

**OBSERVATORIO SOCIOECONOMICO DEL SUMAPAZ
ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO COMERCIAL CASO: SILVANIA**

ZULAY FERNANDA LINARES SANCHEZ

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
CONTADURIA PÚBLICA
CUNDINAMARCA
FUSAGASUGÁ
2017

**OBSERVATORIO SOCIOECONOMICO DEL SUMAPAZ
ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO COMERCIAL CASO: SILVANIA**

ZULAY FERNANDA LIANRES SANCHEZ
COD. 114210289

LUIS HERNANDO LOPEZ VARGAS
ASESOR INTERNO

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
CONTADURIA PÚBLICA
CUNDINAMARCA
FUSAGASUGÁ
2017

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	6
1. FORMULACION DEL PROBLEMA.....	7
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
2. OBJETIVOS	8
2.1. OBJETIVO GENERAL	8
2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	8
3. JUSTIFICACION	9
4. MARCOS	10
4.1. MARCO CONCEPTUAL.....	10
4.2. MARCO GEOGRAFICO	11
4.3. MARCO HISTÓRICO	13
4.4. MARCO NORMATIVO	14
4.5. MARCO TEORICO	14
4.6. ANTECEDENTES.....	15
5. MARCO METODOLOGICO	16
6. PRESUPUESTO	17
7. DIAGRAMA DE GANTT	18
8. RESULTADOS.....	19
10. CONCLUSIONES	39
11. RECOMENDACIONES.....	40
12. ANEXOS	42
.....	43
.....	43
13. BIBLIOGRAFÍA.....	44

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Mapa Municipio de Silvania	11
Ilustración 2 Municipio de Silvania casco urbano	12
Ilustración 3 Barrio de ubicación del establecimiento.	20
Ilustración 4 Tipo de Negocio	21
Ilustración 5 Sector Económico.....	23
Ilustración 6 ¿Está Inscrito en la Cámara de Comercio?	24
Ilustración 7 Promedio del Valor de las Ventas Diarias	25
Ilustración 8 ¿Tiene Relaciones Financieras?.....	26
Ilustración 9¿Recibe en el Transcurso del año algún tipo de ayuda del gobierno?.....	27
Ilustración 10¿Qué tan Frecuente es la compra de insumos para el negocio?	28
Ilustración 11Valor Promedio de la Compra de Insumos	29
Ilustración 12¿Tiene empleados a cargo?	30
Ilustración 13 Tipo de empleados que prefiere contratar	31
Ilustración 14 Horas de Trabajo Diario en el Establecimiento	32
Ilustración 15¿Utiliza y hace firmar un documento legal a los empleados a la hora de contratarlos?	33
Ilustración 16 Valor del salario que les paga a los empleados	34

TABLA DE TABLAS

Tabla 1 Marco Normativo	14
Tabla 2 Presupuesto	17
Tabla 3 Diagrama de Gantt	18
Tabla 4. Barrio de ubicación del establecimiento.	20
Tabla 5 Tipo de Negocio	21
Tabla 6 Sector Económico	22
Tabla 7 ¿Está Inscrito en la Camara de Comercio?	24
Tabla 8 Promedio del Valor de las Ventas Diarias	24
Tabla 9 ¿Tiene Relaciones Financieras?	26
Tabla 10 ¿Recibe en el Transcurso del año algún tipo de ayuda del gobierno?	27
Tabla 11 ¿Qué tan Frecuente es la compra de insumos para el negocio?	28
Tabla 12 Valor Promedio de la Compra de Insumos.....	29
Tabla 13 ¿Tiene empleados a cargo?	30
Tabla 14 Tipo de empleados que prefiere contratar	31
Tabla 15 Horas de Trabajo Diario en el Establecimiento.....	32
Tabla 16 ¿Utiliza y hace firmar un documento legal a los empleados a la hora de contratarlos?.....	33
Tabla 17 Valor del salario que le paga a los empleados	34

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se realizara con el fin de impulsar el observatorio socioeconómico desarrollado por la universidad de Cundinamarca y el semillero de investigación que busca identificar variables de corte socioeconómico para la recopilación de datos de la zona del Sumapáz en este caso el municipio de Sylvania, donde se puede definir como una herramienta de trabajo para aquel que lo necesite cuando tenga una carencia de referencias para invertir o realizar algún plan de desarrollo en esta zona.

La razón principal es tener una base de datos socioeconómicos del municipio para el estudio del mismo, Para este caso se tomó en cuenta un importante instrumento investigativo, recopilando de esta manera los datos necesarios para analizar los sectores comerciales del municipio de Sylvania por medio de 14 distintas variables. Al finalizar el estudio se podrá recomendar unos planes de crecimiento para los inversionistas y el gobierno municipal.

1. FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Por qué es importante estudiar el comportamiento del sector comercial del municipio de Silvania?

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El municipio de Silvania con el surgir del tiempo ha venido creciendo en todo sentido, desde la parte social, cultural, turística y productiva como en lo económico que es de gran ayuda para la supervivencia del mismo.

Sin embargo, es de gran importancia que se conozca la situación sobre el sector comercial y económico del casco urbano del municipio, y se tenga a disposición del interesado, por esto es importante destacar lo sustancioso que es un sondeo sobre el comportamiento que tiene este sector en el municipio.

Como se sabe, se está trabajando el observatorio de la universidad, y es muy importante para este tener investigación de todos los municipios del Sumapáz. Cuando se busca información en la web con respecto al tema a investigar, el municipio de Silvania está sin información ni datos de dónde agarrarse para ser más productivo y arrojar una serie de informes, para esto se necesita desarrollar una serie actividades y dar a conocer a los interesados los resultados de la búsqueda.

Igualmente es de gran importancia que sea de fácil acceso para que de acuerdo a esto se hagan buenas acciones políticas sin arrojar los recursos a la basura y los personas tengan claro cuál es la necesidad de su pueblo natal.

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar la Caracterización socioeconómica del municipio de Silvania para tener conocimiento del comportamiento de la economía para el desarrollo del observatorio de la universidad de Cundinamarca.

2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

Recopilar información económica y social del municipio de Silvania para la alimentación del observatorio.

Analizar los resultados arrojados por las encuestas para el desarrollo del proceso.

Determinar si el sector comercial recibe ayuda del gobierno para el crecimiento de los negocios.

Plantear una serie de posibles recomendaciones para lo investigado y darlas a conocer a los interesados.

3. JUSTIFICACION

Se realizara un trabajo de investigación, con el fin de alimentar el observatorio de la universidad de Cundinamarca que está iniciando, ya que el sector comercio aporta a la generación de empleo en el municipio de Silvania para esto iniciaremos un proceso investigativo ya que no se cuenta información y evidencias reales.

Hay la necesidad de efectuarlo ya que es de carácter tanto educativo, como informativo y de urgencia para una zona, municipio, departamento y país, para lograr un análisis final de lo investigado y de lo que se puede lograr con estos resultados arrojados.

Por lo tanto, realizar una investigación más eficiente, es de suma importancia entender los hallazgos económicos ya que se van ejecutar una serie de encuestas, conocer la zona, ubicación, la cultura y las practicas que han movido la economía en el lugar donde se quiere trabajar, en este caso el municipio de Silvania, dando un beneficio ya sea para toma de decisiones de los pobladores, comerciantes, inversionistas o gobernantes, y también para los estudiantes que quieran tener conocimiento de la investigación y puedan hacer una nueva para comprar, como ha transcurrido en los años la vida socioeconómica del municipio de Silvania.

4. MARCOS

4.1. MARCO CONCEPTUAL

CALIDAD DE VIDA: Son las condiciones en las que se encuentra una población, de acuerdo a unas variables que hacen que esta sea buena, regular, mala. (Linares Sánchez, 2017)

INDICADORES: Los indicadores como su nombre lo indica enseña el nivel de que está pasando el día de hoy en algún elemento al cual se quiera señalar en una base de datos actualizada. Sin embargo también se puede archivar para la toma de un dato histórico y comparar con la actualidad. (Linares Sánchez, 2017)

MUESTRA ESTADISTICA: Es un representación la población de Silvania que da por resultado una serie de características diferentes a la de la toda la comunidad en general, tal como lo son los comerciantes y personas naturales que tiene a cargo personal de trabajo. (Linares Sánchez, 2017)

OBSERVATORIO SOCIOECONOMICO: Es un sistema de información adecuado para la toma de decisiones tanto en la parte publica con privada, arrojando una serie de datos para lograr una buena inversión en sectores socioeconómicos productivos para la región mejorando la calidad de vida y empresarial del municipio al cual se le va a realizar la investigación. (ustabuca, 2017)

PRODUCTIVIDAD: Es la gestión de poder crecer y mejorar los resultados sin alterar los recursos que se vienen utilizando. (Linares Sánchez, 2017)

SISTEMA: Es un plan para la recopilación intencionada de elementos para llegar a un mismo objetivo, arrojando información para que otro tipo de método lo absorba y le dé el final para el cual se implementa este método. (Linares Sánchez, 2017)

SOCIOECONOMICO: Es un término que conjuga la parte social de las personas o de la región con lo económico, es decir el nivel de alfabetismo, la estratificación o hasta un nivel de estudio o de ingresos mensuales. (Linares Sánchez, 2017)

4.2. MARCO GEOGRAFICO

Municipio De Sylvania

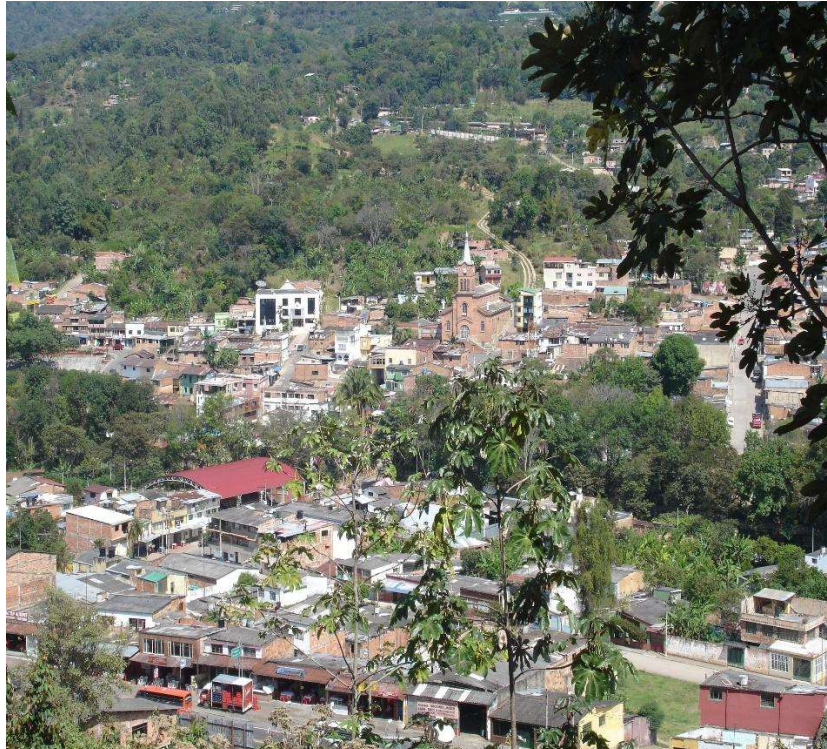
Se realizó un análisis con base al desarrollo empresarial y productividad del municipio de Sylvania, teniendo en cuenta solo el casco urbano, como también que hace parte de los 10 municipios de la región del Sumapáz y a su vez pertenece al departamento de Cundinamarca.

Ilustración 1 Mapa Municipio de Sylvania



Fuente: (GoogleMaps, 2017)

Ilustración 2 Municipio de Sylvania casco urbano



Fuente: (Google, 2017)

Identificación del municipio:

Departamento: Cundinamarca

Nombre del municipio: SILVANIA

NIT: 890.680.437-0

Código Dane: 25743

Gentilicio: Silvanense

Extensión total: 165 Km²

Altitud: 1.470 msnm

Temperatura: 20°C

Distancia de referencia: Se encuentra a 68,5 Km de la Ciudad de Bogotá D.C
(Sylvania-Cundinamarca, 2017)

4.3. MARCO HISTÓRICO

Fecha de fundación: 21 de febrero de 1935

Nombre del fundador: Ismael Silva

Por el año 1930 había una estructura vial de caminos que unían a los departamentos, en estos se realizaban controles de tipo comercial como el café, ya se conocía las plantas eléctricas que le brindaban luz a las casas y demás edificaciones, también una central telefónica conectada a líneas nacionales que permitían la comunicación de la gran hacienda CHOCHO, Usatama y novillero.

La hacienda tenía su propia moneda, llamada el MEDIO REAL, con una autonomía única que incluso poseía su propia constitución que hacía regir todo tipo de comportamiento con sus comisarios y el castigo proveniente a lo que dijera la constitución, sin embargo eras dueños de todo el comercio que se hiciera en esta y sus tierras, cuando llegó la revolución agraria donde la hacienda el CHOCHO se dividió en más de mil parcelas, con consecuencia una nueva clase de políticos y aquí en adelante la comunidad no se ve ampara por nadie y allí es el momento donde Ismael Silva en 1930 trabaja en conjunto a la sociedad y los patronos renunció a la administración de la hacienda y siete días después el 21 de febrero de 1935 y con el apoyo de los habitantes se fue a fundar un pueblo en terreno abierto en un monte señalado, dando comienzo con seis casas y allí se fundó SILVANIA bajo la dirección de este hombre Ismael Silva.¹ (Silvania-Cundinamarca, 2017)

¹ El 10 de febrero de 1936 por los Directores del “Comité Central de Silvania”, que contiene la partida de bautismo expedía al cumplir su primer año, en la cual se otorgaba el nombre al Municipio de Silvania, como reconocimiento y en gratitud de los esfuerzos del fundador de este caserío señor ISMAEL SILVA.

Cabe resaltar que en época de conquista se conocía como Subia o Usatama y era habitado por los indios Sutagaos. (Silvania-Cundinamarca, 2017)

4.4. MARCO NORMATIVO

Tabla 1 Marco Normativo

ENTIDAD	DESCRIPCIÓN
Cámara de comercio de Bogotá	Realiza jornadas móviles para el sector comercial, dando atención empresarial, orientación sobre tramites y todo lo relacionado con empresas y que son de beneficio para los comerciantes. (Silvania, 2017).
DIAN	Permite que se conozca su actividad económica, y para fines tributarios. De acuerdo a esto será muy eficiente ya que se podrá tener certeza de cuantos son negocios sujetos a las obligaciones con este ente. (Dian, 2017)
Ministerio de hacienda	Tiene como fin estar pendiente de las políticas económicas y empresariales que se desarrollen en el municipio para efectuar una coordinación para que estas se ejecuten. (MinHacienda, 2017)

4.5. MARCO TEORICO

La creación del observatorio socioeconómico de la universidad Santo Tomas de Santander, donde surge con información de la región sobre fenómenos que permiten la toma de decisiones para mejorar la calidad de vida de los habitantes de la misma, donde se basa en una serie de elementos a evaluar para continuar

con el proyecto y recibir recursos tanto públicos como privados. (Ustabuca.edu., 2013)

Igualmente, el observatorio socioeconómico de la universidad de Pamplona que tiene unos objetivos parecidos al de la universidad Santo Tomás, sin embargo este busca mostrar e informar la realidad actualizada de la frontera colombo venezolana. (Unipamplona, 2017)

La teoría económica, es la encargada de evaluar todos estos aspectos que hacen que de una u otra manera varíe el comportamiento de la misma, en estas teorías encontramos la teoría de Keynes que está basada en la generación de empleo, con esto se puede concluir que cualquier sitio por grande o pequeño que sea puede tener un desarrollo con la generación de empleo y lograr que un sector económico en el caso de Pensilvania genere el suficiente empleo para dar una mejor calidad de vida a los pobladores.²

4.6. ANTECEDENTES

Realizado por (CECAR corporación universitaria del Caribe y observatorio socioeconómico universidad de la Sabana, Sena, cámara de comercio Sincelejo) estudio de mercadeo de trabajo en sucre.

² Al caer la demanda y reducirse la actividad productiva se genera el desempleo lo cual refuerza a la vez la tendencia a la recesión y para combatir estas, es necesaria la inversión activa de los gobiernos mediante la planeación, la política fiscal y monetaria, la inversión pública, recuperación de la economía para lograr la recuperación de la economía hasta llegar al pleno empleo por lo tanto Keynes propuso incrementar la inversión pública incluso con déficit presupuestario, incentivar el empleo y desarrollar un seguro para desempleados para que pudieran seguir consumiendo bienes.

Es un estudio socioeconómico en compañía de entes en el departamento de Córdoba donde demostró que el mototaxismo es la solución económica de las familias de este departamento, dando ingresos a sus hogares por medio de un trabajo informal en las calles, y realizando para dar a conocer seis etapas relacionadas con la cultura, la salud y el fenómeno del mototaxismo en Sincelejo. Seguidamente se manifiesta el por qué se utiliza masivamente como medio de transporte la motocicleta que cualquier otro vehículo, donde especifican que los motociclistas de municipios aledaños viajan hasta Sincelejo donde hay mayor demanda de consumidores de este trabajo informal. (Elpais, 2017)

Realizado por (observatorio socioeconómico de la cámara de comercio de Palmira, la fundación progresamos y el comité cívico intergremial de Palmira) estudio de la situación socio económica de Palmira y su área de influencia

En este estudio se analizan una serie de años consecutivos donde la cantidad de microempresas que cancelan su matrícula mercantil por que no alcanzan a sobrevivir ni a un año de operación en el mercado.

También se ilustran graficas de estudios de los servicios, del sector agropecuario, y educativo y la cantidad de trabajadores ambulantes que hay en la zona. (CCPALMIRA, 2012)

5. MARCO METODOLOGICO

TIPO DE INVESTIGACION

Esta investigación es de tipo cuantitativo y cualitativo, ya que de acuerdo a los datos numéricos se busca determinar el estudio del caso socioeconómico del municipio de Silvania.

LINEA DE INVESTIGACION

AREA: Económico, competitividad de las empresas

LINEA: Crecimiento y desarrollo económico de las empresas

Población de Silvania: 300

Muestra de Silvania: 154

TECNICAS DE RECOLECCION DE DATOS

Cuestionario, encuestas, entrevistas, seguidamente se realizará una clasificación y tabulación de la información.

6. PRESUPUESTO

Tabla 2 Presupuesto

RECURSOS HUMANOS	RECURSOS MATERIALES	RECURSOS ACADEMICOS	RECURSOS FINANCIEROS PRESUPUESTADOS
1 semillerista para realización de encuestas en el municipio, tabular información y analizar los resultados.	Material de papelería para encuestas, computador para la tabulación y celular para toma de evidencias y comunicación con los asesores del proyecto.	Asesoría de los dos líderes del proyecto de investigación.	\$30.000 transporte en 1 mes \$20.000 papelería en 1 mes

ACTIVIDAD	MARZO				ABRIL			
	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4

7. DIAGRAMA DE GANTT

Tabla 3 Diagrama de Gantt

Crear las encuestas pertinentes para la averiguación de datos								
Recopilar información económica y social del municipio de Sylvania para la alimentación del observatorio								
Tabular las encuestas realizadas								
Determinar si el sector comercial recibe ayuda del gobierno para el crecimiento de los negocios.								
Realizar ensayos de ponencias								
Organizar el trabajo final para presentación y corrección								
Presentar Artículo, Informe, RAE								

8. RESULTADOS

Están basados en una serie de preguntas que se realizaron mediante una encuesta a 154 establecimientos ubicados en el casco urbano del municipio de Silvania, en la vía principal Bogotá – Girardot y en la inspección de Subia que hace parte del municipio investigado.

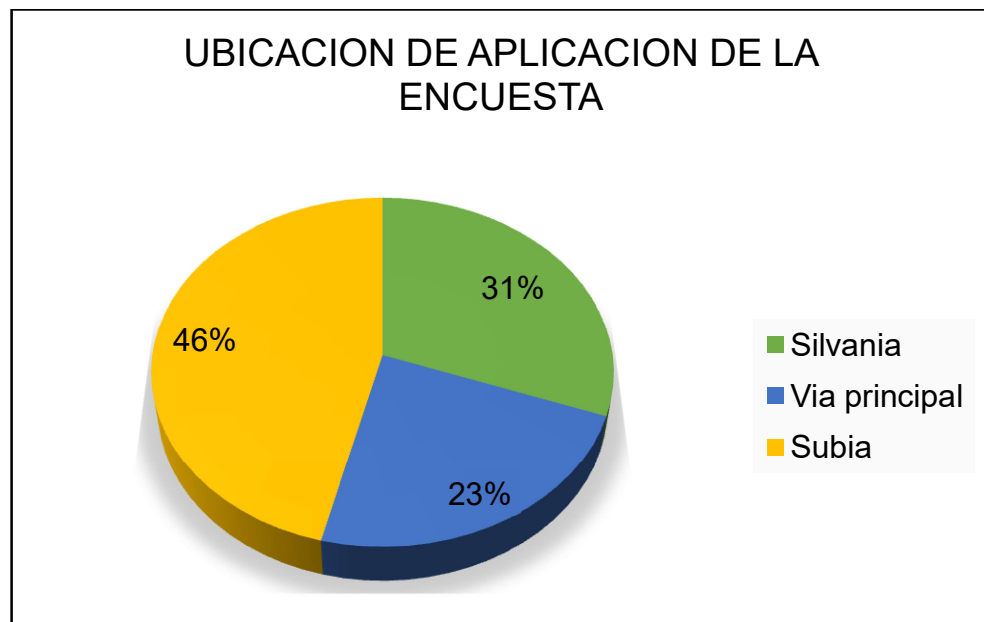
El estudio se realizó con el fin de conocer una cantidad mínima de variables del sector aplicando lo siguiente:

Tabla 4. Barrio de ubicación del establecimiento.

Barrio de ubicación del establecimiento	Silvania	47
	Vía principal	36
	Subia	71

(Elaboración propia del autor, 2017)

Ilustración 3 Barrio de ubicación del establecimiento.



(Elaboración propia del autor, 2017)

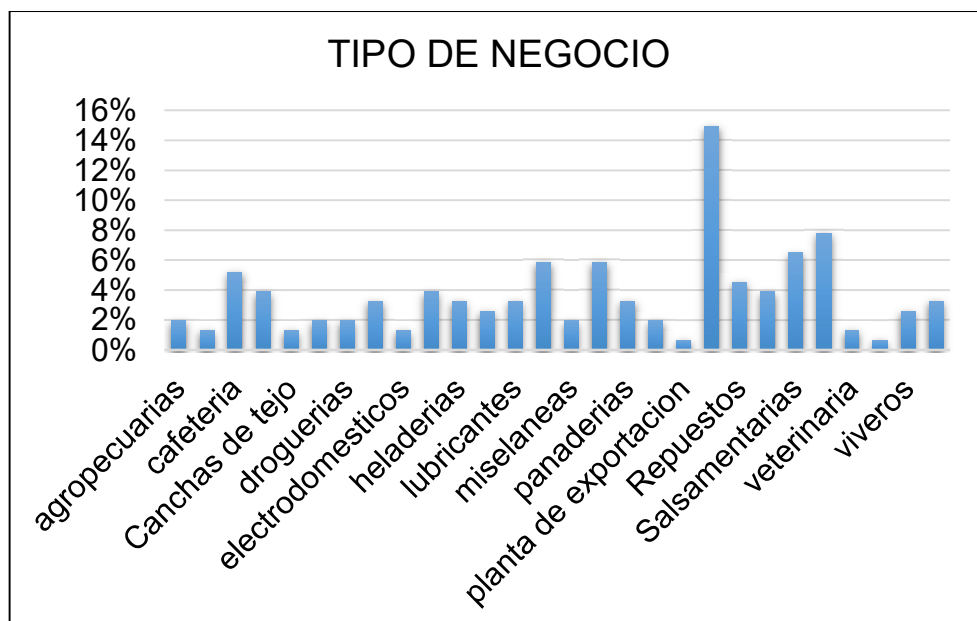
De las encuestas realizadas se obtuvo un 31% en el casco urbano de Silvania, un 23% en la vía principal Bogotá – Girardot y un 46% se desarrollaron en Subia, ya que fue de más fácil acceso a la colaboración por parte de los comerciantes.

Tabla 5 Tipo de Negocio

TIPO DE NEGOCIO	Agropecuarias	3
	Bares	2
	Cafetería	8
	Carnes	6
	Canchas de tejo	2
	Celulares	3
	Droguerías	3
	Dulcerías	5
	Electrodomésticos	2
	Ferretería	6
	Heladerías	5
	Internet	4
	Lubricantes	5
	Mini mercados	9
	Misceláneas	3
	Muebles	9
	Panaderías	5
	Pañaleras	3
	Planta de exportación	1
	Restaurantes	23
	Repuestos	7
	Ropa	6
	Salsamentarías	10
	Tiendas	12
	Veterinaria	2
	Vidriería	1
Viveros	4	
Taller motos	5	

(Elaboración propia del autor, 2017)

Ilustración 4 Tipo de Negocio



(Elaboración propia del autor, 2017)

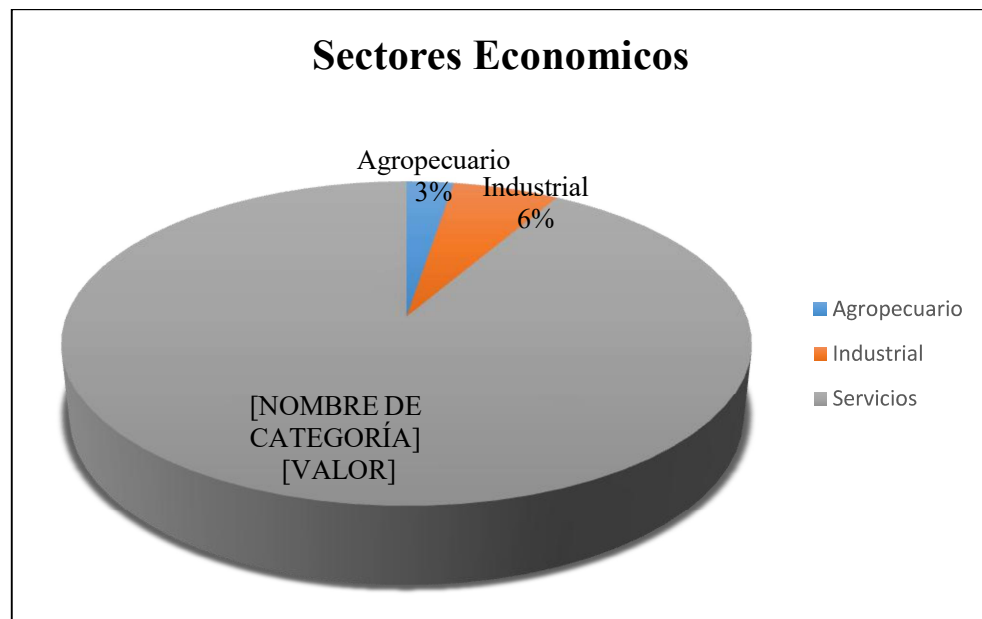
En esta grafica se puede observar que los restaurantes son el mayor establecimiento de comercio que hay liderando en esta zona con un 15% sobre los demás establecimientos que en porcentajes se quedan cortos, seguidamente esta lo negocios pequeños como lo son las tiendas con un 8% de cantidad sobre los demás, luego se puede observar las salsamentarias, mini mercados, y fábricas y ventas de muebles con un 6% en el mercado de este municipio; por últimos los menos significativos pero no dejan de ser importantes con un 1% están las veterinarias, bares, electrodomésticos; y aumentan un poco más alrededor de 3%, 4%, 5% los demás establecimientos de comercio como lo son las carnes, lubricantes, café internet, panaderías, y los demás que se pueden observar en la gráfica.

Tabla 6 Sector Económico

SECTOR ECONOMICO	Agropecuario	4
	Industrial	9
	Servicios	141

(Elaboración propia del autor, 2017)

Ilustración 5 Sector Económico



(Elaboración propia del autor, 2017)

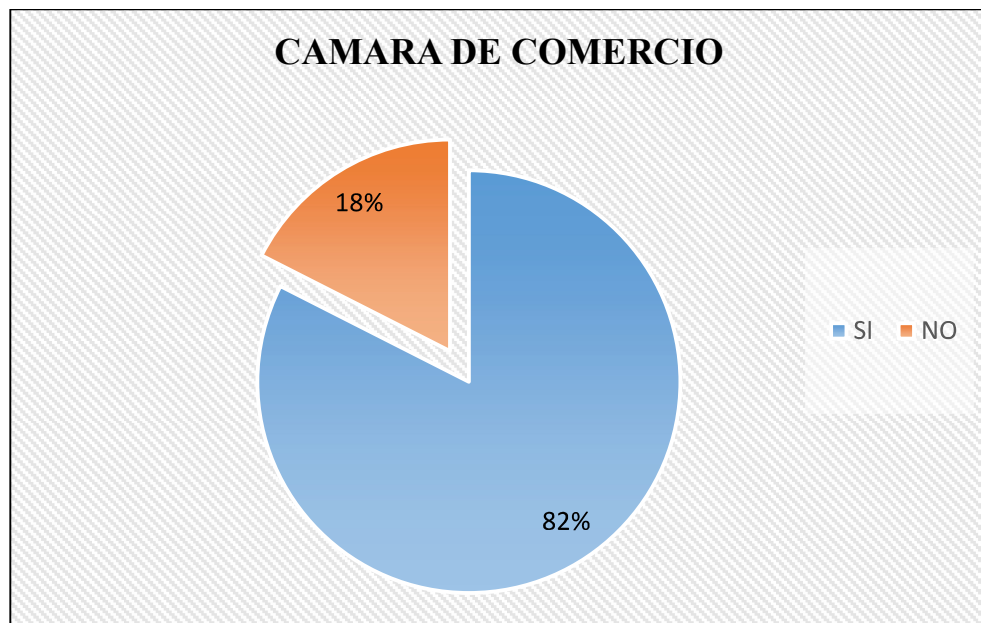
Como se puede observar esta encabeza el sector de los servicios con un 92% sobre los otros sectores, ya que las encuestas fueron dirigidas a los establecimientos de comercio de la zona y por lo tanto arroja este dato, le sigue el sector industrial con un 6% donde están incluidas las panaderías, algunas fábricas de muebles, y por último se encuentra el sector agropecuario con un 3% esto sobre lo que se puede describir del casco urbano de Sylvania, la vía Bogotá – Girardot y la inspección de Subia centro; ya que la encuesta no se realizó en veredas.

Tabla 7 ¿Está Inscrito en la Cámara de Comercio?

¿ESTA INSCRITO EN LA CÁMARA DE COMERCIO?	SI	105
	NO	49

(Elaboración propia del autor, 2017)

Ilustración 6 ¿Está Inscrito en la Cámara de Comercio?



(Elaboración propia del autor, 2017)

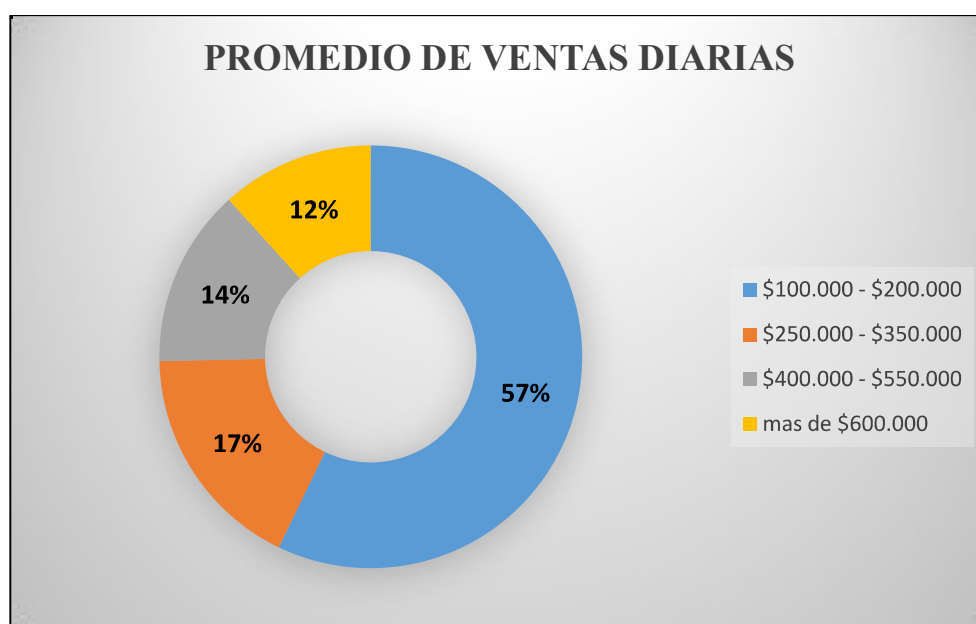
Aquí se encuentra que un 18% de comerciantes, están atendiendo al público sin estar inscritos como mínimo a la cámara de comercio de Bogotá, en su gran mayoría tiendas, cafeterías y establecimientos pequeños que por temor y desconocimiento no quieren pagar impuestos. También está el 82% que de una u otra manera hacen lo necesario para cumplir la ley y no dejar el negocio a un lado por la situación económica que presentan.

Tabla 8 Promedio del Valor de las Ventas Diarias

PROMEDIO DEL VALOR DE LAS VENTAS DIARIAS	\$100.000 - \$200.000	88
	\$250.000 - \$350.000	27
	\$400.000 - \$550.000	21
	más de \$600.000	18

(Elaboración propia del autor, 2017)

Ilustración 7 Promedio del Valor de las Ventas Diarias



(Elaboración propia del autor, 2017)

El promedio de ventas diarias de los establecimientos de comercio en los tres sectores de la economía están divididos así: un 57% o sea más de la mitad de la población encuestada dijeron que sus ventas diarias estaban entre \$100.000 y \$200.000, de este valor insinuaban que la situación económica de la zona estaba muy débil y que estaban esperando al tan anhelado fin de semana puente y Semana Santa, ya que en los días que se mueve el turismo en la zona alcanzan a tener ventas diarias hasta de \$500.000. Por otro lado, están los negocios un poco más grandes como los restaurantes con un 17% de ventas diarias que estaría

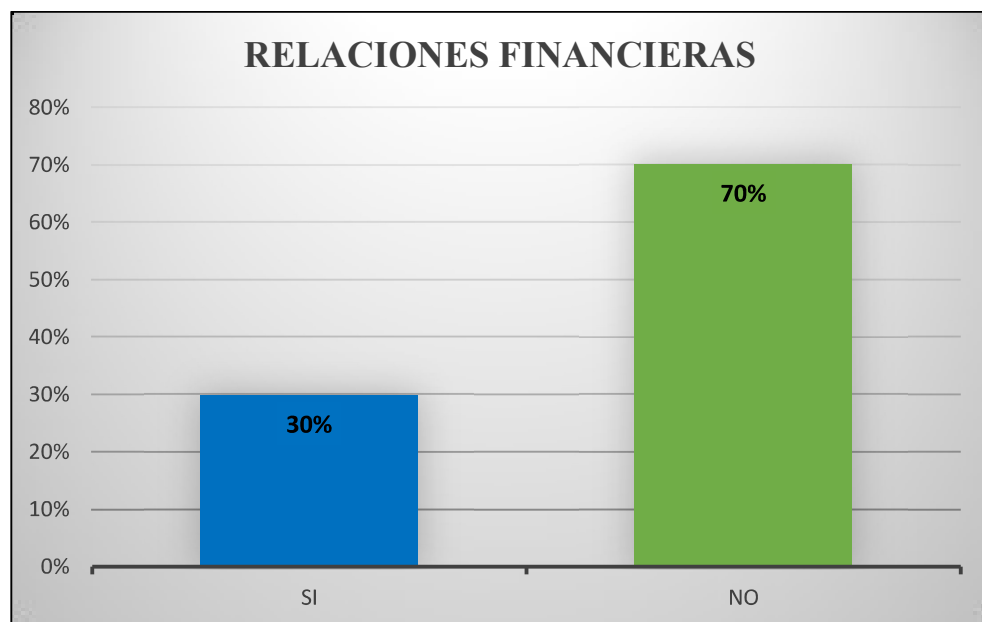
entre \$250.000 y \$350.000 y también justifican el mismo fenómeno que el porcentaje anterior. Seguidamente se encuentran establecimientos con más tamaño y diversidad de productos con un 14% como los mini mercados que tienen un promedio de ventas del \$400.000 - \$550.000 y finalmente con el 12% los establecimientos que tienen un ingreso por ventas mayor a \$600.000 como lo son los agroquímicos.

Tabla 9 ¿Tiene Relaciones Financieras?

¿TIENE RELACIONES FINANCIERAS?	SI	46
	NO	108

(Elaboración propia del autor, 2017)

Ilustración 8 ¿Tiene Relaciones Financieras?



(Elaboración propia del autor, 2017)

Según las encuestas realizadas un 30% de las personas en cada establecimiento dijo que si tenían préstamos bancarios, ya que les era imposible mantener el negocio solo con los ingresos que tuvieran por ventas en el mismo; mientras que

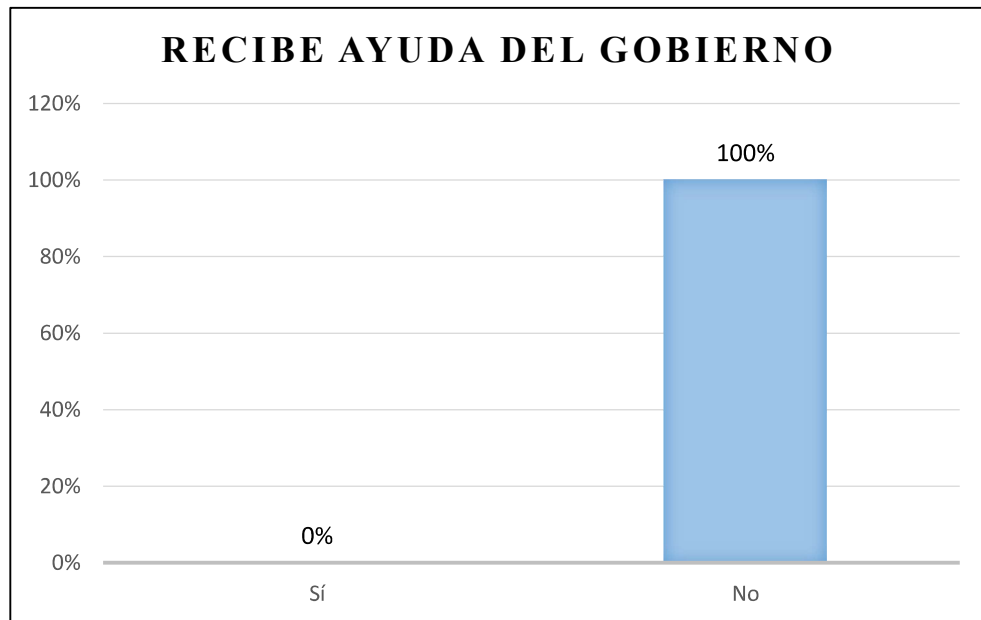
un 70% dijo que no ya que con la situación económica por la cual pasaban no les servía ni para pagar intereses al banco ni para sostenimiento personal ni del establecimiento.

Tabla 10 ¿Recibe en el Transcurso del año algún tipo de ayuda del gobierno?

¿RECIBE EN EL TRANCURSO DEL AÑO ALGUN TIPO DE AYUDA DEL GOBIERNO?	Sí	0
	No	154

(Elaboración propia del autor, 2017)

Ilustración 9 ¿Recibe en el Transcurso del año algún tipo de ayuda del gobierno?



(Elaboración propia del autor, 2017)

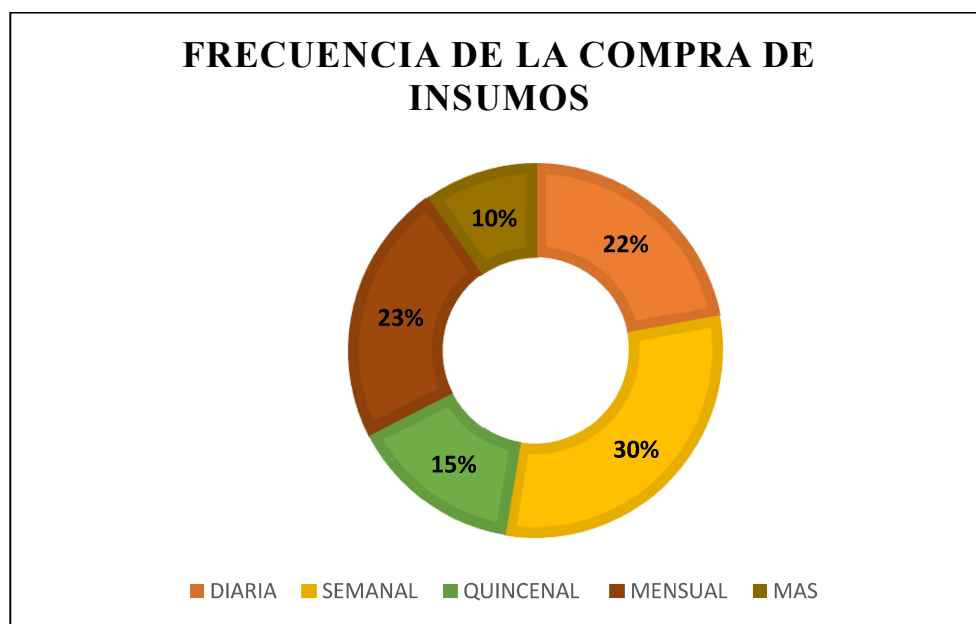
De las personas encuestadas en cada establecimiento y como lo ilustra la gráfica el 100% dijo que en ningún momento del año recibía ayuda del estado para el funcionamiento del negocio. Por lo tanto se puede afirmar que el gobierno no sabe la situación económica que está pasando esta zona y que hasta el momento cada quien se defiende y sobrevive como puede.

Tabla 11 ¿Qué tan Frecuente es la compra de insumos para el negocio?

¿QUE TAN FRECUENTE ES LA COMPRA DE INSUMOS PARA EL NEGOCIO?	DIARIA	34
	SEMANTAL	47
	QUINCENAL	23
	MENSUAL	35
	MAS	15

(Elaboración propia del autor, 2017)

Ilustración 10 ¿Qué tan Frecuente es la compra de insumos para el negocio?



(Elaboración propia del autor, 2017)

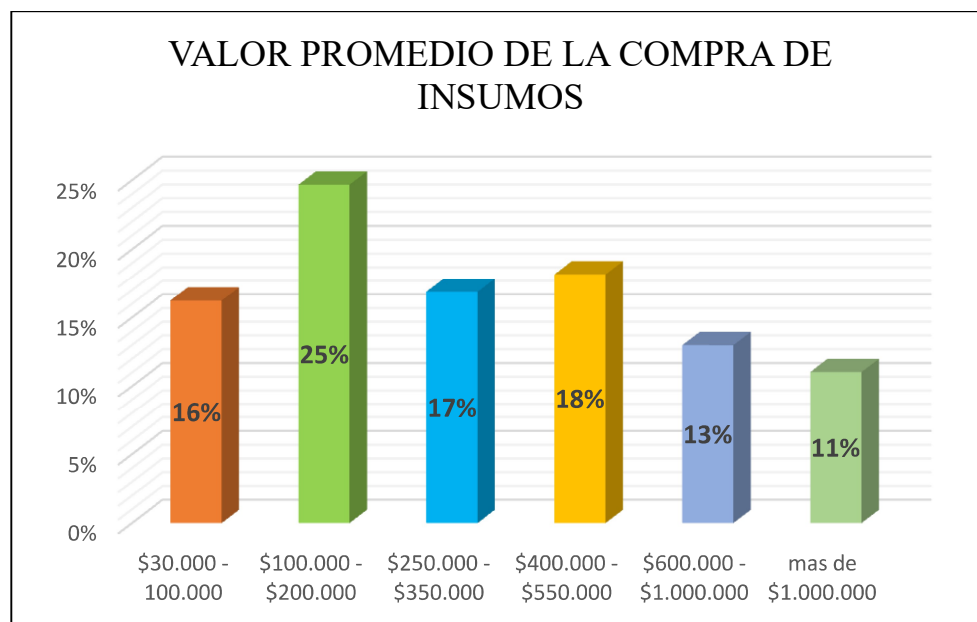
En esta tabla se puede observar la frecuencia con la que los establecimientos de comercio realizan sus compras, donde dijeron un 22% que lo realizaban a diario por el funcionamiento del mismo, un 30% la realiza semanal ya que hay un compromiso con los proveedores de surtir y cobrar cartera cada 8 días, esta también un 15% que hacen las compras cada 15 días, esto porque los productos no son tan perecederos y no tienden a deteriorarse fácilmente; como lo son las misceláneas, café internet, pañaleras.

Tabla 12 Valor Promedio de la Compra de Insumos

VALOR PROMEDIO DE LA COMPRA DE INSUMOS	\$30.000 -100.000	25
	\$100.000 - \$200.000	38
	\$250.000 - \$350.000	26
	\$400.000 - \$550.000	28
	\$600.000 - \$1.000.000	20
	más de \$1.000.000	17

(Elaboración propia del autor, 2017)

Ilustración 11 Valor Promedio de la Compra de Insumos



(Elaboración propia del autor, 2017)

En esta grafica se puede observar que la variable con mayor porcentaje es de un 25% de negocios que dijeron que realizaban compras ente \$100.000 - \$200.000 ya fuera diario, semanal, quincenal o mensual puesto que siempre tenían más necesidades y de acuerdo a esto mantenían un rango para realizar pedidos. Por otro lado siguen las compras de \$400.000 -\$550.000 con un 18% sobre la

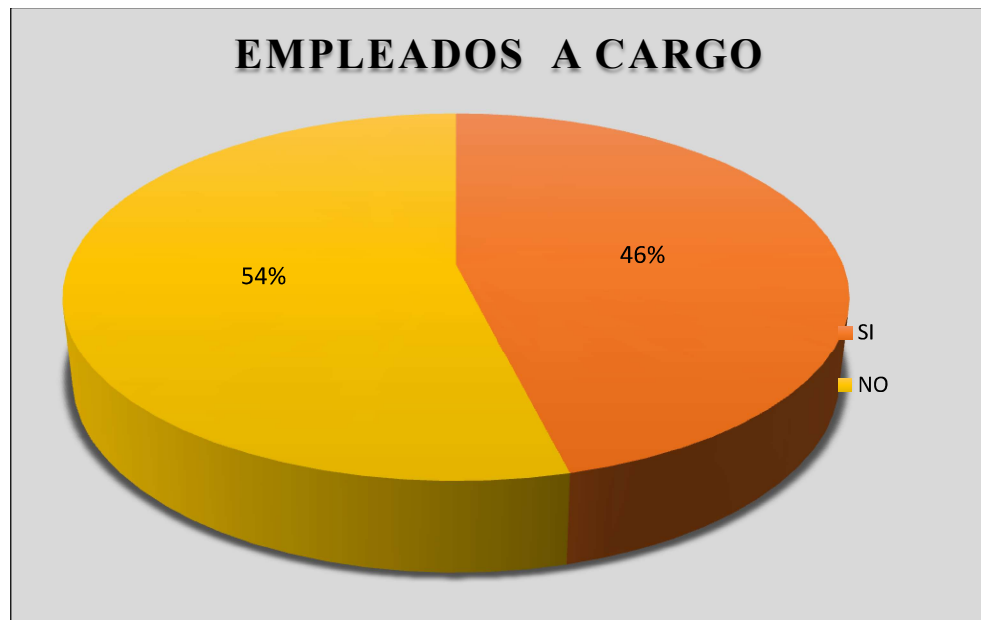
población encuestada. Las compras de menor porcentaje con un 11% fueron las de más de \$1.000.000 que estas encontramos a las comercializadoras de agroquímicos, fábrica de muebles y compra y venta de estos mismos.

Tabla 13 ¿Tiene empleados a cargo?

TIENE EMPLEADOS A CARGO	SI	71
	NO	83

(Elaboración propia del autor, 2017)

Ilustración 12 ¿Tiene empleados a cargo?



(Elaboración propia del autor, 2017)

En esta grafica se puede observar que una gran mayoría con un 54% prefieren no tener empleados a cargo, ya que son dueños del negocio y trabajan para este,

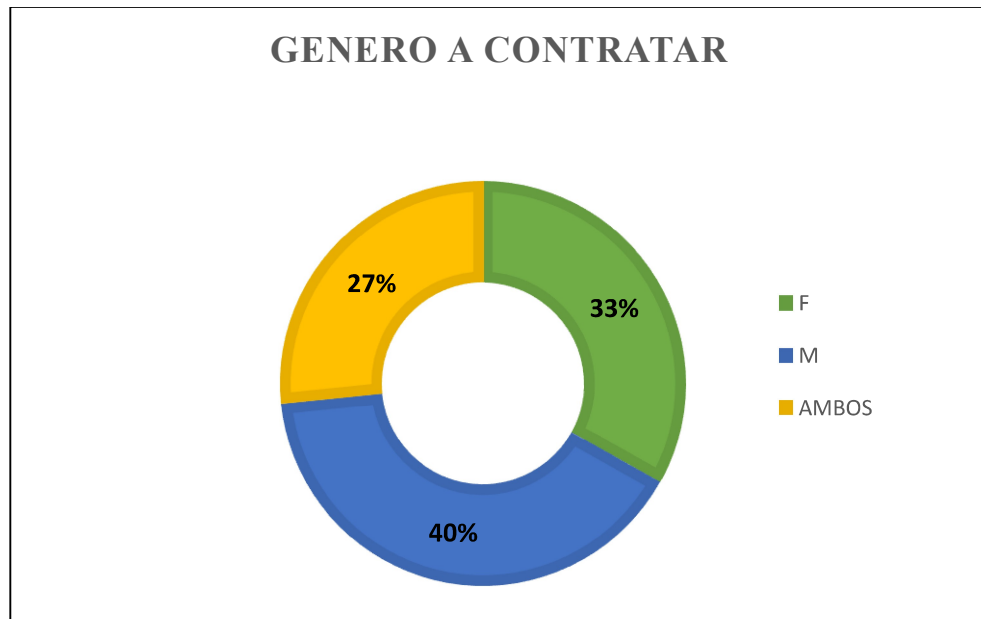
también justifican que no les alcanza el dinero para dejar una persona o más en el negocio y por esto también prefiere atenderlo personalmente, también vemos que un 46% si tiene empleados a cargo como lo son los mini mercados, restaurantes, panaderías, entre otros.

Tabla 14 Tipo de empleados que prefiere contratar

TIPO DE EMPLEADOS QUE PREFIERE CONTRATAR	F	51
	M	62
	AMBOS	41

(Elaboración propia del autor, 2017)

Ilustración 13 Tipo de empleados que prefiere contratar



(Elaboración propia del autor, 2017)

En esta pregunta los encuestados respondieron a la necesidad del negocio, puesto que el 40% prefiere el sexo masculino por la capacidad de un hombre, los establecimientos que prefieren hombres en el trabajo son bares, mini mercados,

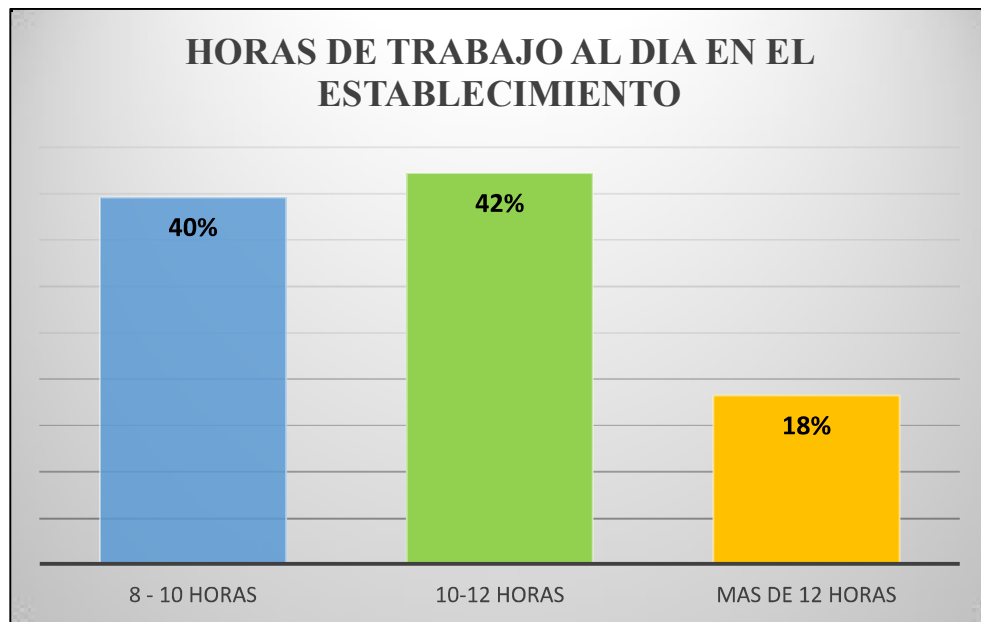
almacén de lubricantes, almacén de repuestos, almacén de agroquímicos, ferreterías, entre otros. Con un 33% de preferencia por las mujeres ya que su justificación ante esto es el mejor servicio y la atención al cliente como lo es en restaurantes (mujeres para la cocina), cafeterías, dulcerías, heladerías... y por ultimo con un 27% de los encuestados dijeron que no tenían problema en contratar personas de diferente género, decían que unos son muy eficientes en ventas y otros en producción, así que no había preferencia.

Tabla 15 Horas de Trabajo Diario en el Establecimiento

HORAS DE TRABAJO DIARIO EN EL ESTABLECIMIENTO	8 - 10 horas	61
	10-12 horas	65
	más de 12 horas	28

(Elaboración propia del autor, 2017)

Ilustración 14 Horas de Trabajo Diario en el Establecimiento



(Elaboración propia del autor, 2017)

De acuerdo con la cantidad de establecimientos se pudo encontrar que los que están sobre la vía trabajan más tiempo que los que están en el centro del caso

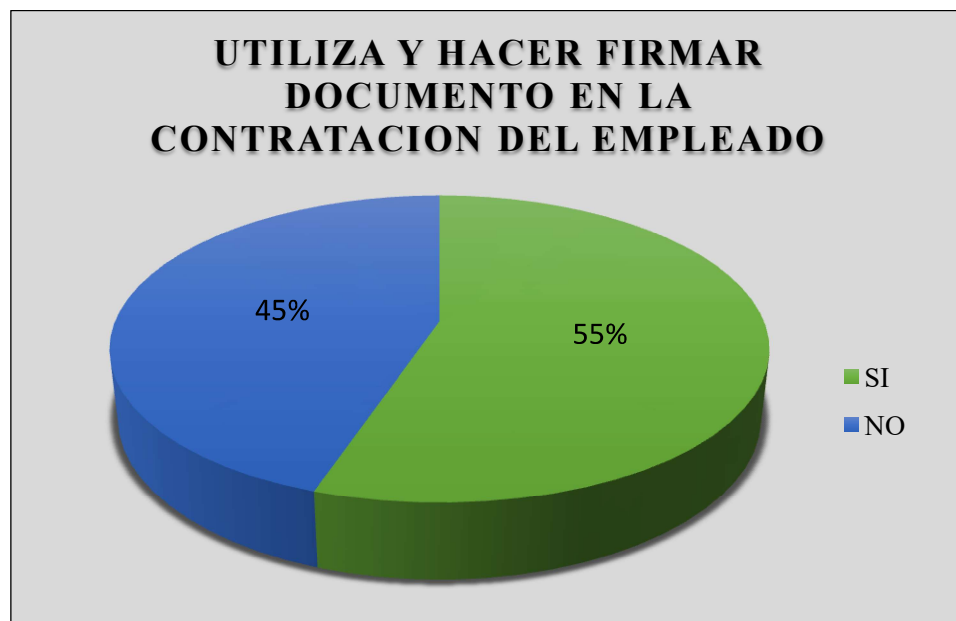
urbano de Silvania, el porcentaje más alto que es el 42% son la mayoría de los establecimiento que los atiende el propietario, y el 18% que son los que trabajan más de 12 horas, son negocios donde se rotan los horarios con la familia para poder tener unos ingresos masa significativo, no pagando empleados y atendiendo el negocio en una jornada mas larga.

Tabla 16 ¿Utiliza y hace firmar un documento legal a los empleados a la hora de contratarlos?

UTILIZA Y HACE FIRMAR UN DOCUMENTO LEGAL A LOS EMPLEADOS A LA HORA DE CONTARTARLOS?	SI	85
	NO	69

(Elaboración propia del autor, 2017)

Ilustración 15 ¿Utiliza y hace firmar un documento legal a los empleados a la hora de contratarlos?



(Elaboración propia del autor, 2017)

En esta pregunta hubo un 55% que dio como respuesta un SI al utilizar un documento que pactara la contratación del empleador con el trabajador, y por otro lado hubo un 45% que dijo que no realizaban ningún tipo de documento y que

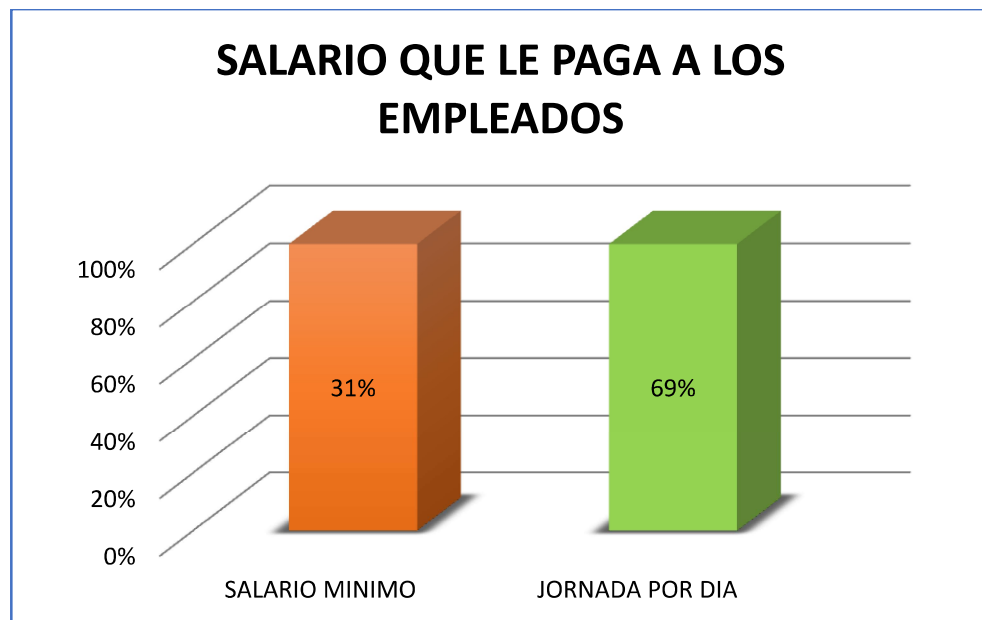
llegaban a acuerdos verbales, donde hay muchas variables que hacen que los trabajos no sean formales y no tengan derecho a lo que les ofrece la ley colombiana.

Tabla 17 Valor del salario que le paga a los empleados

VALOR DEL SALARIO QUE LE PAGA A LOS EMPLEADOS	SALARIO MINIMO	48
	JORNADA POR DIA	106

(Elaboración propia del autor, 2017)

Ilustración 16 Valor del salario que les paga a los empleados



(Elaboración propia del autor, 2017)

De acuerdo a la gráfica y al estudio realizado, el porcentaje más significativo es de 69% que son los establecimientos que pagan desde \$23.000 hasta \$35.000 en una jornada por día, donde una jornada equivale de 8 a 12 horas de trabajo, como muchos respondían "aquí se sabe la hora de llegada, pero no la hora de salida". Mientras que la otra parte que equivale al 31% de los establecimientos dijeron que preferían pagar el salario mínimo y así no tener problema con los empleados.

9. IMPACTOS

IMPACTO SOCIAL

Al analizar el impacto social de un proyecto de investigación, la Universidad Del Norte contempla lo siguiente (2017):

Las instituciones de educación superior buscan continuamente fomentar u organizar el desarrollo social y económico de su área de dominio, no solo mediante la enseñanza que reflejan, sino también mediante la realización de proyectos de alto nivel. En este sentido, la Universidad del Norte desde su realidad regional ha empezado diferentes líneas de acción orientadas a la proyección y responsabilidad social, la cual se revela en indicadores de gestión que han reconfortado al desarrollo humano sostenible de la costa Caribe de Colombiana.

Es por ello que, desde sus comienzos, la Universidad ha diseñado e implementado proyectos de impacto social y programas de responsabilidad social, en los que participan investigadores, docentes y la administración misma, y que vinculan a la empresa pública, privada y organizaciones sociales mediante los cuales se benefician diversas poblaciones de la Costa. Entre estas iniciativas que generan sin duda progreso a la Región, y que producen alternativas de cambio para el país, se encuentran proyectos en salud, educación, infraestructura y emprendimiento, principalmente. (universidaddelnorte; 2017)

El proyecto del observatorio socioeconómico de la universidad de Cundinamarca dirigido por uno de los semilleros de investigación de la universidad, trata de fomentar a los estudiantes de los programas administrativos, económicos y contables que conozcan la situación de la región del Sumapaz y se interesen en encontrar futuro para la zona y que contribuyan a la mejora de la sociedad de esta. De igual manera dando a conocer esta herramienta de la universidad de Cundinamarca los habitantes podrán acceder y tener información basada en datos

reales para la planificación y conocimiento de la situación económica de la región, donde podrán encontrar el sector más influyente en cada municipio de la zona y organizar de una manera más confiable el tipo de empresa que desea crear.

De esta manera las sociedades en general con ayuda de la universidad podrán tener material donde investigar en caso de requerir algún tipo de asesoría o información con respecto a los 10 municipios (Fusagasugá, Silvana, Venecia, panda, tabaco, cabrera, Arbeláez, pasca, granada y san Bernardo) que conforman la región del Sumapaz.

IMPACTO AMBIENTAL

La creación de empresas para muchos comerciantes es tan sencillo como colocar un restaurante en el garaje de una casa, para otros como lo decía Joseph Schumpeter es un reto de innovar y hacer más sostenible el comercio de bienes y servicios, el trabajo de investigación impacta medio ambientalmente de manera que los comerciantes entren en razón y se capaciten para crear empresas o negocios autosostenibles, donde puedan desarrollar algún tipo de actividad protegiendo el medio y no agotando los recursos, de acuerdo a la zona en la que nos encontramos es muy factible que se pueda implementar cualquier ayuda al medio ambiente ya que contamos con una variedad de climas donde es muy fácil reciclar agua o incluso aprovechar la luz solar.

Como por ejemplo al analizar el impacto ambiental de un proyecto o de una empresa que en sus políticas prima el medio ambiente la Universidad Del Norte contempla lo siguiente sobre un modelo claro como lo es Argos (2017):

Argos Planta Caribe y Universidad del norte desarrollan un proyecto de innovación tecnológica que pretende hacer más competitiva a esta empresa: mejorará sus costos de producción al tiempo que reducirá el consumo calórico y el impacto ambiental por la emisión de polvo. Los grupos de Investigación Materiales, Procesos y Diseño están al frente del proyecto. (universidaddelnorte, 2012)

IMPACTO ECONOMICO

Al analizar el impacto económico de un proyecto de investigación y cualquiera que se realice es importante resaltar lo siguiente según el sistema nacional de información ambiental de Chile que contempla (2017):

El análisis del impacto económico es como la manera de conocer las consecuencias que genera un señalado hecho en la totalidad del sistema económico, descubriendo en él todo o en alguna de sus diferentes partes. Las huellas económicas de un proyecto (en este caso un proyecto de norma o plan) corresponden a todos los resultados posibles de determinar que resultan de dicha acción en el método, y que tengan una expresión económica. De una manera resumida, los impactos introducen al consumo de insumos o recursos notificados para cumplir con el proyecto y los productos (anhelados y no deseados) del mismo.) (sinia.cl, 2017)

En primera instancia la economía del municipio de Silvana depende en un 80% del turismo y según lo observado y dictaminado en el trabajo los entes gubernamentales están fallando en la realización de estrategias para mover la economía, como lo es la alcaldía municipal, la cámara de comercio y otros que de una manera u otra afectan el desarrollo de los establecimientos.

El observatorio socioeconómico busca que este tipo de proyectos impacten de una forma real y concisa para la toma de decisiones de parte de los que pueden realizarlo, y que en el momento que algún candidato quiera asumir como gobernante de alguno de estos municipios primero busquen el observatorio de la universidad y puedan realizar un plan de campaña adecuado a lo real y lo que pasa en la actualidad en cada municipio; dando así la oportunidad de tener nuevas ideas por parte del equipo de trabajo para el crecimiento y desarrollo sostenible de las empresas o negocios.

IMPACTO CULTURAL

Al analizar el impacto cultural que puede tener un proyecto de investigación para fomentar cultura en una región los autores Fernando Barona Tovar y Edwin Javier Cuéllar Caicedo (2014) contemplan lo siguiente:

Para el banco de la república de Colombia es de gran interés la estimación de impacto y la organización de índices e indicadores son factores fundamentales de la administración cultural., La administración cultural consiste en combinar de manera efectiva medios humanos, físicos, tecnológicos y financieros, con el propósito de que políticas, planes, programas y proyectos cumplan sus objetivos y contribuyan al fin propuesto para cada iniciativa. El énfasis de la administración se pone en las competencias de la administración y del administrador cultural y planear, dirigir, organizar y evaluar desde enfoques tradicionales; y planear, hacer, evaluar y ajustar desde propuestas más contemporáneas son las acciones que establecen el derrotero de la administración cultural. Además del seguimiento y la evaluación mediante indicadores de gestión, es de gran importancia en la labor de la subgerencia aproximarse a conceptos, todos e instrumentos que permitan valorar los impactos de su quehacer. En este aspecto, el énfasis se coloca en el “para qué-fin-objetivo de desarrollo” de la oferta cultural que se promueve. (bancodelarepublica, 2014)

Es considerable resaltar que no existe la cultura de la contratación legal a los empleados de los diferentes negocios que se les aplico el instrumento de recolección de datos, además se dejan llevar por lo que se rumora que es conveniente y no investigan a través de entidades que los puedan asesorar, también argumentan que no lo hacen por que nadie lo exige y los empleados dicen que si no aceptan esta informalidad no pueden trabajar y no llevarían ningún ingreso a sus hogares.

De igual manera la informalidad de los establecimientos de comercio que están abiertos y atendiendo al público, donde no tienen visitas de la secretaria de salud y que en un 25% siendo el porcentaje más alto es de restaurantes.

Lo que este proyecto puede causar es informar todas estas desventajas a los entes reguladores y que ellos promuevan la cultura de hacer bien las cosas, dándoles capacitaciones, asesorías y entrenamientos para que aparte de ser buenos comerciantes se concienticen del riesgo en el que están incurriendo por no tomar medidas legales y de salud.

10. CONCLUSIONES

- Se hace referencia a los resultados de la investigación que un 25% siendo el porcentaje mas alto hace compras de insumos alrededor de los cien mil pesos y doscientos mil con una frecuencia semanal, ya que los comerciantes comentan que la rotación de los productos es muy demorada y que no hay suficiente demanda de turistas en los primeros meses del año.
- De acuerdo con los resultados preliminares el municipios de Sylvania, cuentan con un gran número de establecimientos pequeños que en la mayoría de los casos son atendidos únicamente por su propietario y no ven la necesidad de tener empleados.
- Teniendo en cuenta los resultados en el municipio de Sylvania la contratación se inclina más hacia el género masculino debido a que el tipo de negocios requiere un esfuerzo físico que se ajusta más a las capacidades de los hombres.

- Con base en los resultados arrojados por la investigación más del 40% de los establecimientos encuestados en el municipio de Sylvania tienen empleados con jornadas laborales entre 8 y 14 horas debido al tiempo en que se tiene abierto el negocio y se tiene atención al cliente.
- Según los resultados arrojados en las encuestas en el municipio de Sylvania la mayoría de los establecimientos con empleados asignan una mesada diaria que no alcanza la tarifa del salario mínimo. Se puede concluir que los salarios asignados no son proporcionales con las horas de las jornadas laborales lo que a su vez genera informalidad en los establecimientos con relación a la contratación y el manejo de empleados.
- De acuerdo a lo analizado en los resultados un 55% de los entes de comercio no utilizan ningún tipo de documento para hacerse responsable por esa persona que labora en el establecimiento, poniéndolos en riesgo de todo tipo y dándole al empleado un mal trato laboral con esta informalidad.

11. RECOMENDACIONES

- En primera instancia se recomienda a los comerciantes del municipio de Sylvania, apreciar el trabajo que realizan los empleados para el beneficio del establecimiento a cargo de cada quien, dándoles un trato justo con la contratación formal y pagándoles el salario que por ley les corresponde y que existe en Colombia, de esta manera se fomentará la cultura de contratación y se motivará a los empleados a desarrollar o ejercer su trabajo de una mejor manera y con más agrado; ya que podrán tener

beneficios como el subsidio de caja de compensación y el subsidio de transporte, haciéndoles mejorar la calidad de vida que se lleva.

- A los comerciantes, que se inscriban y registren sus negocios ante la cámara de comercio, es un valor pequeño a pagar y una sola vez al año, esta entidad, aunque no brinda ayuda económica si lo hace asesorando, capacitando y realizando cursos actualizados de mercadeo y cualquier otro tema en el que un comerciante quiera tener conocimiento para el desarrollo del negocio en un corto, mediano y largo plazo.

Dándoles la oportunidad de progresar como empresa y tener un negocio reconocido a nivel municipal, y si es posible y según las estrategias que se trabajen en pro del crecimiento tendrán un mayor reconocimiento de acuerdo a la calidad que brinden y sus políticas laborales.

- A la alcaldía municipal generar estrategias que incentiven a los turistas a visitar el municipio de Sylvania para que consuman y reactiven la economía, como eventos culturales de danzas, artesanías, uniéndose con otros municipios de la región para mostrar las fortalezas que tienen por estar ubicado en la provincia del Sumapáz, de esta manera todos se benefician y los comerciantes se motivan con los ingresos de estos sucesos les traiga, de igual modo generan empleo y la tasa de desempleo bajaría y enriquecería a la región y el país.

- A la alcaldía municipal de Sylvania que impulse planes de desarrollo empresariales para darles a conocer al comerciante las capacidades que tienen a la hora de vender, aumentando sus ventas, ingresos, dando oportunidad de trabajo y siento diferentes en una sociedad que solo busca abrir restaurantes.

Gestionando el desarrollo del municipio y la capacidad que tienen las personas para mejorar la calidad de vida de los habitantes del pueblo como

de los turistas, cabe resaltar y esclarecer que en un proyecto empresarial no se ve el fruto del esfuerzo de un mes para otro, sino que tiene una estimación de tiempo para lograr un posicionamiento y una madurez en el mercado.

- A la universidad de Cundinamarca para que incentiven más el observatorio socioeconómico del Sumapáz y sea una herramienta clave para los gobiernos municipales, teniendo bases de datos actualizadas y trabajando con la ayuda de los estudiantes para que la región tenga una página informativa, donde puedan promover debates públicos, dialogar sobre políticas de equidad, dar ideas, organizar proyectos de turismo, de tipo comercial, y hasta dar información en cualquier tipo de tema que la ciudadanía requiera como lo es el tema en salud, educación, deporte, etc....

12. ANEXOS

ALGUNAS FOTOS DE RECOLECCION DE ENCUESTAS



OBSERVATORIO SOCIOECONOMICO DEL SUMAPAZ ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO COMERCIAL CASO: SILVANIA

ZULAY FERNANDA LINARES SANCHEZ, LUIS HERNANDO LOPEZ VARGAS
 ASesor INTERNo, UNIVERSIDAD DE CORDOBA, FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y CONTABLES
 CONTADURIA PUBLICA / CODENORMA / FISCALIA / SUGA - 2017

OBJETIVOS

- Caracterizar socioeconómicamente al municipio de Silvania
- Describir brevemente la variedad de establecimientos comerciales
- Identificar las variables laborales por municipio de Silvania
- Clasificar el establecimiento

METODOLOGÍA

TIPO DE INVESTIGACION: Descriptiva

AREA: Económica, competitividad de las empresas

LINEA: Crecimiento y desarrollo económico de las empresas

POBLACION DE SILVANIA: 390

MUESTRA DE SILVANIA: 142

ESTADO DEL ARTE

- Escasez de la muestra adecuada al estudio en la que se hace la investigación de las empresas y su comportamiento al cliente.
- La creación del observatorio socioeconómico de Silvania, tiene como objetivo el desarrollo de la actividad económica del municipio.
- El estudio socioeconómico de Silvania, tiene como objetivo el desarrollo de la actividad económica del municipio.
- El estudio socioeconómico de Silvania, tiene como objetivo el desarrollo de la actividad económica del municipio.

RESULTADOS

EMPLEADOS A CARGO

SI	54%
NO	46%

GENERO A CONTRATAR

MASCULINO	40%
FEMENINO	33%
OTRO	27%

SALARIO QUE LE PAGA A LOS EMPLEADOS

SALARIO MINIMO	31%
OTRO PAGO	69%

HORAS DE TRABAJO AL DIA EN EL ESTABLECIMIENTO

8 - 10 HORAS	40%
10 - 12 HORAS	42%
MAS DE 12 HORAS	18%

UTILIZA Y HACER FIRMAR DOCUMENTO EN LA CONTRATACION DEL EMPLEADO

SI	45%
NO	55%

CONCLUSIONES

- Algunas de las conclusiones que se obtuvieron en la investigación son:
- El municipio de Silvania, tiene una actividad económica que se desarrolla en el comercio.
- El municipio de Silvania, tiene una actividad económica que se desarrolla en el comercio.
- El municipio de Silvania, tiene una actividad económica que se desarrolla en el comercio.

POSTER

13. BIBLIOGRAFÍA

- (2017). Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos32/teoria-crecimiento/teoria-crecimiento.shtml>
- bancodelarepublica. (2014). Obtenido de <http://sispru.scrd.gov.co/siscred/sites/default/files/indices-impacto-cultural.pdf>
- CCPALMIRA. (2012). Obtenido de http://www.ccpalmira.org.co/portal/images/Docs/Situacion_economica/SituacionEconomica2012.pdf
- Dian. (22 de 02 de 2017). Obtenido de http://www.dian.gov.co/contenidos/servicios/rut_preguntasfrecuentes.html
- Elpais. (21 de 02 de 2017). Obtenido de <http://www.elpais.com.co/elpais/archivos/estudio-mototaxismo.pdf>
- Google. (21 de 02 de 2017). Obtenido de <https://www.google.com.co/search?q=silvania&biw=1024&bih=480&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwiWhOWGkaTSAhVNIImMKHW D1DoMQsAQIJA#imgrc=pOfzgHRTKioIHM>:
- GoogleMaps. (21 de 02 de 2017). *GoogleMaps*. Obtenido de GoogleMaps: www.google.com.co

MinHacienda. (22 de 02 de 2017). Obtenido de <http://www.hacienda.cl/preguntas-frecuentes/deberes-y-funciones/cuales-son-las-principales-facultades-y.html>

Silvania. (22 de 02 de 2017). Obtenido de <http://www.silvania-cundinamarca.gov.co/noticias.shtml?apc=ccx-1-&x=1825892>

Silvania-Cundinamarca. (21 de 02 de 2017). Obtenido de http://www.silvania-cundinamarca.gov.co/informacion_general.shtml

sinia.cl. (05 de 2017). Obtenido de http://www.sinia.cl/1292/articles-26253_EstudioAGIES.pdf

Unipamplona. (21 de 02 de 2017). Obtenido de <http://www.unipamplona.edu.co/osocioeconomico/>

universidaddelnorte. (s.f.). Obtenido de <http://www.uninorte.edu.co/web/impacto-social>

universidaddelnorte. (26 de 07 de 2012). Obtenido de http://www.uninorte.edu.co/web/dip/blog?p_p_id=33&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-2&p_p_col_pos=1&p_p_col_count=2&p_r_p_564233524_tag=reducci%C3%B3n+del+impacto+ambiental

ustabuca. (21 de 02 de 2017). *ustabuca*. Obtenido de [ustabuca: www.ustabuc.edu.co/ustabmanga/observatorio](http://www.ustabuc.edu.co/ustabmanga/observatorio)

Ustabuca.edu. (19 de 08 de 2013). Obtenido de <http://www.ustabuca.edu.co/post2512695/la-universidad-santo-tomas-presento-observatorio-socioeconomico-de-santander->