormente, generando mayor desarrollo y crecimiento económico, teniendo en cuenta la capacidad de cada barrio y permitiendo que la población use esta herramienta para la toma de decisiones en sus negocios e ideas de negocio.

Respecto al impacto económico, se generó un análisis más profundo en relación con el modo de operar de cada uno de los establecimientos y vendedores ambulantes encuestados, estableciendo las preferencias de estos en aspectos de contratación, horarios y compra de insumos o materias primas; así mismo mediante este impacto se pueden generar soluciones para las problemáticas planteadas por parte de la muestra de estudio.

Un aspecto muy importante es el impacto cultural que generó la aplicación del instrumento investigativo a la muestra de población en el antes mencionado sector, puesto que se evidencian las costumbres de la gente a la hora de adquirir los productos y servicios ya sea para la satisfacción de necesidades básicas o por gusto propio; de este mismo modo generó un impacto respecto a la cultura que manejan los establecimientos y vendedores ambulantes en el manejo de sus recursos y la atención al cliente.

Actualmente se debe generar y aplicar la conciencia ecológica; el impacto ambiental que generó el proyecto se evidenció en el poco uso de papel a la hora de aplicar el instrumento de investigación a la muestra determinada.

CONCLUSIONES

Como resultado de las diferentes variables utilizadas en la investigación realizada en el sector comercial de la comuna sur-oriental ubicado en los barrios Las Delicias, Macarena, Obrero, Santa Barbara y Villa Lady del municipio de Fusagasugá, se concluye que el sector investigado es generalmente comercial el cual se ve reflejado en un 71%, donde del sector comercial la mayor cantidad de negocios repetitivos son las tiendas y a la vez es importante mencionar que del sector servicios lo que más demanda presenta son los salones de belleza o peluquerías.

Enfocándonos en las variables relacionadas al entorno laboral y dicho lo anterior los propietarios de los establecimientos optan por contratación de personal de género femenino ya que más del 50% de la muestra investigada cumplen esta condición; con la finalidad de que presten una atención al cliente más clara, cordial y oportuna.

En el caso del número de empleados contratados se encuentra que en los establecimientos de comercio y vendedores ambulantes del sector investigado los contratantes emplean una mano de obra que oscilan de uno a dos empleados por establecimiento puesto a que la mayoría de

los negocios son administrados por el dueño, son de carácter familiar o ellos mismos laboran en el lugar.

Relacionando el tema del salario con las horas de trabajo se encuentra que el horario de trabajo más recurrente en la muestra investigada oscila entre 9 a 14 horas con un 80% aproximadamente, pero su remuneración tan solo se ve reflejada en que al 36% de los empleados se les cancela entre \$ 737.717 a \$ 900.000; debido a que gran parte de los establecimientos no están formalmente constituidos y la otra gran parte de la muestra investigada acogen las utilidades libres de gastos como su forma de remuneración.

Por medio de la investigación también se observa que la compra de los insumos o mercancías se adquiere en el mismo municipio reflejado en un 49%, debido a la cercanía, variedad, de algunos productos como materia prima para el proceso de comercialización, también se observa que la compra de insumos en la ciudad de Bogotá es de un 37%; todo esto unificando los resultados de los establecimientos de comercio como los vendedores ambulantes encuestados.

Para concluir con las demás variables investigadas se encuentra que tanto los establecimientos comerciales y los vendedores ambulantes no reciben ningún apoyo del gobierno, ya que de una u otra manera las personas no saben cómo adquirirlo o simplemente el mismo gobierno toma ciertas medidas y aplican normas perjudicando así el óptimo desempeño de las actividades económicas. Por la misma razón el 83% de los propietarios de los establecimientos comerciales ya sean formales o informales prefieren no optar por adquirir una relación financiera con entidades bancarias debido a que se le es más favorable tomar pequeños créditos con los proveedores evitándose así un gasto al momento de pagar intereses innecesarios.

Y finalmente en el tema de los ingresos o sus ventas diarias para los establecimientos comerciales oscilan entre \$ 0 a \$ 500.000 y para los vendedores ambulantes entre \$ 0 a \$ 140.000, con un margen del 82% y 81% respectivamente; permitiendo de una u otra manera mantener su negocio, cumplir con sus respectivas obligaciones y manteniendo una clientela estable.

RECOMENDACIONES

Conforme a las conclusiones que surgieron gracias a la investigación, y en la búsqueda de generar un aporte al municipio, teniendo en cuenta las variables estudiadas se recomienda a la alcaldía realizar proyectos de inclusión y generación de oportunidades a los establecimientos que no se encuentran formalizados y a los vendedores ambulantes, brindando capacitaciones, capital semilla u otros beneficios que fomenten al crecimiento económico del municipio y la región.

Así mismo se recomienda a los propietarios de los establecimientos generar más formalidad a la hora de la contratación de los empleados, esto con el fin de tener ambientes laborales agradables y una oportunidad de surgimiento para sus colaboradores, de este modo es importante la generación de empleo siempre y cuando este bajo el marco normativo legal y realice un aporte tanto de desarrollo personal como crecimiento económico a los empleados.

Para el caso de la compra de insumos y mercancías, es recomendable hacer dichas compras dentro de la región, debido a que esto ayuda al fortalecimiento y crecimiento de esta; en este sentido el intercambio de mercancías entre municipios de la misma región promueve al desarrollo sostenible de esta misma, sin necesidad de explorar en mercados lejanos que signifiquen sobrecostos y disminución de la utilidad.

Finalmente en lo que corresponde a los ingresos diarios, se recomienda tanto a los establecimientos como a los vendedores ambulantes, hacer énfasis en la buena atención al cliente, además la ampliación de la oferta con el propósito de fidelizar consumidores. A su vez es de vital importancia tener un mayor control financiero y conocer la situación económica de su negocio por medio de una contabilidad básica que les permita identificar la realidad del mismo.

Bibliografía

Eumed.net - Enciclopedia Virtual. (20 de 05 de 2007). Recuperado el 15 de 10 de 2016, de <http://www.eumed.net/coursecon/18/harroddomar.htm>

Noticias de economía y finanzas. (23 de 02 de 2014). *FINANZAS DIGITAL*, págs. <http://www.finanzasdigital.com/2014/02/ventaja-competitiva-como-crear-un-desempeno-superior-conociendo-a-los-rivales/>.

- Alcaldia de Fusagasugá - Pagina web. (14 de 2 de 2011). *Alcaldia de Fusagasugá - Cundinamarca*. Recuperado el 10 de 12 de 2015, de <http://www.fusagasuga-cundinamarca.gov.co/37577>
- Bateman Serrano, A., Riaño Sacipa, M., & Roldán Restrepo, J. (07 de 02 de 2011). *Observatorio de desarrollo económico*. Recuperado el 15 de 03 de 2017, de Observatorio de desarrollo económico.:
<http://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/directorio/documentosPortal/ComoLe2010.pdf>
- Camara de Comercio de Bogota. (20 de 12 de 2016). *Camara de Comercio de Bogota*. Recuperado el 05 de 03 de 2017, de Camara de Comercio de Bogota:
http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/18583/observatorio_ccb_26_.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hernandez, Y. F. (07 de 06 de 2016). *Universidad de Cundinamarca*. Recuperado el 04 de 03 de 2017, de Universidad de Cundinamarca:
<http://dspace.unicundi.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/186/OBSERVATORIO%20SOCIOECON%20C3%93MICO%20DEL%20SUMAPAZ.PDF?sequence=1&isAllowed=y>
- Indemer. (2010). *Indemer*. Recuperado el 04 de 03 de 2017, de Indemer:
<http://www.colombiamercadeo.com/documentos-de-aprendizaje/4-documentos-para-aprendizaje/50-calculen-su-muestra-gratuitamente.html>
- Observatorio Socioeconómico de Santander. (01 de 02 de 2010). *Universidad Santo Tomas*. Recuperado el 05 de 03 de 2017, de Universidad Santo Tomas:
<http://www.ustabuca.edu.co/gpresencia/vista/tpl/ustabmanga/productividad-y-competitividad.html>
- Pinto, J. M. (2002). *REVISTA UNIVERSIDAD EAFIT*. Recuperado el 10 de 01 de 2017, de REVISTA UNIVERSIDAD EAFIT: <http://www.redalyc.org/pdf/215/21512808.pdf>
- Rivas Tovar, L. A. (18 de 03 de 2010). *Universidad del Rosario*. Recuperado el 12 de 01 de 2017, de Universidad del Rosario:
<https://revistas.urosario.edu.co/index.php/empresa/article/view/1083>
- Rozo, D., & Montoya, D. (07 de 06 de 2016). *Universidad de Cundinamarca*. Recuperado el 06 de 03 de 2017, de Universidad de Cundinamarca:
<http://dspace.unicundi.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/131/Caracterizacion%20socioeconomica%20de%20la%20region%20del%20Sumapaz%20municipios%20de%20Arbelaez%20c%20Fusagasug%C3%A1%20y%20Pasc.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

