

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
		PAGINA: 1 de 141

26.

FECHA	jueves, 23 de noviembre de 2017
--------------	---------------------------------

Señores

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

BIBLIOTECA

Ciudad

UNIDAD REGIONAL	Sede Fusagasugá
------------------------	-----------------

TIPO DE DOCUMENTO	Trabajo De Grado
--------------------------	------------------

FACULTAD	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
-----------------	--

NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
---	----------

PROGRAMA ACADÉMICO	Contaduría Pública
---------------------------	---------------------------

El Autor(Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
MONTENEGRO CAICEDO	GALDYS MARCELA	1.127.075.507
VILLAMIL GALEANO	AURA SOFIA	1.069.753.175

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento:

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
LOPEZ	LUIS HERNANDO

TÍTULO DEL DOCUMENTO
<p>IMPACTO DE LOS MERCADOS DE LOS BARRIOS LA GRAN COLOMBIA Y LA MACARENA EN LA ECONOMIA DEL MUNICIPO DE FUSAGASUGÁ</p>

SUBTÍTULO (Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)

TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE: Aplica para Tesis/Trabajo de Grado/Pasantía
TRABAJO DE GRADO

AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO	NÚMERO DE PÀGINAS
23/11/2017	121

DESCRPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS (Usar 6 descriptores o palabras claves)	
ESPAÑOL	INGLÉS
1. Economía	the economy
2. Mercados	Markets
3. Actividad económica	Economic activity
4. Establecimiento de comercio	Establishment of trade
5. Fusagasugá	the Fusagasuga
6.	

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS

(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

El presente proyecto investigativo tiene como objetivo realizar un estudio sobre el impacto económico de los barrios La Gran Colombia y Macarena, debido a que el crecimiento poblacional del municipio de Fusagasugá ha conllevado a que sus habitantes se ubiquen en estas zonas las cuales han comenzado a ser dinamizadores del mercado, siendo de esta manera autosuficientes, en las cuales podemos encontrar todo tipo de comercio que beneficia a la comunidad, por ello se hace necesario medir el impacto que tiene estos barrios en sus mercados, por consiguiente se realizará la aplicación de instrumentos de investigación para la recolección de información, de esta forma lograr identificar las diferentes variables económicas que mayor impacto generan en los barrios mencionados, proceso con el cual se hará un análisis comparativo.

El estudio será fuente de consulta para el municipio y las personas que requieran tener conocimiento acerca de la información del comportamiento económico de los barrios y así mismos generar políticas de impacto.

This research project aims to study the economic impact of the neighborhoods of La Gran Colombia and Macarena, because the population growth of the municipality of Fusagasugá has meant that its inhabitants are located in these areas have already begun to be market dynamizers, being in this way self-sufficient, in the parties we can find all kinds of trade that benefits the community, why can we measure the impact of these neighborhoods in their markets, why can we use the tool of research instruments for the collection of information, in this way to identify the different economic variables that generate the greatest impact in neighborhoods, a process with which a comparative analysis will be made.

The study is a source of consultation for the municipality and people who require knowledge about the information on the economic behavior of neighborhoods and also of them.

AUTORIZACION DE PUBLICACIÓN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son:

Marque con una "X":

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	X	

2. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet.	X	
3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	X	
4. La inclusión en el Repositorio Institucional.	X	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, *“Los derechos morales sobre el*

trabajo son propiedad de los autores”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

Información Confidencial:

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado. **SI** ___ **NO** **X**.

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

LICENCIA DE PUBLICACIÓN

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).

b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.

c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.

d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines

previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el "Manual del Repositorio Institucional AAAM003"

i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



Nota:

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el(los) siguiente(s) archivo(s).



Nota:

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

Nombre completo del Archivo incluida su Extensión (Ej. PerezJuan2017.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1. Impacto de los mercados de los barrios la gran Colombia y la macarena en la economía del municipio de Fusagasugá.pdf	TEXTO
2.	
3.	
4.	

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafa)
MONTENEGRO CAICEDO GLADYS MARCELA	
VILLAMIL GALEANO AURA SOFIA	

12.1.50

IMPACTO DE LOS MERCADOS DE LOS BARRIOS LA GRAN COLOMBIA Y LA
MACARENA EN LA ECONOMIA DEL MUNICIPIO DE FUSAGASUGÁ

GLADYS MARCELA MONTENEGRO CAICEDO

CODIGO: 114213166

AURA SOFIA VILLAMIL GALEANO

CODIGO: 114213306

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

2017

IMPACTO DE LOS MERCADOS DE LOS BARRIOS LA GRAN COLOMBIA
MACARENA EN LA ECONOMIA DEL MUNICIPO DE FUSAGASUGÁ

GLADYS MARCELA MONTENEGRO CAICEDO

CODIGO: 114213166

AURA SOFIA VILLAMIL GALEANO

CODIGO: 114213306

PRESENTADO A
COMITÉ OPCIONES DE GRADO

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

2017
NOTA DE ACEPTACIÓN

PRESIDENTE DE JURADO

JURADO UNO

JURADO DOS

TABLA DE CONTENIDO

1. TÍTULO DEL PROYECTO.....	19
2. ÁREA Y LINEA DE INVESTIGACIÓN	20
2.1. ÁREA.....	20
2.2. LÍNEA.....	20
3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	21
4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	21
5. OBJETIVOS.....	22
5.1. OBJETIVO GENERAL.....	22
5.2. OBEJETIVOS ESPECIFICOS	22
6. JUSTIFICACIÓN	23
7. MARCO REFERENCIAL.....	24
7.1. MARCO DE ANTECEDENTES Y REFERENTES.....	24
7.1.1. REFERENTE	24
7.1.2. ANTECEDENTES	28
7.2. MARCO TEÓRICO.....	31
7.2.1. Teoría del Mercado.....	31
7.2.2. Teoría de los precios.	34
7.2.3. Teoría de la competitividad.	35
7.2.4. Teoría de la oferta y la demanda.....	37
7.2.5. Teoría de la administración.	38
7.3. MARCO LEGAL	40
7.4. MARCO CONCEPTUAL	43
7.4.1. Economía.....	43
7.4.2. Mercados	43
7.4.3. Actividad económica	43
7.4.4. Establecimiento de comercio.....	43

7.4.5. Negocio.....	43
7.4.6. Desarrollo económico.....	44
7.5. MARCO GEOGRÁFICO.....	45
7.5.1. Localización.....	45
7.5.2. Ubicación de Fusagasugá en Colombia y Cundinamarca.....	46
7.5.3. Ubicación barrios Gran Colombia Y Macarena en el municipio de Fusagasugá.....	47
8. MARCO METODOLÓGICO.....	48
8.1. Tipo de investigación.....	48
8.2. Tamaño de la muestra.....	52
8.3. Tipo de muestreo.....	52
8.3.1. Muestreo probabilístico:.....	52
8.4. Instrumento de recolección de información.....	52
8.4.1. Lugar de realización.....	52
8.4.2. Tipo de encuesta:.....	52
8.5. Fuentes:.....	53
9. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	54
9.1. Ubicación de establecimientos de comercio en los barrios.....	64
9.1.1.1. Comparación localización de establecimientos con el uso de suelo permitido barrio Macarena.....	66
9.1.3. Comparación localización de establecimientos con el uso de suelo permitido barrio Gran Colombia.....	69
9.2. INTERPRETACIÓN DE LAS VARIABLES INVESTIGADAS.....	71
9.3. Actividades sectores comercial año 2017.....	101
9.4. Análisis comparativo.....	117
9.5. IMPACTO ECONOMICO COMPARATIVO.....	123
BARRIO GRAN COLOMBIA Y MACARENA.....	123
9.6. ANALISIS COMPARATIVO IMPACTO ECONOMICO BARRIO GRAN COLOMBIA Y MACARENA EN LA ECONOMIA DEL MUNICIPIO DE FUSAGASUGÁ.....	124
10. CONCLUSIONES.....	127

11. RECOMENDACIÓN	128
12. BIBLIOGRAFIA	129
13. ANEXOS	130

TABLA DE FIGURAS

<i>Gráfica 1 Mapa ubicación de negocios barrio La Macarena.....</i>	<i>65</i>
<i>Gráfica 2. Mapa uso de suelo comercial barrio Macarena</i>	<i>66</i>
<i>Convenciones Gráfica 3. Mapa uso de suelo comercial barrio Macarena</i>	<i>67</i>
<i>Gráfica 4. Mapa ubicación de negocios barrio la Gran Colombia.....</i>	<i>68</i>
<i>Gráfica 5. Mapa uso de suelo comercial barrio Gran Colombia.</i>	<i>69</i>
<i>Convenciones Gráfica 6. Mapa uso de suelo comercial barrio Macarena</i>	<i>70</i>
<i>Gráfica 7. Tipo de negocios</i>	<i>71</i>
<i>Gráfica 8. Sector Comercial.....</i>	<i>72</i>
<i>Gráfica 9. ¿Local donde se encuentra es?</i>	<i>73</i>
<i>Gráfica 10. Número de empleados.</i>	<i>74</i>
<i>Gráfica 11. Tipo de contratación.</i>	<i>75</i>
<i>Gráfica 12. Horas de trabajo.....</i>	<i>76</i>
<i>Gráfica 13. ¿E l pago de salario es?.....</i>	<i>77</i>
<i>Gráfica 14. Se encuentra registrado en cámara de comercio?</i>	<i>78</i>
<i>Gráfica 15. ¿Qué impuesto paga?</i>	<i>79</i>
<i>Gráfica 16. ¿En qué tipo de registro lleva su contabilidad?.....</i>	<i>80</i>
<i>Gráfica 17. ¿Cuál es su promedio de ventas diarias?.....</i>	<i>81</i>
<i>Gráfica 18. ¿Cuál es su promedio de ventas semanal?.....</i>	<i>82</i>
<i>Gráfica 19. ¿Cuál es su promedio de ventas quincenal?</i>	<i>83</i>
<i>Gráfica 20. ¿Conoce usted a sus clientes?.....</i>	<i>84</i>
<i>Gráfica 21. ¿Conoce algunos clientes que no sean del sector?.....</i>	<i>85</i>
<i>Gráfica 22. Tipo de negocio.....</i>	<i>86</i>
<i>Gráfica 23. Sector comercial.....</i>	<i>87</i>
<i>Gráfica 24. ¿Local donde se encuentra es?</i>	<i>88</i>
<i>Gráfica 25. Número de empleados</i>	<i>89</i>
<i>Gráfica 26. Tipo de contratación.....</i>	<i>90</i>
<i>Gráfica 27. Horas de trabajo.....</i>	<i>91</i>
<i>Gráfica 28. ¿El pago del salario es?.....</i>	<i>92</i>
<i>Gráfica 29. ¿Se encuentra registrado en cámara de comercio?</i>	<i>93</i>
<i>Gráfica 30. ¿Qué impuesto paga?</i>	<i>94</i>
<i>Gráfica 31. ¿En qué tipo de registro lleva su contabilidad?.....</i>	<i>95</i>
<i>Gráfica 32. ¿Cuál es su promedio de ventas diarias?.....</i>	<i>96</i>
<i>Gráfica 33 ¿Cuál es su promedio de ventas semanal?.....</i>	<i>97</i>
<i>Gráfica 34.¿Cuál es su promedio de ventas quincenal?</i>	<i>98</i>
<i>Gráfica 35. ¿Conoce usted sus clientes?.....</i>	<i>99</i>

<i>Gráfica 36. ¿Conoce usted sus clientes?.....</i>	<i>100</i>
<i>Gráfica 37. Cantidad de establecimientos a julio del año 2017.</i>	<i>101</i>
<i>Gráfica 38. Porcentaje establecimiento de comercio año 2017.....</i>	<i>108</i>
<i>Gráfica 39. Actividad y número de establecimientos sector servicios.</i>	<i>110</i>
<i>Gráfica 40 . Actividad y número de establecimientos sector industrial.</i>	<i>112</i>
<i>Gráfica 41. Actividad y número de establecimiento sector financiero.....</i>	<i>114</i>
<i>Gráfica 42.Actividad y número de establecimientos.....</i>	<i>115</i>
<i>Gráfica 43. Actividades y número de establecimientos sector comercial</i>	<i>116</i>
<i>Gráfica 44. Actividad y número de establecimientos barrio Gran Colombia</i>	<i>117</i>
<i>Gráfica 45. Actividad y número de establecimientos barrio La Macarena</i>	<i>118</i>
<i>Gráfica 46. Comparativo mercados existentes barrio La Gran Colombia y Macarena</i>	<i>122</i>
<i>Gráfica 47. Comparativo cantidad de establecimientos años 2015.2016.y 2017.</i>	<i>124</i>

LISTA DE TABLAS

<i>Tabla 1. Cantidad establecimientos de comercio barrio La Macarena.</i>	<u>48</u>
<i>Tabla 2. Cantidad establecimientos de comercio barrio La Macarena.</i>	<u>50</u>
<i>Tabla 3. Clasificación empresas barrio La Gran Colombia.</i>	<u>54</u>
<i>Tabla 4. Clasificación empresas barrio La Macarena.</i>	<u>59</u>
<i>Tabla 5. Empleos generados barrio gran Colombia</i>	<u>102</u>
<i>Tabla 6. Empleos generados barrio gran Colombia</i>	<u>105</u>
<i>Tabla 7. Establecimientos de comercio año 2017.</i>	<u>109</u>

1. TÍTULO DEL PROYECTO

IMPACTO DE LOS MERCADOS DE LOS BARRIOS LA GRAN COLOMBIA Y LA
MACARENA EN LA ECONOMIA DEL MUNICIPO DE FUSAGASUGÁ

2. ÁREA Y LINEA DE INVESTIGACIÓN

2.1. ÁREA

GESTIÓN PARA EL DESARROLLO LOCAL Y TRANSLOCAL

2.2. LÍNEA

DESARROLLO SOCIOECONÓMICO

3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es el impacto económico de los mercados de los barrios Gran Colombia y Macarena en la economía de Fusagasugá?

4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El crecimiento económico de un municipio se genera a partir del desarrollo e incremento que tengan los mercados presentes en él; De acuerdo a la historia económica de Fusagasugá, los sectores del mercado que mueven la economía del municipio son los sectores comercial, industrial, de servicios y financiero.¹En la actualidad no se cuenta con unos estudios que profundizan este tema, para lo cual se iniciará a realizar una investigación sobre los mercados existentes en la actualidad, iniciando con los barrios Macarena y Gran Colombia, debido a que el crecimiento poblacional del municipio ha conllevado a generar un gran auge económico en estas zonas las cuales han comenzado a ser dinamizadores de la economía dentro del municipio.

¹ FÉLIX RAUL MARTÍNEZ, *Fusagasugá una ciudad soñada*, historia urbana, 1880-1970, Bogotá, octubre de 2002

5. OBJETIVOS

5.1. OBJETIVO GENERAL

Analizar las variables económicas de los barrios Macarena y Gran Colombia y su impacto en la economía de Fusagasugá.

5.2. OBEJETIVOS ESPECIFICOS

- ✓ Identificar y clasificar la actividad comercial de los barrios
- ✓ Aplicar métodos de recolección de información.
- ✓ Reconocer las variables económicas a investigar
- ✓ Elaborar un análisis comparativo de los resultados obtenidos en el estudio.
- ✓ Analizar la influencia de los mercados en la economía de Fusagasugá.

6. JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto investigativo tiene como objetivo realizar un estudio sobre el impacto económico de los barrios La Gran Colombia y Macarena, debido a que el crecimiento poblacional del municipio de Fusagasugá ha conllevado a que sus habitantes se ubiquen en estas zonas las cuales han comenzado a ser dinamizadores del mercado, siendo de esta manera autosuficientes, en las cuales podemos encontrar todo tipo de comercio que beneficia a la comunidad, por ello se hace necesario medir el impacto que tiene estos barrios en sus mercados, por consiguiente se realizará la aplicación de instrumentos de investigación para la recolección de información, de esta forma lograr identificar las diferentes variables económicas que mayor impacto generan en los barrios mencionados, proceso con el cual se hará un análisis comparativo.

El estudio será fuente de consulta para el municipio y las personas que requieran tener conocimiento acerca de la información del comportamiento económico de los barrios y así mismos generar políticas de impacto.

7. MARCO REFERENCIAL

7.1. MARCO DE ANTECEDENTES Y REFERENTES

7.1.1. REFERENTE

ANÁLISIS DE LA RELACIÓN ENTRE LAS TIENDAS DE BARRIO DE ROSABLANCA Y SUS CLIENTES COMO UNO DE SUS GRUPOS DE INTERÉS 2016.²

Las tiendas de barrio forman parte de la estructura social y económica del país, tienen en su esencia el poder tener a unos cuantos metros de distancia al consumidor final, un aspecto que desean los productores de artículos de consumo masivo y por razones logísticas estos últimos han identificado que una alianza con los pequeños negocios es la manera más productiva de conseguir el objetivo principal que es entrar al hogar de toda la comunidad

En nuestro proyecto es importante conocer y analizar como es el comportamiento de los distintos negocios en los barrios, de esa manera llevar nuestro objetivo principal de cuál es el impacto que generan estos barrios en el municipio, y como base estructural de la economía.

²<http://repository.uniminuto.edu:8080/xmlui/bitstream/handle/10656/4712/T.A%20CORDOBA%20ZARTA%20JONATHAN%20MANUEL%202016pdf.pdf?sequence=1>

“Plan económico para competitividad de Fusagasugá “instrumento para orientar las acciones y los proyectos que permitan mejorar el crecimiento económico y la calidad de vida en el municipio de Fusagasugá y la provincia del Sumapaz Cámara de Comercio 2015.”³

Este estudio realizado por la cámara de comercio es dado por la importancia de que en la región del Sumpaz hay una gran cantidad de actividad económica y se analiza las mejoras de la calidad de vida de los habitantes de la región. Comprende la clasificación de los municipios en los cuales se determina el nivel de ingresos tipos de mercados que comprende cada uno.

Es primordial porque demuestra cual es lo competitividad que generan las pequeñas y medianas empresas en el municipio, y así analizar con el estudio que enfoque se les da a las actividades económicas de cada uno de los sectores y poder dar un impacto claro.

Los procesos de la Responsabilidad Social Empresarial Incorporada como Parte de la Planeación Organizacional en las Pequeñas, Medianas y Microempresas de los Municipios de Facatativá y Zipacón. Gómez Castelleda, Hugo Hernán; Soto Garzón, Johanna Paola.⁴

REPOSITORIO UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

En la investigación llevada a cabo se efectuó la recolección de datos con una muestra de las empresas Mipymes de los municipios de Facatativá y Zipacón, orientados específicamente a definir qué tan direccionadas a nivel estratégico se encuentran dichas empresas y si llevan a cabo la RSE así como la forma en que lo

³http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2890/6234_caracteriz_empresarial_sumapaz.pdf;sequence=1

⁴<http://dspace.ucundinamarca.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/604/>

hacen. Por tal motivo se pretende precisar cada uno de los conceptos y prácticas en las empresas Mypymes, y comparar la teoría con la realidad que se vive en el contexto en materia de Responsabilidad Social Empresarial

El proyecto se basa en el análisis de dos barrios para ver el impacto que estos generar dentro del municipio, este referente es esencial porque podemos ver la responsabilidad social empresarial que tiene diferentes municipios y ver como es la organización de los mismos.

CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LAS MIPYMES DEL ALTO MAGDALENA, MUNICIPIO DE JERUSALEN, 2016.⁵

La presente investigación se refiere al tema de la caracterización socioeconómica de las Mipymes de Jerusalén, 2016 donde se va evidenciar la situación actual que atraviesan, se observará cuáles son sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tienen las organizaciones del municipio con el fin de mejorar el crecimiento económico y la competitividad de ellas.

Las investigaciones de municipios aledañas son importantes porque así se puede hacer un análisis comparativo de como es el comportamiento económico y compararlo con el proyecto y tener una visión clara de cómo es el movimiento de los municipios.

⁵<http://dspace.ucundinamarca.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/249/Caracterizacion%20Socioeconomica%20de%20la%20Mipymes%20del%20Alto%20Magdalena%20Municipio%20Jerusalen.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ESTUDIOS DE LOS SECTORES ECONOMICOS SERVICIO COMERCIO E INDUSTRIAL DEL MUNICIPIO DE FUSAGASUGA.⁶

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

NATHELIE CANO GALVIS

JESSICA CECILIA SOSA CRISTANCHO

El desarrollo del proyecto de investigación organizaciones empresariales en Fusagasugá. Estudio multidimensional de sectores 2055- 2017 en la actual etapa de ejecución, viene clasificando sistemáticamente, a partir de la base de datos matriz nueva información referida objetivamente a la descripción y análisis de los sectores (servicios, comercial, industrial) y sub-económico, con el fin de lograr una comprensión de su interrelación.

Base fundamental en el proyecto debido a que comprende el tipo de sector que influye más en la economía de Fusagasugá, nos basamos en el objetivo y en la clasificación de las actividades que realiza cada sector, ya así hacer un análisis comparativo de cómo se genera el impacto de la población.

⁶https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/2989/CarlosMauricio_Burgo_sJaramillo_2014.pdf;sequence=1

7.1.2. ANTECEDENTES

Tiendas de barrio en Colombia- universidad del norte 2012⁷.

Ante esta inobjetable presencia de las tiendas de barrio y el desconocimiento de sus propias circunstancias, el Grupo de Investigación en Marketing (GIM) de la Escuela de Negocios de la Universidad del Norte ha desarrollado un riguroso estudio cualitativo de sus interacciones sociales y comerciales, en busca de la teoría que le dé sentido a su existencia. Apelando a la etnografía para recopilar la información, a la etnología para comparar nuestros diferentes matices y a la interpretación antropológica se ha venido desenmarañando las complejidades de su propio mundo, el de la vecindad.

Como resultado de esta investigación desarrollada en seis ciudades (Barranquilla, Cali, Medellín, Manizales, Valledupar y Neiva) y en todos los estratos se ha detectado una tipología de tiendas extraída de las representaciones mentales de sus consumidores (Marion et al., 2003). A través de estos retratos mentales se condensaron las significaciones que informan sobre lo que simboliza la tienda

Con el antecedente anteriormente mencionado se puede referenciar estudios anteriores de los mercados en el país, así mismo se analiza y comprende el impacto que generar las pequeñas y medianas empresas en la economía de cada región.

⁷<http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/3982/2801>

**TIENDAS DE BARRIO RESPONSABILIDAD SOCIAL: CASO FUSAGASUGÁ,
COLOMBIA: Elizabeth Ann Escobar Cazal, Universidad de Cundinamarca
Gonzalo Escobar Reyes, Universidad de Cundinamarca 2008 - 2012⁸**

El presente trabajo de investigación realizo con el fin de determinar un diagnóstico sobre los establecimientos de comercio que pertenecen al sector comercial industrial y de servicios, observando los comportamientos de cada uno, también se observa los requerimientos que se deben tener para determinar su actividad económica. Las tiendas de barrio en la ciudad de Fusagasugá son una parte importante en la vida de los ciudadanos puesto que para ellos son una fuente de trabajo y de ingresos en la canasta familiar.

El presente estudio es base fundamental para determinar cuáles son los sectores con mayor influencia en el municipio, y el crecimiento económico, comparando dos barrios con alto nivel de comercio, y comportamiento que determinan la actividad, de cada negocio.

**CARACTERIZACIÓN DE ECONOMICA Y EMPRESARIAL DEL SUMAPAZ:
ESTUDIOS REALIZADO POR LA CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA 2005**

El estudio realizado comprende los puntos específicos de la actividad económica que hay en Fusagasugá y si influencia en los diferentes sectores económicos lo cual genera gran porcentaje de crecimiento y desarrollo del municipio en las pequeñas empresas que genero este estudio determino que Fusagasugá no hay empresas pero que hay una gran aceptación de alimentos de toda clase

⁸https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/2989/CarlosMauricio_BurgosJaramillo_2014.pdf;sequence=1

La actividad económica es importante porque se pueden clasificar según lo que producen, sus ingresos y así determinar las influencias que estas actividades aportan al municipio, y a la comunidad flotante que ingresa.

ANÁLISIS DEL MERCADO LABORAL DEL MUNICIPIO DE CALDAS PERIODO JUNIO AGOSTO DE 2011.⁹

El estudio propuesto está enfocado en abordar la problemática laboral en el municipio de Caldas, en el departamento de Antioquia, Colombia. Se recopilan datos y se procesa la información con el fin de generar una aproximación a la realidad del mercado de trabajo en este municipio.

Estudio que busque caracterizar el mercado laboral no debe concentrarse únicamente en los elementos cuantitativos que sirven para la construcción de indicadores y estadísticas de desempleo, sino que debería complementarse con otros temas tales como el de la calidad del empleo, nivel de ingresos de los asalariados y análisis de capital humano

Es reconocer otros mercados no solo en el municipio sin en diferentes partes de Colombia, para llegar a un análisis que se pueda demostrar como la competitividad y movimiento económico de los municipios, ya así proyectar una visión clara del desarrollo económico

⁹https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/2989/CarlosMauricio_BurgosJaramillo_2014.pdf;sequence=1

7.2. MARCO TEÓRICO

7.2.1. Teoría del Mercado¹⁰

Mercado: Los mercados son los consumidores reales y potenciales de nuestro producto. Los mercados son creaciones humanas y, por lo tanto, perfectibles. En consecuencia, se pueden modificar en función de sus fuerzas interiores.

Los mercados tienen reglas e incluso es posible para una empresa adelantarse a algunos eventos y ser protagonista de ellos. Los empresarios no podemos estar al margen de lo que sucede en el mercado.

Bienes de Consumo: Productos elaborados expresamente para que los utilice el consumidor final, en contraposición a aquellos que se fabrican para revenderlos o utilizarlos en la fabricación de otros artículos, Productos, como cigarrillos, cerveza y goma de mascar que se compran con frecuencia, inmediatamente y con poco esfuerzo.

Beneficio del Producto: Características del producto o servicio que son percibidas por el consumidor como una ventaja o ganancia actual y real

Bienes industriales: Artículos utilizados para producir otros bienes para su reventa.

Canal de Distribución: El camino seguido por el producto, a través de los intermediarios, desde el productor al consumidor final

¹⁰<http://yeslyvane.blogspot.com.co/2012/07/teoria-del-mercado.html>

Competencia: Término empleado para indicar rivalidad entre un agente económico (productor, comerciante o comprador) contra los demás, donde cada uno busca asegurar las condiciones más ventajosas para sí.

Competencia perfecta: es aquel en que existe un gran número de compradores y vendedores de una mercancía.

Competencia imperfecta: Se refiere a los mercados en que no existe perfecta porque al menos un vendedor es suficientemente grande para influir en el precio de mercado.

Clientes: pueden ser consumidores particulares, firmas comerciales, organizaciones sin fines de lucro.

Consumo: Comprende las adquisiciones de bienes y servicios de la administración pública y del sector privado, destinadas a la satisfacción de sus necesidades inmediatas. Es el proceso económico, consistente en la compra o gasto que se hace en los bienes y servicios para satisfacer las necesidades de las familias, las empresas y el gobierno.

Consumidor: Cualquier agente económico en tanto consume bienes y servicios. Todas las personas, sin excepción, son consumidores, pues es inevitable que utilicen bienes y servicios para satisfacer las necesidades que se presentan a lo largo de su vida.

Comercialización: se ocupa de aquello que los clientes desean, y debería servir de guía para lo que se produce y se ofrece.

Empresa: es una organización social que realiza un conjunto de actividades y utiliza una serie de recursos para lograr sus objetivos, como satisfacer la necesidad o deseo de su mercado meta.

Equilibrio a Corto Plazo: Muchos de los factores a los cuales la empresa debe recurrir para atender su producción actual son maquinarias, equipos, instalaciones, edificaciones, en los bienes de capitales, los cuales dan lugar a una capacidad máxima de producción

Equilibrio a Largo Plazo: La empresa puede modificar todos los factores de producción y adaptarse así totalmente a las variaciones tanto de los precios de los mismos como las alteraciones que hayan surgido en los mercados de sus productos, a largo plazo.

Ganancia: es el objetivo de la mayoría de la empresa

Esta teoría es la principal teoría de nuestro proyecto, base fundamental del estudio por lo que conlleva a conocer las variables económicas en que se relacionan los mercados, los diferentes conceptos que intervienen en la producción y en el servicio.

La teoría del mercado embarca la economía el equilibrio de un municipio las variaciones y los precios a competir para el desarrollo de la comunidad y de los comerciantes.

7.2.2. Teoría de los precios¹¹.

El análisis de los precios ha sido abordado desde varios enfoques y por ello su tratamiento difiere. No puede decirse que éstos son excluyentes; por el contrario, existe una fuerte relación entre ellos, la que, sin embargo, poco se reconoce en el ámbito académico y empresarial de los teóricos de las finanzas y el marketing, por desconocer la fundamentación económica que subyace en los planteamientos de la teoría financiera del precio.

La fijación de precios por parte de las empresas es un tema que no se conoce con certeza y relativamente poca investigación ha generado. Se podría decir que el mismo abarca al menos tres disciplinas cuya interacción proporciona las herramientas básicas para una eficiente fijación de precios: la teoría económica, desde el punto de vista de la formación de precios en los mercados con énfasis en la oferta y la demanda, puntos de equilibrio y maximizaciones; la teoría financiera, que requiere fijar precio para proyectar ingresos y calcular márgenes de rentabilidad, entre otros, y el marketing como componente principal del mix para formular planes de mercadeo e interactuar con las demás áreas de la empresa.

Esta teoría es fundamental para determinar las necesidades y la búsqueda de satisfacción de las pequeñas y medianas empresas que se encuentran en el municipio, también porque se reconoce el ámbito de la actividad y conocemos directamente la relación de precio con el que cuenta cada negocio.

Por otro lado, el proyecto se base en interactuar con los mercados del sector por lo que esta teoría hace énfasis en proyectar sus ingresos y el impacto en el municipio

¹¹<http://www.unilibre.edu.co/CriterioLibre/images/revistas/15/art2.pdf>

7.2.3. Teoría de la competitividad¹².

La competitividad es la capacidad de una persona u organización para desarrollar ventajas competitivas con respecto a sus competidores y obtener así, una posición destacada en su entorno.

La competitividad generalmente se basa en una ventaja competitiva, esto es una habilidad, recursos, tecnología o atributos que hacen superior al que la posee. Se trata de un concepto relativo en donde se compara el rendimiento de una persona u organización con respecto a otras. Competitividad en el ámbito empresarial.

Adam Smith¹³

La teoría del valor trabajo propuesta por el economista y filósofo escocés Adam Smith quien se lo conoció por ser el padre de la economía, nos habla de esta interesante propuesta en la que considera que el trabajo es pieza fundamental para cuantificar el valor. También nos expone que el valor puede tener variaciones tanto crecientes como decrecientes, pero que el trabajo se mantendría siempre como un aporte constante.

Smith logra destacar en este análisis al momento de exponer que el trabajo es igual al valor; es decir, que el valor de un bien o servicio decía él, que estaría dado por la cantidad que lleva de trabajo incorporado. Para Smith el valor era la cantidad de trabajo que uno podía recibir a cambio de su mercancía.

¹²<http://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>

¹³<http://puceae.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/12-teoria-clasica/58-teoria-del-valor-trabajo-adam-smith>

Cuando se aplica el concepto en el ámbito empresarial, se entiende que una empresa es competitiva cuando es capaz de obtener una rentabilidad superior a la de sus competidores.

La competitividad empresarial puede basarse en precio o en otras variables. A continuación, las explicamos en mayor detalle:

- ✚ En precio: la empresa es capaz de ofrecer sus productos a un menor precio que sus competidores sin reducir sus ganancias. Esta competitividad se basa en menores costos de producción (gracias a una mejor tecnología, factores de producción más productivos, mejor organización, etc.) lo que permite que la empresa reduzca sus precios y aun así mantenga un margen atractivo sobre la venta.
- ✚ Otros factores distintos al precio: la empresa es capaz de cobrar un mayor precio que sus competidores y así aumentar sus ganancias relativas. Este tipo de competitividad se basa en la capacidad de ofrecer una mayor calidad, una mejor imagen o una logística más desarrollada, entre otros factores.

Para desarrollar la competitividad de la empresa se necesita de directivos dinámicos, con visión de futuro, abiertos al cambio tecnológico y a la necesidad de innovar constantemente para ajustarse a los cambios del entorno.

Esta teoría es de suma importancia en nuestro proyecto, lo escogimos porque son factores que influyen en la economía y el crecimiento de los barrios seleccionados, por su gran mayoría de comunidad flotante y en la capacidad de ofrecer el servicio o producto para, para mejorar la calidad, también para proyectar una conclusión clara de que quieren los negocios para innovar cada día y tener una visión más cercana.

7.2.4. Teoría de la oferta y la demanda¹⁴.

Oferta y demanda

El modelo de la oferta y la demanda describe la interacción en el mercado de un determinado bien entre consumidores y productores, en relación con el precio y las ventas de dicho bien. Es el modelo fundamental de la microeconomía, y se usa para explicar una gran variedad de escenarios microeconómicos.

Establece que, en un mercado libre y competitivo, el precio se determina en función de la solicitud de bienes y servicios por parte de los consumidores y la cantidad proveída por los productores, generando un punto de equilibrio en el cual los consumidores estarán dispuestos a adquirir todo lo que ofrecen los productores al precio marcado por dicho punto, y los productores están dispuestos a entregar los niveles de producción que requieren los consumidores, estableciéndose y manteniéndose un punto de equilibrio.

Con esta teoría se analiza e identifica la importancia del negocio, y la interacción de consumidor con el producto, y por consiguiente conocer el bien y el servicio para determinar el punto de equilibrio.

Esta teoría es de la importante en el proyecto porque se conoce el alto nivel de impacto que generan estos mercados en la economía de Fusagasugá

¹⁴<https://www.gestiopolis.com/teoria-de-la-oferta-y-la-demanda/>

7.2.5. Teoría de la administración¹⁵.

FUNDADOR HENRY FAYOL

Fayol era un pensador con enfoque clásico de la administración, al interesarle todo lo relacionado la administración propuso unos principios para mejorar el que hacer administrativo:

- ✚ División del trabajo: Cuando una función se realiza muchas veces se vuelve una especialización
- ✚ Autoridad y respeto: Las dos van de la mano por lo tanto para que una empresa pueda funcionar debe tenerse en cuenta estos dos principios.
- ✚ Disciplina: Incide para que se cumplan los objetivos.
- ✚ Unidad de mando: Autoridad, debe haber un poder central por cada área es decir un jefe.
- ✚ Unidad de dirección: Es llegar a un objetivo cogiendo actividades en común y darles un jefe.
- ✚ Subordinación de trabajo: Es un interés particular y general, que no se pueden dejar tiradas las cosas primero está el trabajo.
- ✚ Remuneración del personal: Es un pago justo que se debe hacer según la producción de cada empleado.
- ✚ Centralización: Es un poder central para que crezcan las empresas.
- ✚ Jerarquías: La empresa debe estar organizada según sus mandos del más alto al más bajo.
- ✚ Orden: Todas las cosas deben tener un lugar, y un lugar para cada cosa.

¹⁵<http://teoriasadministrativass.blogspot.com.co/p/fundador-henry-fayol-henry-o-henri.html>

- ✚ Equidad: Ser igual con todos los empleados.
- ✚ Estabilidad de personal: Dar una estabilidad mejora el rendimiento del personal.

La teoría de la administración es importante para nuestra investigación porque nos da a conocer los puntos necesarios en que se basa las empresas, por lo tanto, los principios que Fayol propone son una clara idea de cómo proyectamos nuestro trabajo, y es lo que se debe tener para la realización de un estudio que cumpla con los objetivos y determinar un proceso administrativo.

Estos principios que el propone, demuestran la organización y planteamiento de un negocio una idea clara de los que se proyecta a futuro

7.3. MARCO LEGAL

Colombia es un país regido por normas en todas sus actuaciones, para nuestro caso no es distinto, por esta razón tomamos como referencia las siguientes normas como referencia para el estudio investigativo a realizar.

LEY	NORMA	ARTICULO	IMPORTANCIA
Decreto 410 de 1971	código de comercio	515	Este articulo nos define con claridad lo que es un establecimiento de comercio en términos de ley, el cual es de gran importancia en nuestra investigación, a raíz de que la mayoría de empresas deben contar con establecimiento de comercio, el cual debe estar inscrito en cámara de comercio.
Decreto 624 de 1989	Estatuto tributario de Colombia		Este decreto se toma de referencia, debido que en él se encuentran las

			normas de cumplimiento, impuesto, sanciones y demás disposiciones que deben cumplir las empresas.
Ley 590 de 2000	Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa	1-2	Esta ley en su reglamentación es de gran importancia para las empresas micro, pequeñas y medianas empresas, por lo que promueve la creación, crecimiento mejorando con esta ley la calidad de estas empresas, como lo es: la generación de más empleos, aprovechamiento de pequeños capitales, brindando una herramienta que permite una mayor participación de la comunidad en la creación de empresas, ampliando sus expectativas, con la ayuda de créditos que fomentan las MYPIME.
Acuerdo 029 de 2001	Plan de ordenamiento territorial	170	Este acuerdo es muy importante, no solo porque encontramos en el la descripción del uso de suelo comercial en el municipio de Fusagasugá, sino

			también el tipo de comercio que le municipio permite en los diferentes tipos de suelos del municipio.
NTC 6001	Sistema de Gestión micro y pequeñas empresas, MYPES		Las empresas deben cumplir con todos los parámetros de calidad dispuestos para su buen funcionamiento.
Ley 232 de 1995	Por medio del cual se dictan normas para el funcionamiento de los establecimientos de comercio.		Esta norma es importante por lo que en ella nos hace referencia a varios normas que deben tener en cuenta los establecimientos de comercio para poder funcionar y para su permanencia. Como lo es tener matrícula mercantil, uso de suelo, entre otras indicaciones en las cuales se deben regir.

7.4. MARCO CONCEPTUAL

7.4.1. **Economía**¹⁶: sistema por el cual se mantiene la producción de los bienes y los servicios de una zona o región, para lograr solucionar una necesidad requerida

7.4.2. **Mercados**¹⁷: Es un espacio o lugar que permite la distribución de bienes y servicios que se ofertan, entre el vendedor y comprador, de esta manera se realiza una actividad comercial.

7.4.3. **Actividad económica**¹⁸: Es un proceso que se produce de forma organizada, en el cual se desarrollan actividades de intercambio de productos, bienes y servicios, de esta manera cubrir necesidades básicas de una población, abarcando tres fases producción, distribución y consumo.

7.4.4. **Establecimiento de comercio**¹⁹: el establecimiento de comercio es el lugar (conjunto de bienes) donde el empresario desempeña su actividad económica, un empresario podrá tener varios establecimientos de comercio donde formalicé el desarrollo de su actividad, a su vez se podrá en un establecimiento desarrollar distintas actividades empresariales.

7.4.5. **Negocio**²⁰: Es el medio por el cual una persona natural o jurídica obtiene dinero por el intercambio de bienes, productos o servicios, sea de manera personal o por medios electrónicos.

¹⁶<http://economipedia.com/definiciones/economia.html>

¹⁷<http://conceptodefinicion.de/mercado/>

¹⁸<http://conceptodefinicion.de/mercado/>

¹⁹<http://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Tramites-registrales/Que-es-un-establecimiento-de-comercio>

- 7.4.6. **Desarrollo económico**²¹: Se le llama desarrollo económico a la factibilidad y capacidad que tienen los países, municipios y personas de adquirir riquezas, para lograr el sustento y estabilidad económica, de esta manera generar y garantizar bienestar y su continuo proceso.
- 7.4.7. **Impacto**²²: Es al cambio resultante en un determinado proceso, las cuales dependen del medio o entorno a tomar como referencia, producido por las personas, por otro lado también se puede conocer como el resultado que se puede obtener en el desarrollo de una actividad.

²¹<http://concepto.de/desarrollo-economico/>

²² http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352007000300008

7.5. MARCO GEOGRÁFICO

La ciudad de Fusagasugá es conocida como la "ciudad jardín de Colombia", también llamada "Tierra Grata", fue fundada el 5 de febrero de 1592, es uno de los 116 municipios del departamento de Cundinamarca, Pertenece a la provincia del Sumapaz, la cual la conforman 10 municipios; siendo en ella su capital, y eje fundamental de los municipios a su alrededor.²³

7.5.1. Localización

El municipio de Fusagasugá está ubicado en la región del Sumapaz. Limita al norte con los municipios de Silvana y Sibaté; al sur con los municipios de Arbeláez, pasca y melgar (Tolima); al oriente con los municipios de pasca y Sibaté; al occidente con los municipios de Tibacuy y Silvania.²⁴ Nuestro estudio se realizara principalmente en los barrios Gran Colombia y Macarena.

²³ Alba Lanza, Guillermo Guzmán y Félix Martínez; *Geografía e historia de Fusagasugá*, Fusagasugá, Agosto de 2003

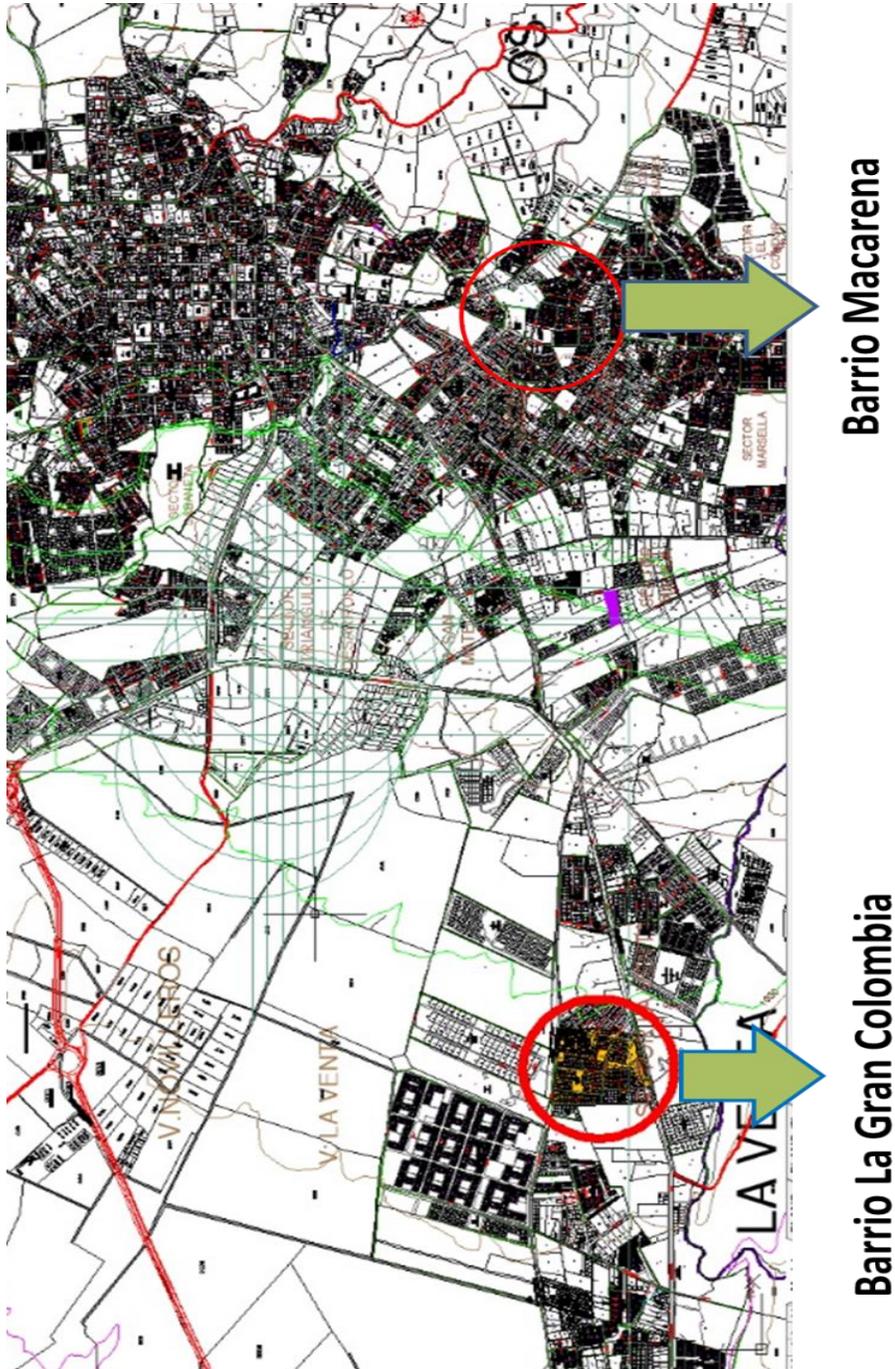
²⁴http://empresario.com.co/recursos/page_flip/compromiso_colectivo/Evaluacion_gestion_finanzas_4_municipios/files/assets/basic-html/page24.html

7.5.2. Ubicación de Fusagasugá en Colombia y Cundinamarca.



Fuente: Esta investigación.

7.5.3. Ubicación barrios Gran Colombia Y Macarena en el municipio de Fusagasugá.



Fuente: Esta investigación. (referenciado del acuerdo 029 de 2001)

8. MARCO METODOLÓGICO.

8.1. Tipo de investigación

Para el desarrollo de esta investigación se iniciara por realizar una observación de campo en los barrios La Macarena y La Gran Colombia lo cual nos permitirá realizar un diagnóstico previo de como es el comportamiento del comercio en estos barrios, también identificar los sectores económicos existentes y las diferentes variables económicas a investigar; Con esta observación vamos a utilizar herramientas de tipo cuantitativas, acompañadas de una encuesta que se realizará a los empresarios de estos barrios, de esta manera identificar las variables de tipo económico que se manejan dentro del interior de estos.

Población

El proyecto toma como población de estudio de acuerdo a la investigación realizada a los negocios existentes de acuerdo a la visita puerta a puerta e inspección ocular realizada en los barrios en estudio; los cuales fueron: ciento veinticuatro (124) negocios del barrio Gran Colombia y ciento treinta y cuatro (134) negocios del barrio Macarena de la ciudad de Fusagasugá, departamento de Cundinamarca, referencia tabla de establecimientos de comercio.

Tabla 1. Cantidad establecimientos de comercio barrio La Macarena.

ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO BARRIO MACARENA	
ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO	CANTIDAD
Supermercado	4
Tiendas de barrio	20

Fuente: Esta investigación.	
Lencería	4
Guardería	1
Taller de ciclas motos y carros	8
Modistería	9
comidas rápidas	5
restaurante	7
salón de belleza	12
ferretería	3
miscelánea	4
café internet	3
carnes y pollos	6
fotografía	1
licorería	6
panadería	5
heladería	2
ornamentación	2
droguería	3
Servientrega	1
seguros	1
sucursal Bancolombia	1
productos de aseo	1
vidrios y aluminios	2
tienda de mascotas	3
video juegos	1
papelería	3
servicios técnicos	1
venta de ropa	2
asesorías	1

pañalera	1
finca raíz	1
TOTAL	124

Fuente: Esta investigación.

Tabla 2. Cantidad establecimientos de comercio barrio La Macarena.

ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO BARRIO GRAN COLOMBIA	
ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO	CANTIDAD
Gimnasio	1
guardería	2
café internet	5
paga todo	1
veterinaria	2
talleres carros	4
inmobiliaria	3
muebles	5
ornamentación	2
ferretería	5
servicios técnico lavadoras	1
heladería	4
vidrios aluminio	1
supermercado	2
latonería y pintura	3
spa	1

carpintería	2
campo de tejo	2
calzado	2
taller motos	1
droguería	3
mantenimientos equipos	1
tienda naturista	1
distribuidora de pollo y carne	6
venta y distribución de licores	12
talleres de motos	2
modistería	6
pañalera	2
panadería	3
odontología	1
salón de belleza	7
tienda barrio	12
restaurante	8
cortinas	2
televisión	1
miscelánea	10
corresponsal bancario	1
comidas rápidas	7
TOTAL	134

Fuente: Esta investigación.

8.2. **Tamaño de la muestra.**

El tamaño de la muestra que se tomó para el desarrollo del proyecto será de 32 negocios del barrio Gran Colombia y 38 negocios del barrio Macarena establecimientos de comercios, tomando a los pequeños y grandes empresarios que tienen su negocio en este barrio.

8.3. **Tipo de muestreo**

8.3.1. **Muestreo probabilístico:** Todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de una muestra y por ende las posibles muestras tiene la misma probabilidad de ser seleccionadas.

8.4. **Instrumento de recolección de información.**

Los instrumentos de recolección de información que se utilizaron son la encuesta y la entrevista, la encuesta se realizara con los siguientes parámetros:

8.4.1. **Lugar de realización:**

Se seleccionó como área para el desarrollo de estas encuestas los barrios la Gran Colombia y la Macarena de la ciudad de Fusagasugá, Cundinamarca, realizándola principalmente a los empresarios de estos barrios.

8.4.2. **Tipo de encuesta:**

Se utilizaran preguntas cerradas con opción múltiple y abierta.

8.4.2.1. **Según su objetivo:** es una encuesta de tipo descriptiva ya que busca reflejar las actitudes y condiciones presentes de cierta población hacia la que está enfocada, en este caso los propietarios y empleados de los negocios.

8.4.2.2. **Según la forma en que se realiza:** Es de forma personal, pues se realizara de manera particular con todos y cada uno de los empresarios y empleados de los establecimientos de comercio.

8.4.2.3. **Método de contacto:** Se realizó de forma personal a cada individuo.

8.5. Fuentes:

Las fuentes que se usadas fueron primarias y secundarias.

8.5.1. Fuentes Primarias:

-  Encuesta dirigida a empleador
-  Entrevista

8.5.2. Fuentes Secundarias.

-  Leyes y normatividad ya mencionada en el proyecto.
-  Secretaria de hacienda y Crédito publico
-  Secretaria de Planeación Municipal.

9. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En la recolección de información se procedió a realizar observación de campo con la cual se pudo crear unas tablas guías para el desarrollo y organización de la investigación, las cuales son las siguientes:

Tabla 3. Clasificación empresas barrio La Gran Colombia.

ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO EXISTENTES BARRIO GRAN COLOMBIA			
N°	Tipo de actividad	Dimensión	Sector al que pertenece
1	Panadería	mediana	comercial
2	Paga todo	Sucursal	comercial
3	Servientrega	Sucursal	servicio
4	Fruver	mediano	comercial
5	Droguería	Pequeña	comercial
6	Comidas rápidas	Pequeña	comercial
7	Restaurante	mediano	servicio
8	Cafetería	Pequeña	servicio
9	Cigarrería	Pequeña	comercial
10	Internet	Pequeña	servicio
11	Cancha de tejo	Mediana	comercial
12	Gimnasio	Grande	servicio
13	Club de villar	Grande	comercial
14	Droguería	Mediana	comercial
15	Autoservicio	Mediano	comercial
16	miscelánea	Pequeña	comercial

17	Inmobiliaria	Pequeña	servicio
18	Pizzería	Pequeña	comercial
19	Restaurante	Pequeña	servicio
20	Casa taller	Pequeña	servicio
21	Sastrería	Pequeña	comercial
22	Venta de cerveza	Pequeña	comercial
23	Tienda	Pequeña	servicio
24	Tienda	Pequeña	comercial
25	Guardería	Pequeña	servicio
26	Café internet	Pequeña	servicio
27	Muebles es guaduas	Pequeña	comercial
28	Autopartes	Grande	comercial
29	Polideportivo		servicio
30	Peluquería	Pequeña	servicio
31	Tienda	Pequeña	comercial
32	Guardería	mediano	servicio
33	Asadero	Mediano	comercial
34	Alquiler de disfraces	Pequeña	comercial
35	Comidas rápidas	Pequeña	comercial
36	Spa	Pequeña	servicio
37	Monta llantas	Grande	servicio
38	Monta llantas	Grande	servicio
39	Tienda	Pequeña	comercial
40	Tienda	Pequeña	comercial
41	Heladería	Pequeña	comercial
42	Comidas rápidas	Pequeña	comercial
43	Vidrios y aluminio	mediano	comercial
44	Ferretería	Pequeña	comercial
45	Tienda	Pequeña	comercial

46	Guardería	Pequeña	servicio
47	Venta de cortinas	Pequeña	comercial
48	Spa	Pequeña	servicio
49	Tienda	Pequeña	comercial
50	Comidas rápidas	Pequeña	comercial
51	Droguería	Pequeña	comercial
52	bar	Pequeña	servicio
53	Comidas rápidas	Pequeña	comercial
54	bar	Pequeña	servicio
55	bar	Pequeña	servicio
56	miscelánea	Pequeña	comercial
57	Peluquería	mediana	servicio
58	Punto red	Pequeña	servicio
59	Cerrajería	Pequeña	comercial
60	Tienda	Pequeña	comercial
61	Peluquería	Pequeña	servicio
62	Polideportivo		servicio
63	Consultorio odontológico	Pequeña	servicio
64	Cancha de tejo	Pequeña	comercial
65	peluquería	Pequeña	servicio
66	Xbox	Pequeña	servicio
67	Cafetería	Pequeña	comercial
68	Venta de comidas rápidas	Pequeña	comercial
69	Bodega	Mediana	comercial
70	Restaurante	Pequeña	servicio
71	Panadería	Mediana	comercial
72	Restaurante Chino	mediano	servicio
73	Expendio de carnes	Mediana	comercial
74	Cortinas	Mediana	comercial

75	Heladería	Pequeña	comercial
76	Televisión por cable	Pequeña	servicio
77	Tienda	Pequeña	comercial
78	miscelánea	Pequeña	comercial
79	Corresponsal bancario Bancolombia	Pequeña	servicio
80	Expendio de carnes	Grande	comercial
81	Droguería	Grande	comercial
82	Paga todo	Sucursal	servicio
83	Papelería	Pequeña	comercial
84	Tienda	Pequeña	comercial
85	Venta de calzado	Pequeña	comercial
86	Comidas rápidas	Mediano	comercial
87	Expendio de carne	Mediano	comercial
88	Fruver	Mediano	comercial
89	Cora tiendas	Grande	comercial
90	Asadero	Mediano	comercial
91	Expendio de carnes	Pequeña	comercial
92	Inmobiliaria	Pequeña	servicio
93	Venta de muebles	Pequeña	comercial
94	Venta de colchones	Pequeña	comercial
95	Iglesia cristiana		servicio
96	Restaurante	Mediano	servicio
97	Latonería	Pequeña	servicio
98	Latonería	Pequeña	servicio
99	Taller de motos	Mediano	servicio
100	Restaurante	Mediano	servicio
101	Peluquería	Pequeña	servicio
102	Tienda	Pequeña	comercial
103	Peluquería	Pequeña	servicio

104	Tienda	Pequeña	comercial
105	Comidas rápidas	Pequeña	comercial
106	Venta productos anway	Pequeña	comercial
107	Panadería	Mediana	comercial
108	Frutería	Pequeña	comercial
109	Comidas rápidas	Pequeña	comercial
110	Tienda	Pequeña	comercial
111	Heladería	Pequeña	comercial
112	Heladería	Pequeña	comercial
113	Peluquería	Pequeña	servicio
114	Venta de calzado	Pequeña	comercial
115	Comidas rápidas	Pequeña	comercial
116	Comidas rápidas	Pequeña	comercial
117	miscelánea	Pequeña	comercial
118	Internet	Pequeña	servicio
119	Tienda	Pequeña	comercial
120	relojería	Pequeña	comercial
121	Comidas rápidas	Pequeña	comercial
122	Asesorías tributarias	Pequeña	servicio
123	Veterinaria	Pequeña	comercial
124	Panadería	Pequeña	comercial

Fuente: Esta investigación.

Análisis:

Con esta investigación se logró determinar el tamaño de la población en estudio, la cual para el barrio Gran Colombia fue de 124 establecimientos de comercio; a su vez el tipo de actividad económica que desarrolla cada establecimiento de

comercio, su tamaño y el tipo de sector al que pertenece, información e vital importancia para el estudio; con lo cual se pudo medir el impacto que poseen estos barrios en el municipio de Fusagasugá.

Tabla 4. Clasificación empresas barrio La Macarena.

ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO EXISTENTES EN EL BARRIO MACARENA			
N°	Tipo de actividad	Dimensión	Sector al que pertenece
1	cigarrería y licorera	pequeña	comercial
2	café internet	pequeña	servicio
3	carnicería	pequeña	comercial
4	supermercado	mediana	comercial
5	modista	pequeña	comercial
6	seguros	pequeña	servicio
7	sucursal Bancolombia	pequeña	servicio
8	sucursal Efecty	pequeña	servicio
9	panadería	mediana	comercial
10	tienda	pequeña	comercial
11	restaurante	pequeña	servicio
12	tienda	pequeña	comercial
13	comidas rápidas	pequeña	comercial
14	peluquería	pequeña	servicio
15	supermercado	mediana	comercial
16	sucursal paga todo	pequeña	servicio
17	tienda	pequeña	comercial
18	zapatería	pequeña	comercial

19	miscelánea	pequeña	comercial
20	venta de minutos	pequeña	comercial
21	ferre eléctricos	pequeña	comercial
22	foto estudio	pequeña	comercial
23	papelería	pequeña	comercial
24	sala de belleza	pequeña	servicio
25	merca Fruver	mediana	comercial
26	confecciones	mediano	comercial
27	tienda	pequeña	comercial
28	miscelánea	pequeña	comercial
29	carnicería	mediana	comercial
30	droguería	mediana	comercial
31	panadería	mediana	comercial
32	tienda	pequeña	comercial
33	cerrajería	pequeña	comercial
34	ferretería	pequeña	comercial
35	tienda	pequeña	comercial
36	Reparación de bicicletas	pequeña	comercial
37	carnicería y salsamentaría	mediana	comercial
38	tienda de ropa	pequeña	comercial
39	mercado el grano	pequeña	comercial
40	servicios eléctricos	pequeña	servicio
41	cafetería	pequeña	comercial
42	restaurante	pequeña	servicio
43	estación de policía	mediana	servicio
44	salón de belleza	pequeña	servicio
45	minimarket	mediana	comercial
46	tienda de mascotas	mediana	comercial
47	salón de belleza	mediana	servicio

48	salón de belleza	mediana	servicio
49	salón de belleza	pequeña	servicio
50	salón de belleza	mediana	servicio
51	salón de belleza	pequeña	servicio
52	salón de belleza	mediano	servicio
53	restaurante	mediano	servicio
54	carnicería	pequeña	comercial
55	salón de belleza	pequeña	servicio
56	tienda	pequeña	comercial
57	carnicería	mediana	comercial
58	venta de repuestos para carros y motos	mediana	comercial
59	panadería	pequeña	comercial
60	veterinaria	pequeña	comercial
61	cantina	pequeña	comercial
62	club de billares	mediana	comercial
63	supermercado	mediana	comercial
64	venta de cobijas y colchones	mediana	comercial
65	guardería	pequeña	servicio
66	café internet	pequeña	servicio
67	tienda	pequeña	comercial
68	bar	pequeña	servicio
69	tienda	pequeña	comercial
70	confecciones	pequeña	comercial
71	salón de belleza	pequeña	servicio
72	instalaciones internas de gas a domicilio	pequeña	servicio
73	servitecnicos	mediana	servicio
74	productos de aseo	mediana	comercial

75	sastrería	pequeña	comercial
76	miscelánea	pequeña	comercial
77	venta de comida para perro	pequeña	comercial
78	escuela	grande	servicio
79	centro comunal	mediana	servicio
80	ornamentación	mediana	servicio
81	finca raíz	pequeña	servicio
82	tienda	pequeña	comercial
83	tienda	pequeña	comercial
84	productos de aseo	pequeña	comercial
85	supermercado	mediana	comercial
86	papelería	mediana	comercial
87	salón de belleza	mediano	comercial
88	café internet	mediana	servicio
89	tienda	pequeña	comercial
90	ferretería	mediana	comercial
91	vidriera	mediana	comercial
92	panadería	pequeña	comercial
93	carnicería	grande	comercial
94	casino	mediana	comercial
95	sucursal paga todo	pequeña	servicio
96	peluquería	pequeña	servicio
97	comercializadora avícola	mediana	comercial
98	tienda	pequeña	comercial
99	café internet	pequeña	servicio
100	adornos	pequeña	comercial
101	clínica naturista	pequeña	comercial
102	restaurante	pequeña	comercial
103	servicios eléctrico automotriz	mediana	servicio

104	cantina	pequeña	comercial
105	sastrería	pequeña	comercial
106	vidrios y aluminios	grande	comercial
107	tienda	pequeña	comercial
108	tienda	pequeña	comercial
109	tienda	pequeña	comercial
110	respuestas	mediano	comercial
111	cantina	pequeña	comercial
112	tienda	pequeña	comercial
113	minimarket	mediana	comercial
114	tienda	pequeña	comercial
115	venta de muebles	mediana	comercial
116	ferretería	mediana	comercial
117	licorería	pequeña	comercial
118	hogar comunitario	pequeña	servicio
119	tienda	pequeña	comercial
120	plastifibra	pequeña	comercial
121	ornamentación	mediana	servicio
122	bicicleta	pequeña	comercial
123	café internet	pequeña	servicio
124	panadería	mediana	comercial
125	comidas rápidas	pequeña	comercial
126	modistería	pequeña	comercial
127	venta de helados	pequeña	comercial
128	sastrería	pequeña	comercial
129	tienda de ropa	pequeña	comercial
130	tienda y modistería	pequeña	comercial
131	tienda	pequeña	comercial
132	papelería	mediano	comercial

133	fina raíz	pequeña	servicio
134	modistería	pequeña	comercial

Fuente: Esta investigación.

Análisis:

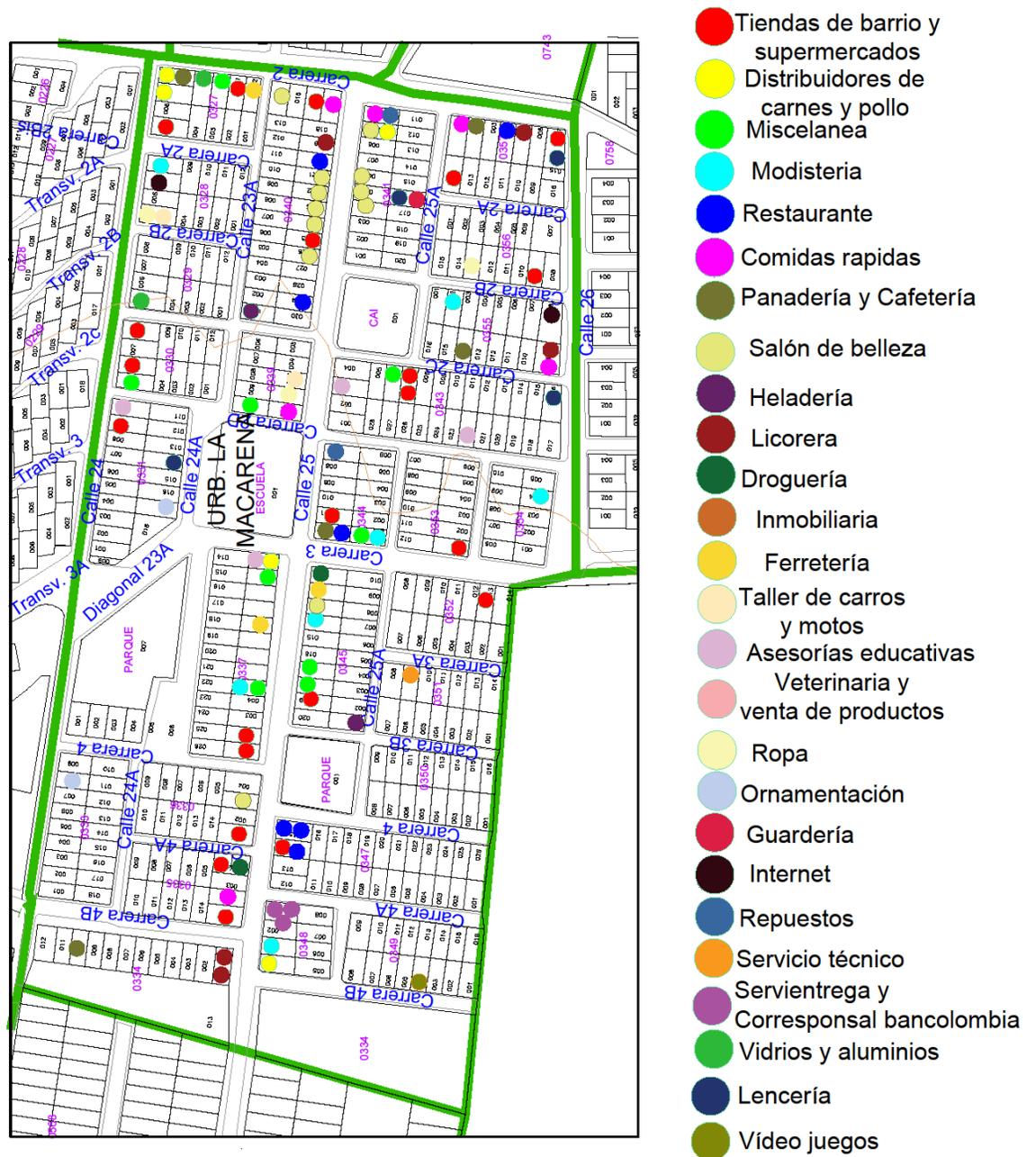
Con esta investigación se logró determinar el tamaño de la población en estudio, la cual para el barrio Macarena fue de 134 establecimientos de comercio; a su vez el tipo de actividad económica que desarrolla cada establecimiento de comercio, su tamaño y el tipo de sector al que pertenece, información e vital importancia para el estudio; con lo cual se pudo medir el impacto que poseen estos barrios en el municipio de Fusagasugá.

9.1. **Ubicación de establecimientos de comercio en los barrios.**

9.1.1. ***Barrió La macarena***

El barrio La Macarena cuenta con 134 establecimientos de comercio, los cuales se ubican en el barrio de la siguiente manera.

Gráfica 1 Mapa ubicación de negocios barrio La Macarena.



Fuente: Esta investigación.

Análisis:

El barrio Macarena es un barrio muy concurrido y con un gran auge de personas que realizan actividades de compra y venta, lo cual hace que este barrio tenga una economía elevada, con la gráfica se puede evidenciar que las tiendas de barrio son las que predominan en este barrio.

Gráfica 2. Mapa uso de suelo comercial barrio Macarena

9.1.1.1. Comparación localización de establecimientos con el uso de suelo permitido barrio Macarena



Fuente: Acuerdo 029 de 2001, Plan de ordenamiento territorial Fusagasugá.

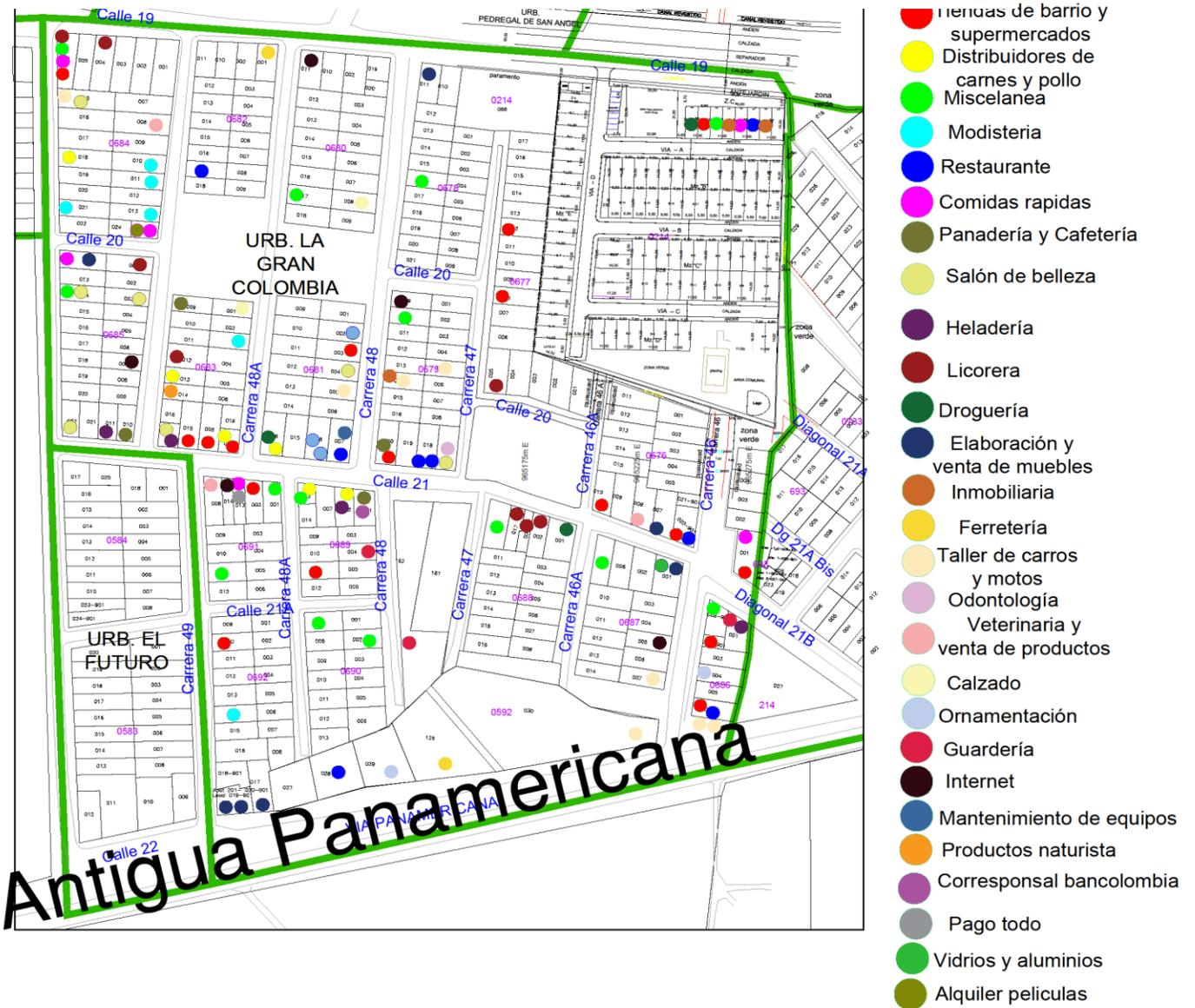
Convenciones Gráfica 3. Mapa uso de suelo comercial barrio Macarena



Conclusiones: Al realizar la comparación del plano aprobado por la entidad competente, Secretaria de planeación Municipal de Fusagasugá, con el plano realizado en la investigación sobre la ubicación de los barrios, se puede evidenciar que los establecimientos de comercio no cumplen con la norma establecida por el municipio para la ubicación de los establecimientos de comercio, uno de las variables que se incumplen es la ubicación o zonas dentro del barrio, como se puede evidenciar en el plano solo es permitido establecimientos de comercio en dos zonas del barrio, según la información recolectada existen establecimientos alrededor de todo el barrio, además existen tipos de actividades que no se permiten en esos tipos de comercio.

9.1.2. **Barrió La Gran Colombia.**

Gráfica 4. Mapa ubicación de negocios barrio la Gran Colombia



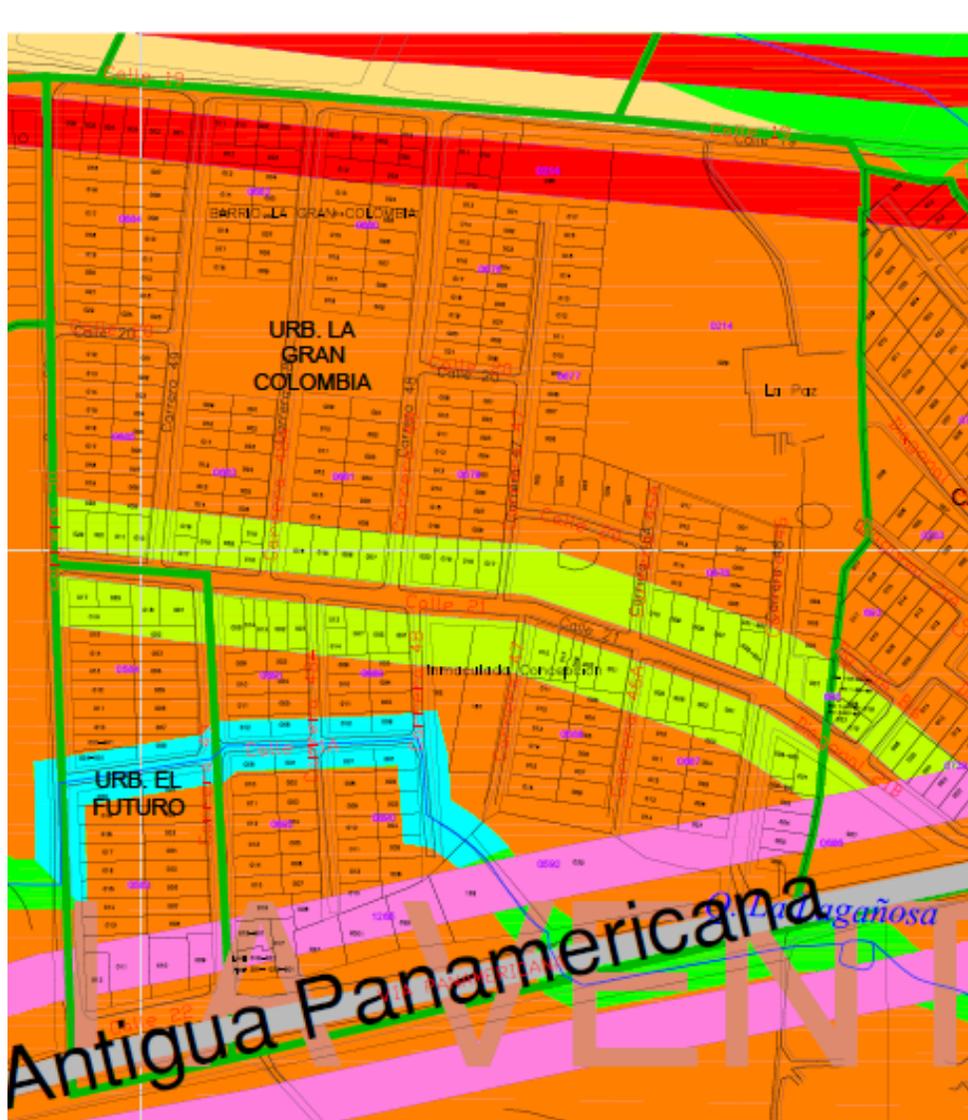
Análisis:

El barrio La Gran Colombia es un barrio con un alto crecimiento poblacional, por su cercanía a la vía Panamericana, en el cual se realizan actividades de compra y venta, lo cual hace que este barrio tenga una economía elevada, con la gráfica

se puede evidenciar que las tiendas de barrio son las que predominan en este barrio.

9.1.3. Comparación localización de establecimientos con el uso de suelo permitido barrio Gran Colombia.

Gráfica 5. Mapa uso de suelo comercial barrio Gran Colombia.



Fuente: Acuerdo 029 de 2001, Plan de ordenamiento territorial Fusagasugá.

Convenciones Gráfica 6. Mapa uso de suelo comercial barrio Macarena

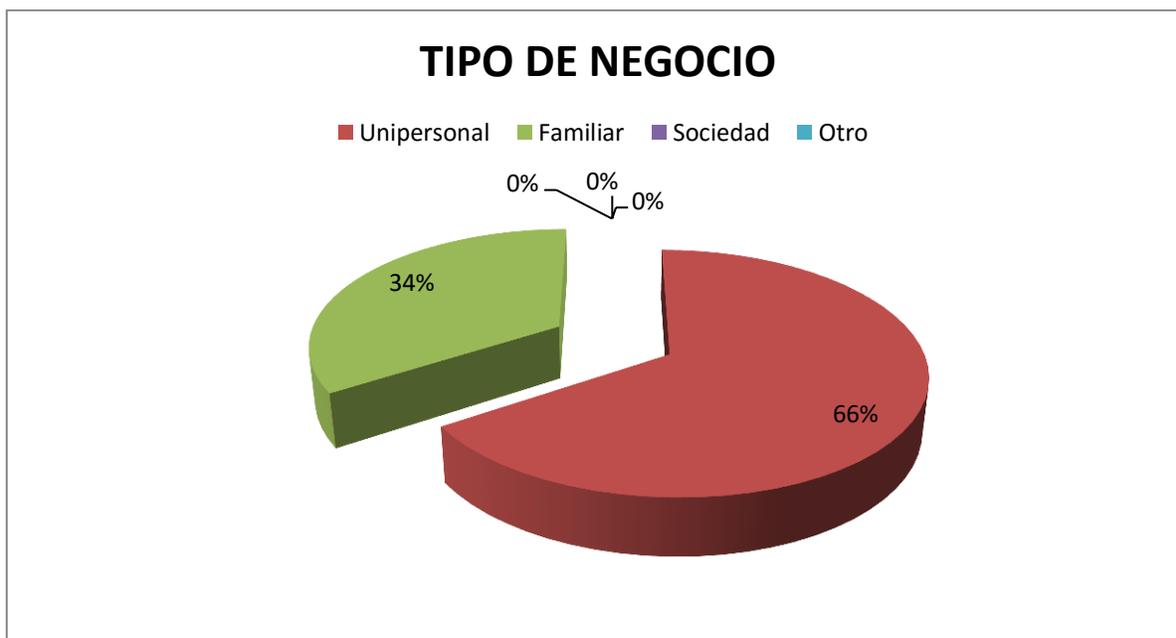


Conclusiones: Al realizar la comparación del plano aprobado por la entidad competente, Secretaria de planeación Municipal de Fusagasugá, con el plano realizado en la investigación sobre la ubicación de los barrios, se puede evidenciar que los establecimientos de comercio no cumplen con la norma establecida por el municipio para la ubicación de los establecimientos de comercio, uno de las variables que se incumplen es la ubicación o zonas dentro del barrio, como se puede evidenciar en el plano solo es permitido establecimientos de comercio en cuatro cuadras del barrio, según la información recolectada existen establecimientos alrededor de todo el barrio, además existen tipos de actividades que no se permiten en esos tipos de comercio.

9.2. INTERPRETACIÓN DE LAS VARIABLES INVESTIGADAS.

9.2.1. Barrió Gran Colombia

Gráfica 7. Tipo de negocios

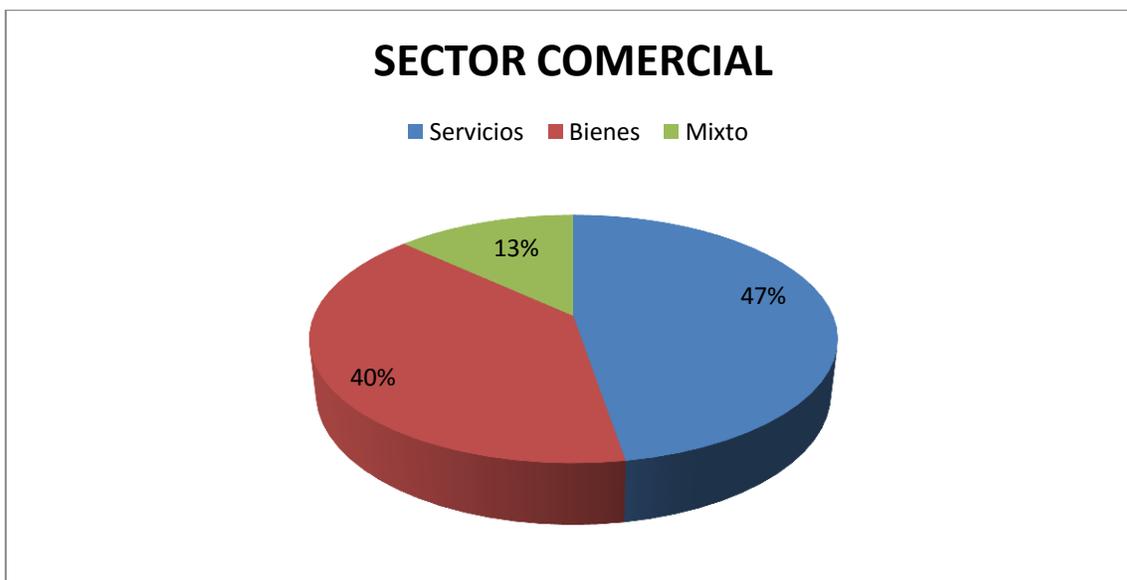


Fuente: Esta investigación

Análisis:

En el análisis de los resultados de la encuesta realizada se determinó que el 66% de tipo de establecimientos de comercio son unipersonales, lo que nos quiere decir que es dueño una sola persona, el 34% corresponde a un tipo de negocio de carácter familiar, en este barrio no se encuentran establecimientos de sociedades u otro tipo de negocio.

Gráfica 8. Sector Comercial.



Fuente: Esta investigación

Análisis:

De la encuesta realizada, se analiza que el sector con mayor impacto en la actividad es el sector servicio que corresponde al 47%, al cual lo sigue el sector de bienes con un 40% de aporte en el barrio, mientras que el sector mixto solo cuenta con un 13%.

4. Estratificación del sector.

El estrato socio económico del 100% de los establecimientos de comercio corresponde a 3, el cual corresponde a un estrato medio dentro de la sociedad.

Gráfica 9. ¿Local donde se encuentra es?

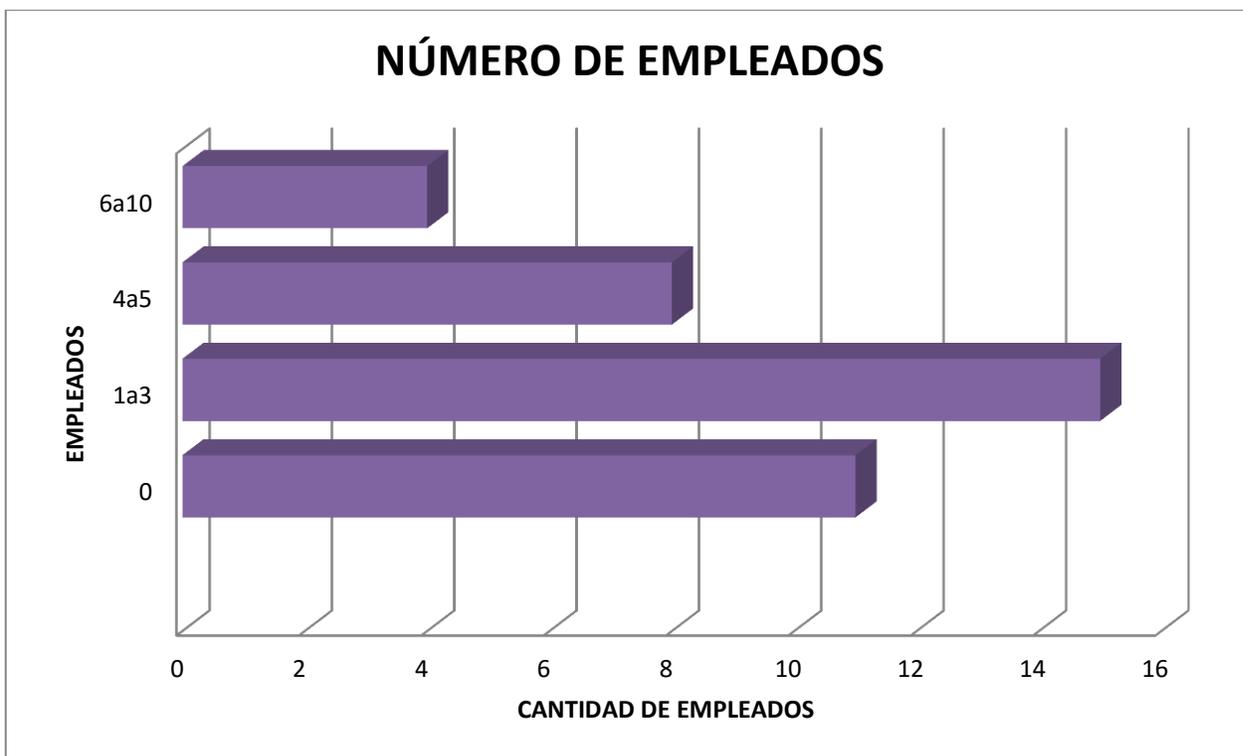


Fuente: Esta investigación

Análisis:

De los datos arrojados de la encuesta realizada en el barrio la gran Colombia, se analiza que el local donde se encuentra es propio

Gráfica 10. Número de empleados.



Fuente: Esta investigación

Análisis:

La encuesta realizada se determinó que los establecimientos del barrio la gran Colombia tienen de 1 a 3 empleados

Gráfica 11. Tipo de contratación.

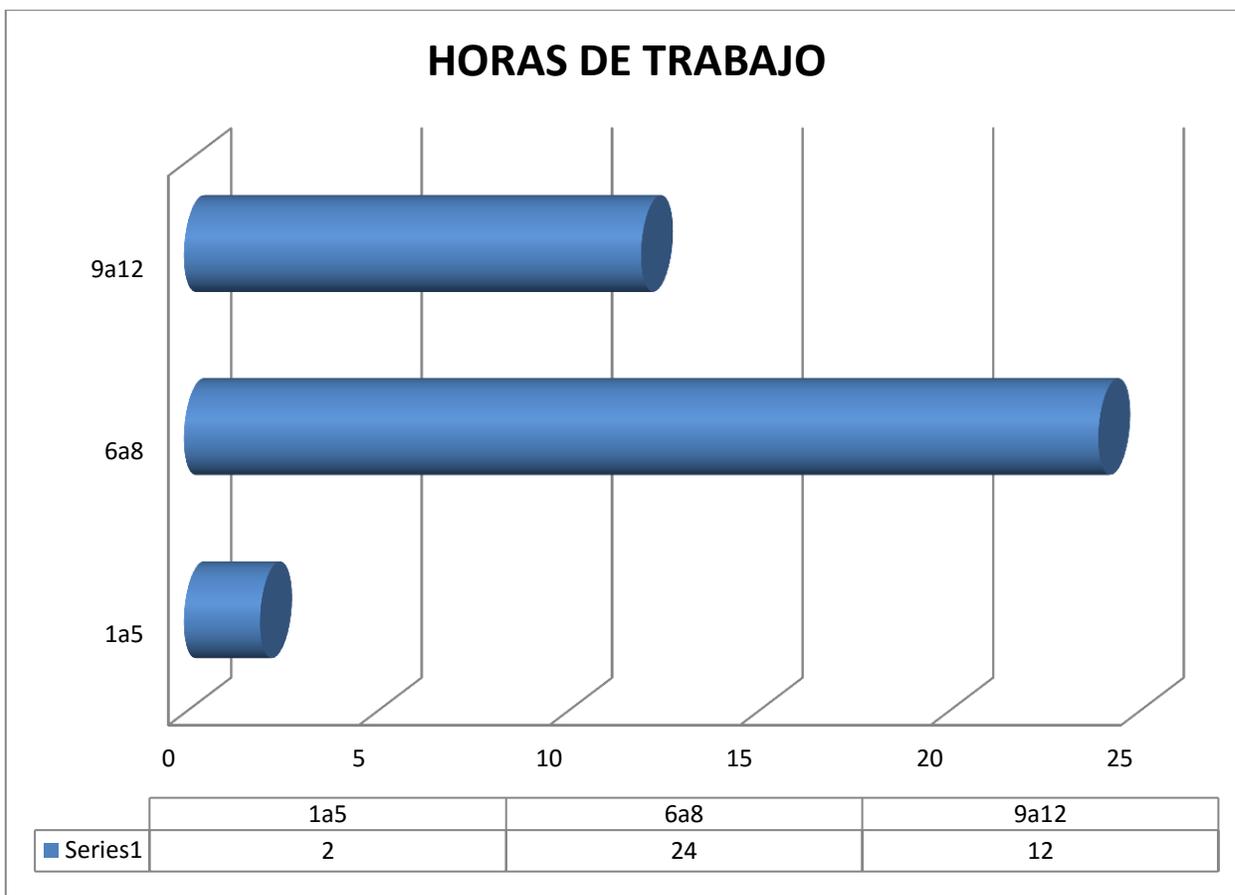


Fuente: Esta investigación

Análisis:

Los datos arrojados de la encuesta el 63% de los empleados tienen contratos a tiempo indefinido.

Gráfica 12. Horas de trabajo.

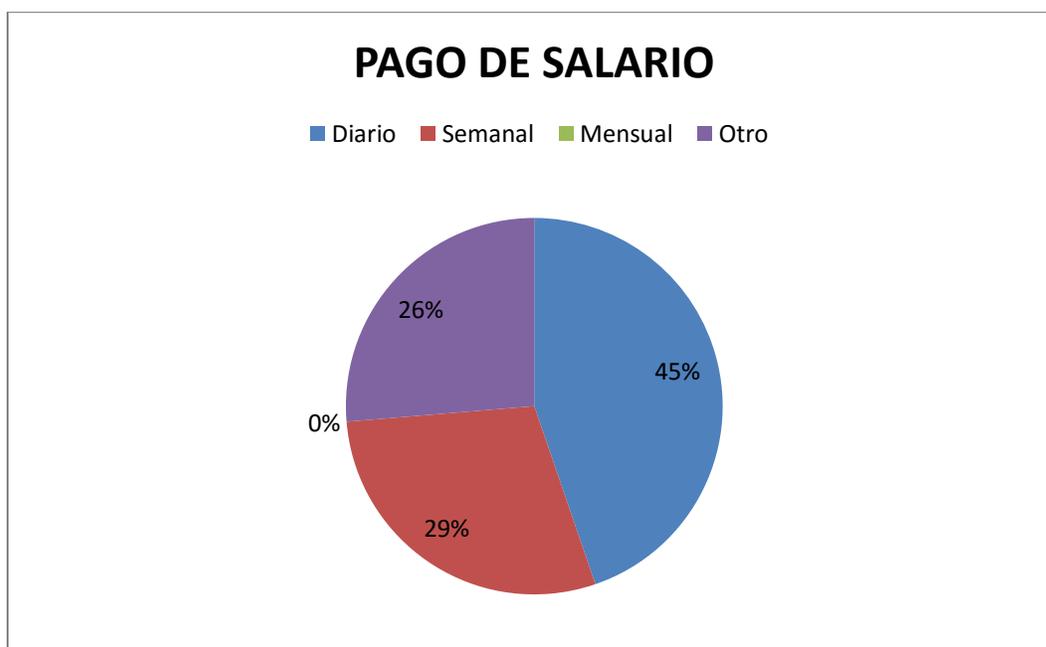


Fuente: Esta investigación

Análisis:

La encuesta arroja que los establecimientos en el barrio la gran Colombia trabajan de 6 a 8 horas

Gráfica 13. ¿E l pago de salario es?

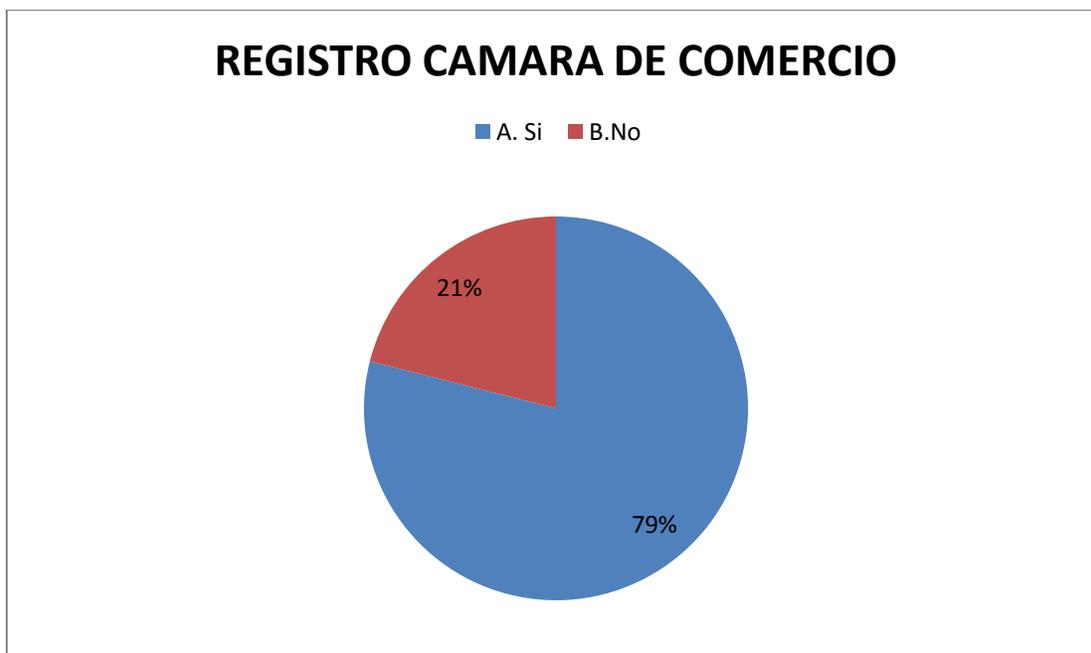


Fuente: Esta investigación

Análisis:

De los datos arrojados se analiza que el pago del salario de los empleados es diario y correspondiente al 45%.

Gráfica 14. Se encuentra registrado en cámara de comercio?

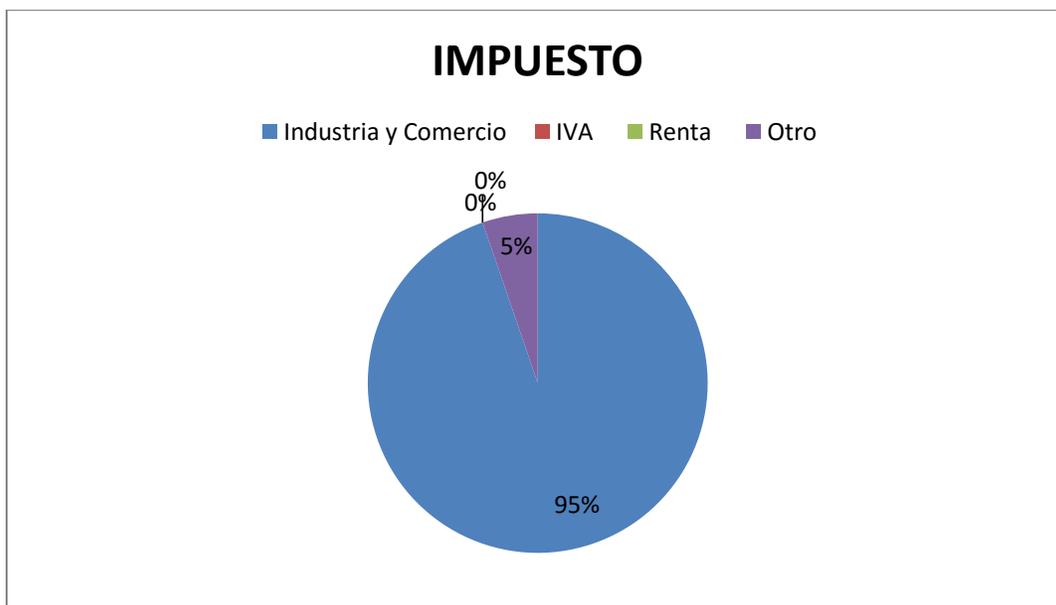


Fuente: Esta investigación

Análisis:

Los datos arrojados de la encuesta, se puede analizar que el 79% si se encuentra registrado

Gráfica 15. ¿Qué impuesto paga?

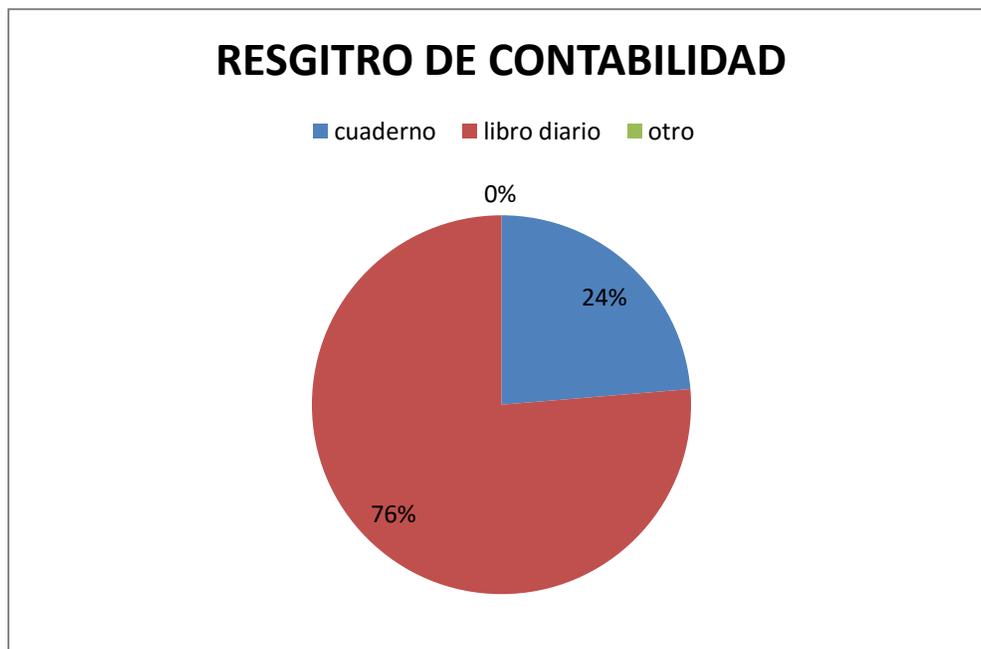


Fuente: Esta investigación

Análisis:

Los datos arrojados de la encuesta se determinaron que el 95% paga el impuesto de industria y comercio

Gráfica 16. ¿En qué tipo de registro lleva su contabilidad?



Fuente: Esta investigación

Análisis:

Observa que el 76% de los establecimientos registra su contabilidad en libro diario.

Gráfica 17. ¿Cuál es su promedio de ventas diarias?

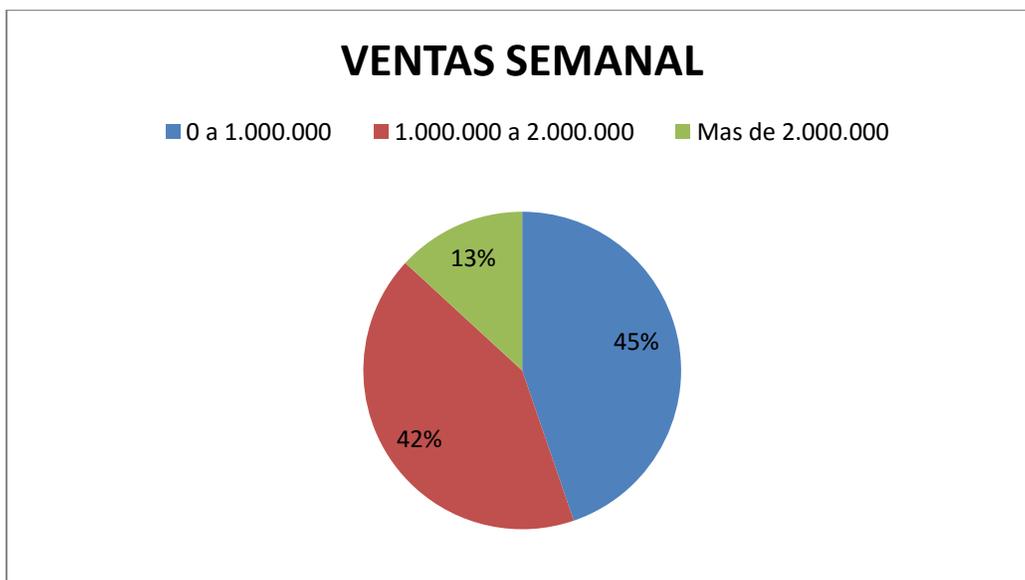


Fuente: Esta investigación

Análisis:

Se observa que el 42 % y 29% de los establecimientos tiene unas ventas diaria entre 50.000 a 150.000 y más de 150.000

Gráfica 18. ¿Cuál es su promedio de ventas semanal?

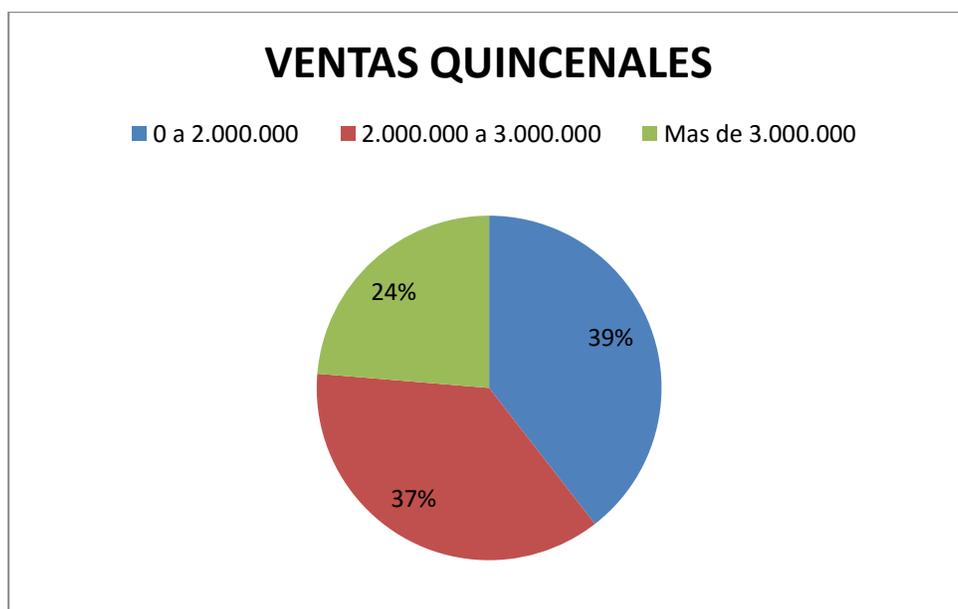


Fuente: Esta investigación

Análisis:

Se observa que el 45% de los establecimientos vende más de 2.000.000

Gráfica 19. ¿Cuál es su promedio de ventas quincenal?

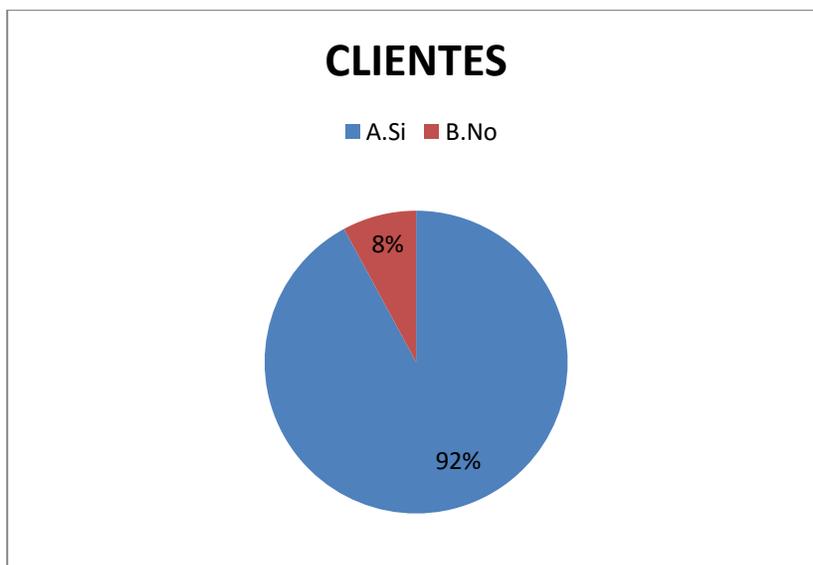


Fuente: Esta investigación

Análisis:

Se observa que el 39% son ventas quincenales que corresponden de 0 a 2.000.000 y el 32% de 2.000.000 a 3.000.000

Gráfica 20. ¿Conoce usted a sus clientes?

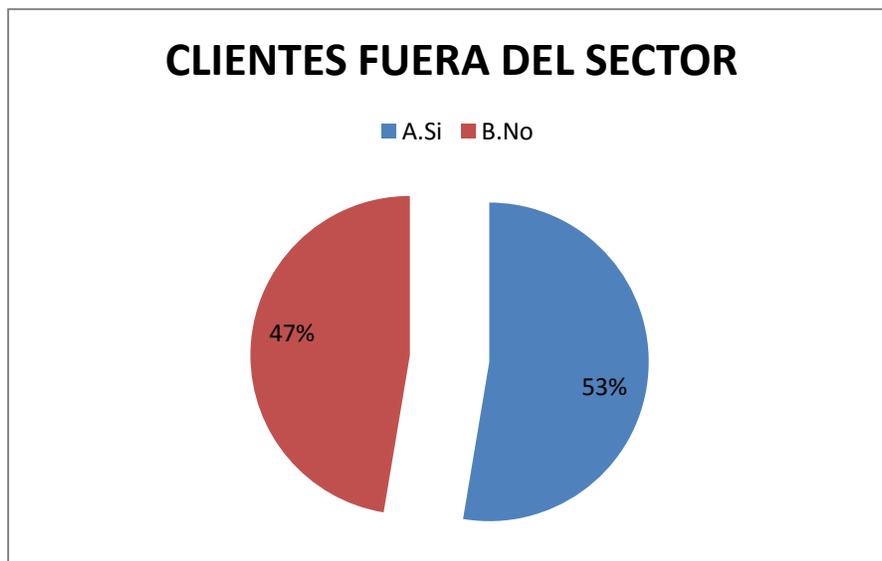


Fuente: Esta investigación

Análisis:

Se observa que los 38 establecimientos encuestados 35 de ellos si conocen a sus clientes que corresponde al 92%

Gráfica 21. ¿Conoce algunos clientes que no sean del sector?

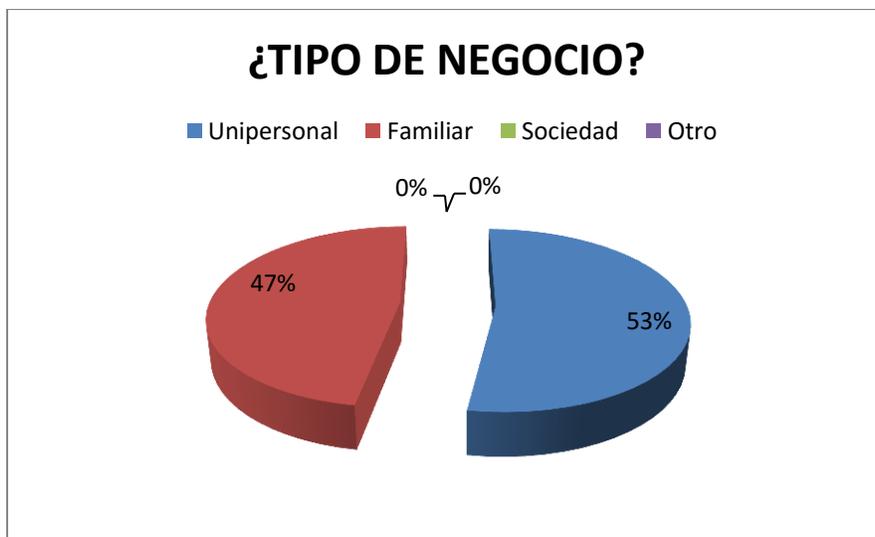


Fuente: Esta investigación

Análisis:

Se observa que los 38 establecimientos encuestados de ellos si conocen a sus clientes fuera del sector que corresponde al 53 %

Gráfica 22. Tipo de negocio

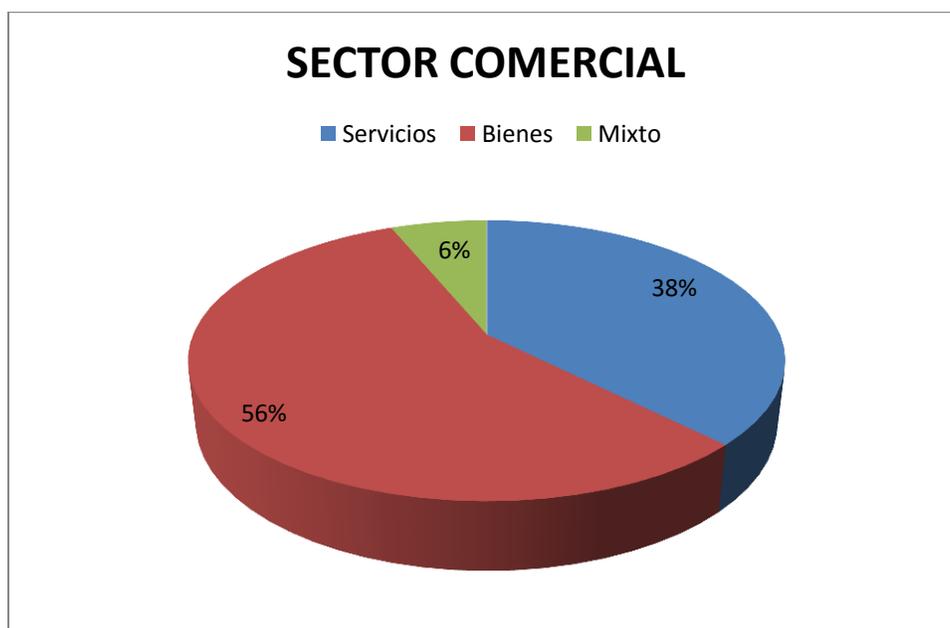


Fuente: Esta investigación

Análisis:

En el análisis de los resultados de la encuesta realizada se determinó que el 53% de tipo de establecimientos de comercio son unipersonales, lo que nos quiere decir que es dueño una sola persona, el 47% corresponde a un tipo de negocio de carácter familiar, en este barrio no se encuentran establecimientos de sociedades u otro tipo de negocio.

Gráfica 23. Sector comercial



Fuente: Esta investigación

Análisis:

De la encuesta realizada, se analiza que el sector con mayor impacto en la actividad es el sector bienes que corresponde al 56%, al cual lo sigue el sector de servicios con un 38% de aporte en el barrio, mientras que el sector mixto solo cuenta con un 6%.

3. Estratificación del sector

El estrato socio económico del 100% de los establecimientos de comercio corresponde a 3, el cual corresponde a un estrato medio dentro de la sociedad.

Gráfica 24. ¿Local donde se encuentra es?

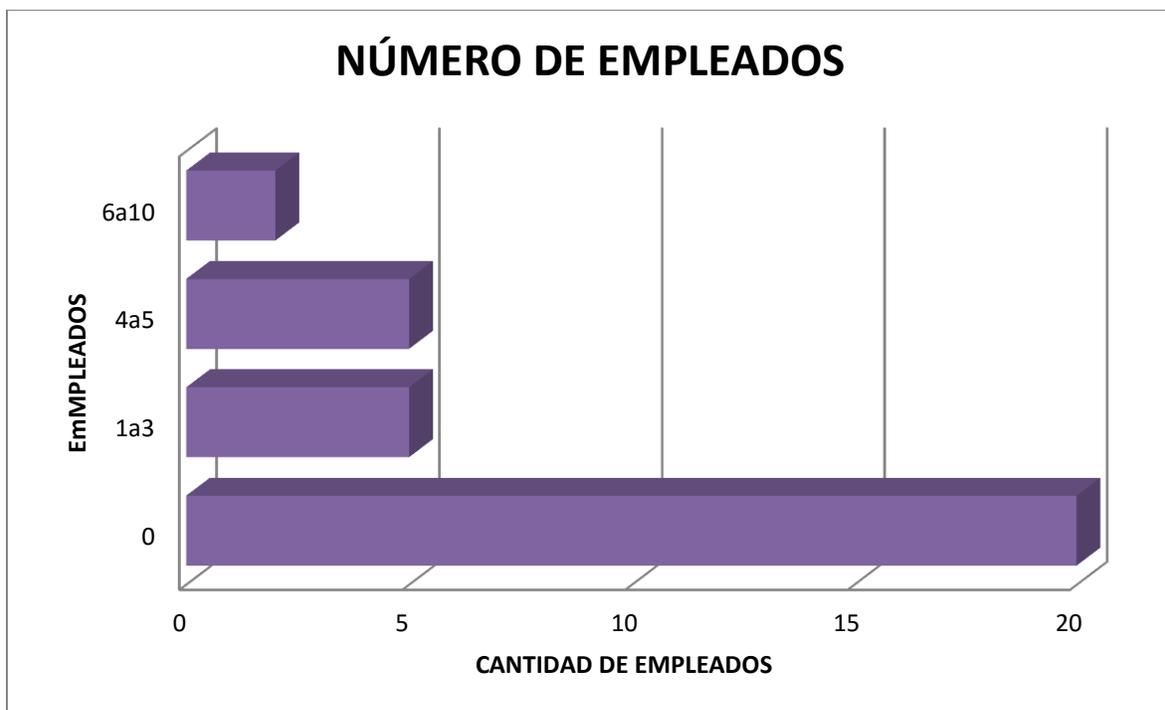


Fuente: Esta investigación

Análisis:

De los datos arrojados de la encuesta realizada en el barrio la macarena, se analiza que el local donde se encuentra es propio

Gráfica 25. Número de empleados

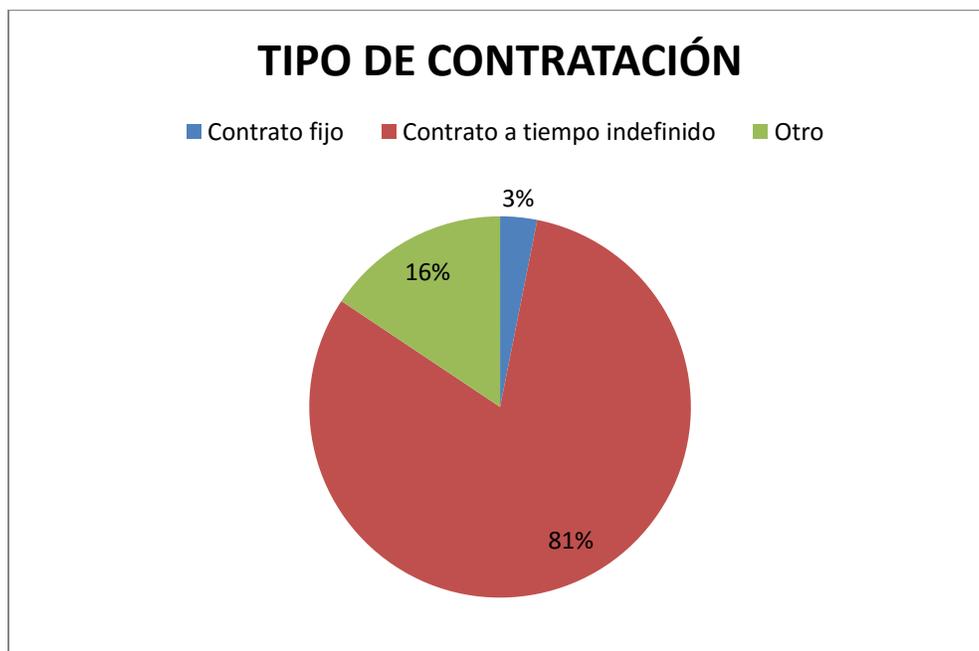


Fuente: Esta investigación

Análisis:

De los datos arrojados de la encuesta realizada en la gran Colombia se determinó que los establecimiento los atiende el propietario (no tienen empleados)

Gráfica 26. Tipo de contratación

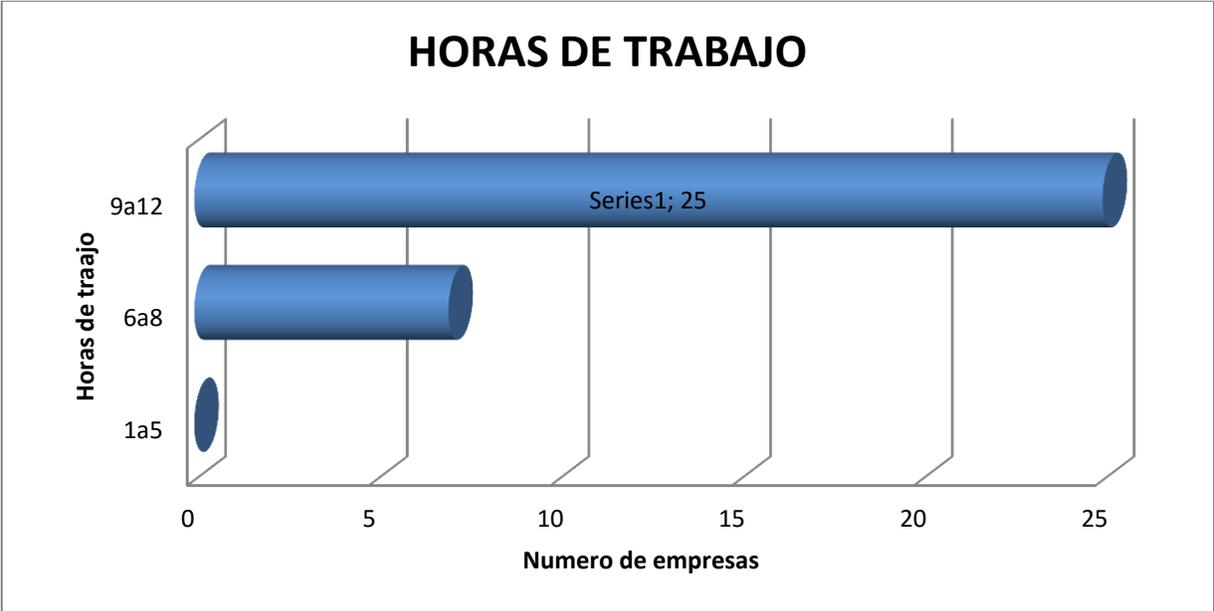


Fuente: Esta investigación

Análisis:

Los datos arrojados de la encuesta realizada, el 81 % tiene contrato a tiempo indefinido

Gráfica 27. Horas de trabajo

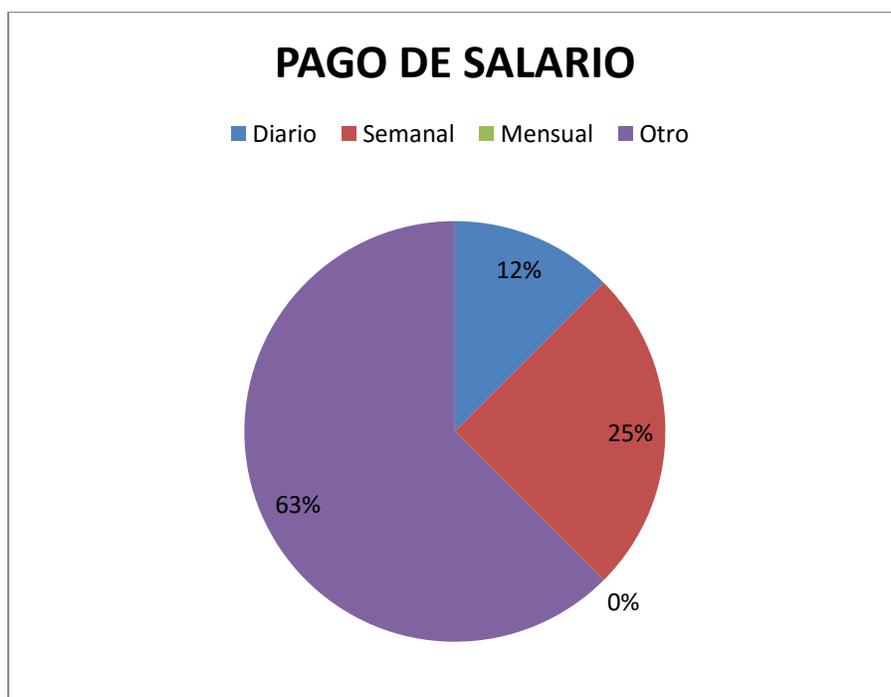


Fuente: Esta investigación

Análisis:

La encuesta realizada arrojo que los establecimientos en el barrio la macarena trabajan de 9 a 12 horas

Gráfica 28. ¿El pago del salario es?



Fuente: Esta investigación

Análisis:

De los datos arrojados, se analiza que el pago del salario de los empleados es otro y corresponde al 63%

Gráfica 29. ¿Se encuentra registrado en cámara de comercio?

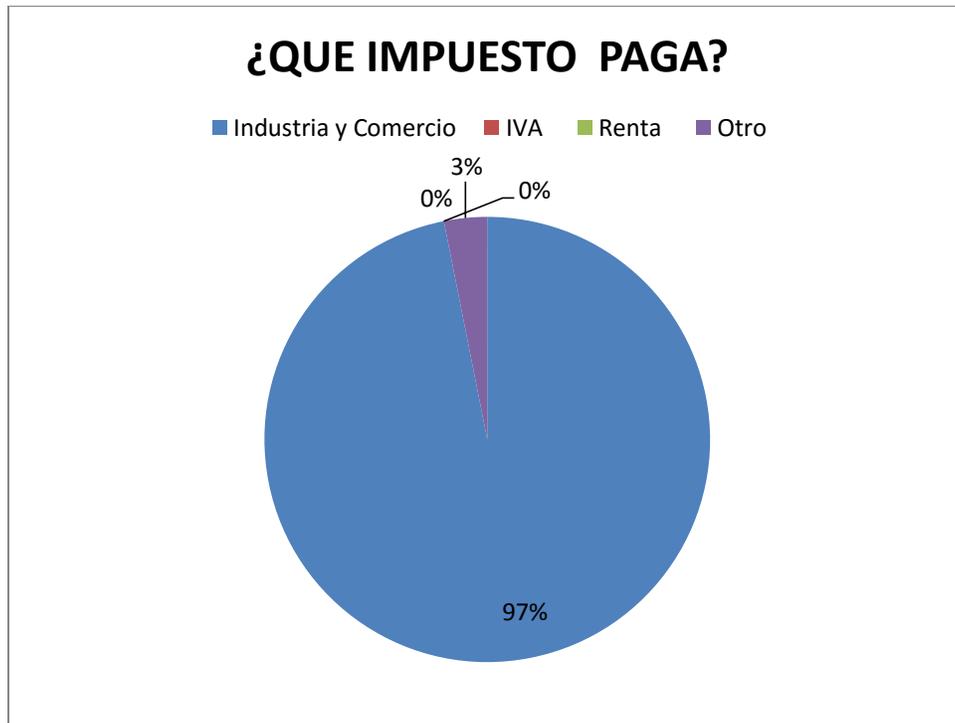


Fuente: Esta investigación

Análisis:

Los datos arrojados de la encuesta, se puede analizar que el 87% si se encuentra registrado.

Gráfica 30. ¿Qué impuesto paga?



Fuente: Esta investigación

Análisis:

Los datos arrojados de la encuesta se determinaron que el 97% paga el impuesto de industria y comercio

Gráfica 31. ¿En qué tipo de registro lleva su contabilidad?

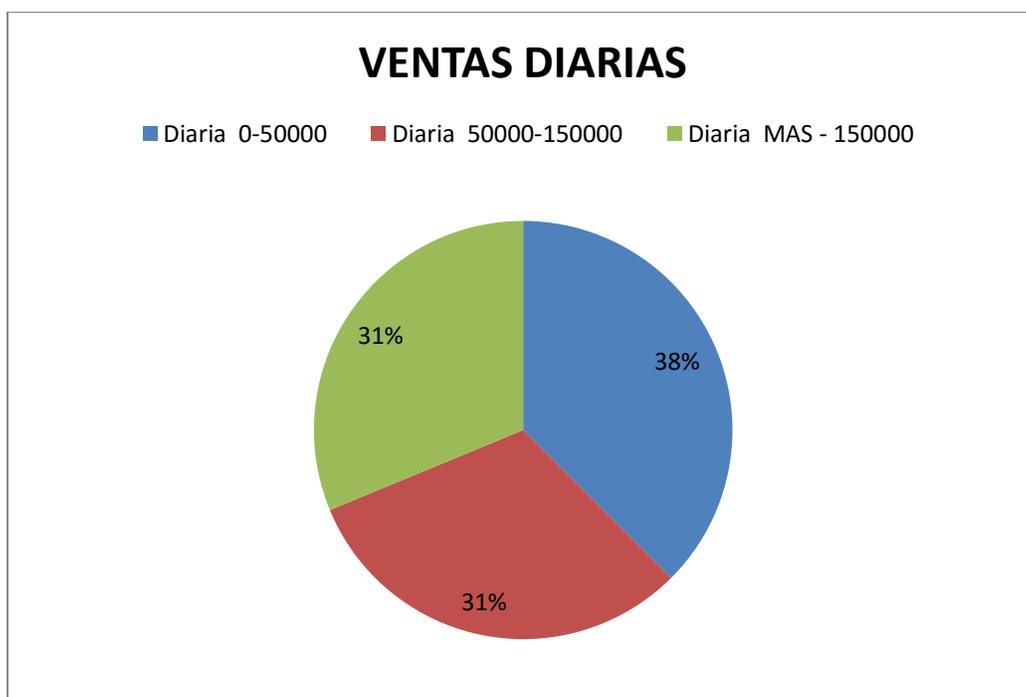


Fuente: Esta investigación

Análisis:

Se observa que el 81% de los establecimientos registra su contabilidad en libro diario, mientras que el 19% realiza su registro en el libro diario, y ninguno utiliza otro medio de registro de contabilización.

Gráfica 32. ¿Cuál es su promedio de ventas diarias?

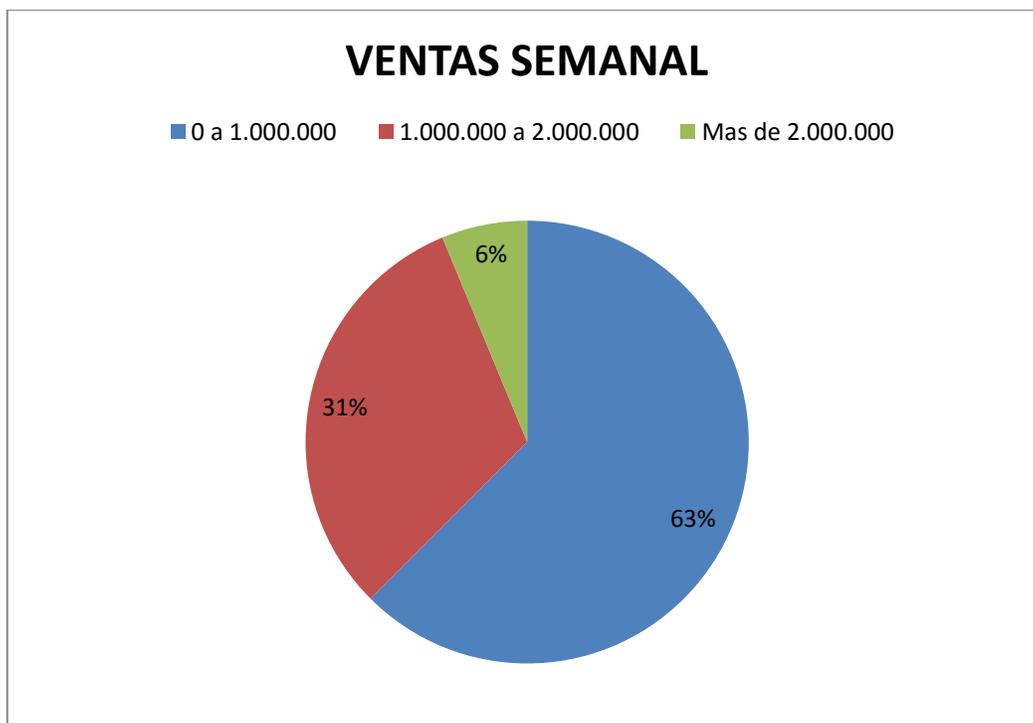


Fuente: Esta investigación

Análisis:

Se observa que el 38 % y 31% de los establecimientos tiene unas ventas diaria entre 50.000 a 150.000 y más de 150.000

Gráfica 33 ¿Cuál es su promedio de ventas semanal?

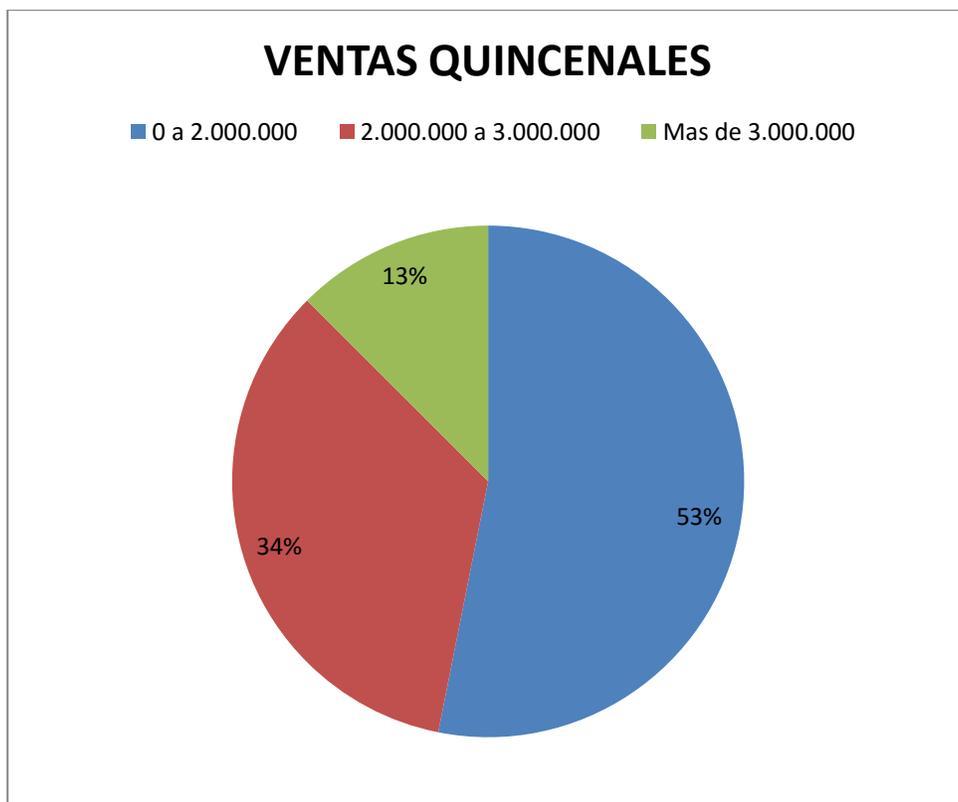


Fuente: Esta investigación

Análisis:

Se observa que el 63% de los establecimientos vende más de 2.000.000 y el 31% de 1.000.000 a 2.000.000

Gráfica 34. ¿Cuál es su promedio de ventas quincenal?

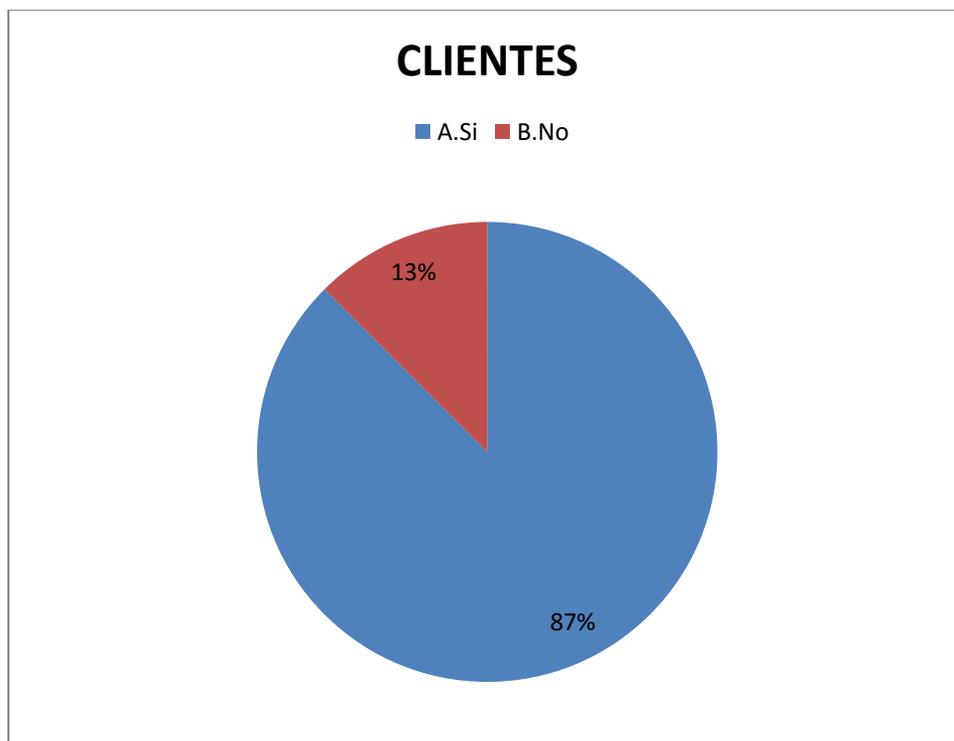


Fuente: Esta investigación

Análisis:

Se observa que el 53% son ventas quincenales que corresponden de 0 a 2.000.000

Gráfica 35. ¿Conoce usted sus clientes?

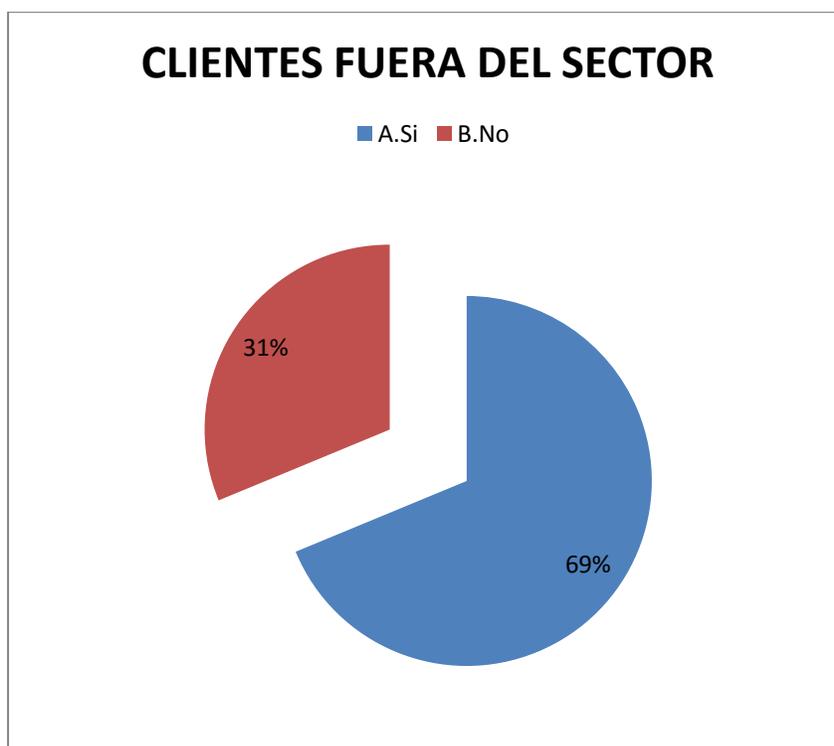


Fuente: Esta investigación

Análisis:

Se observa que los 32 establecimientos encuestados 35 de ellos si conocen a sus clientes que corresponde al 87 %

Gráfica 36. ¿Conoce usted sus clientes?



Fuente: Esta investigación

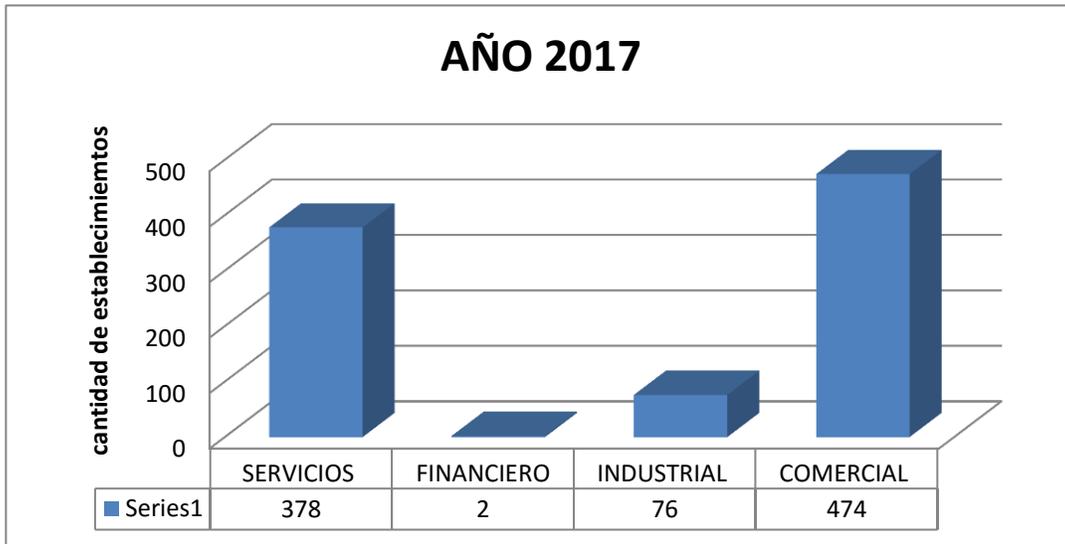
Análisis:

Se observa que los 32 establecimientos encuestados de ellos si conocen a sus clientes fuera del sector que corresponde al 69 %

Economía de Fusagasugá

9.3. Actividades sectores comercial año 2017.

Gráfica 37. Cantidad de establecimientos a julio del año 2017.



Fuente: Esta investigación.

Análisis:

Analizando el gráfico se observa que los datos arrojados se evidencian que el sector comercial es el que mayor número de establecimientos se han creado.

10. EMPLEOS GENERADOS

Tabla 5. Empleos generados barrio gran Colombia

EMPLEOS GENERADOS BARRIO GRAN COLOMBIA	
ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO	Empleos generados
Supermercado	2
Supermercado	2
Supermercado	3
Supermercado	2
Tiendas de barrio	20
Lencería	1
Guardería	1
Taller de ciclas motos y carros	1
Taller de ciclas motos y carros	1
Taller de ciclas motos y carros	1
Taller de ciclas motos y carros	2
Taller de ciclas motos y carros	1
Taller de ciclas motos y carros	1
Taller de ciclas motos y carros	1
Taller de ciclas motos y carros	1
Taller de ciclas motos y carros	1
Modistería	1
Modistería	2
Modistería	1
Modistería	1
Modistería	3
Modistería	1
comidas rápidas	3
comidas rápidas	4
comidas rápidas	1
comidas rápidas	1
comidas rápidas	2
restaurante	2
restaurante	3
restaurante	3

restaurante	2
restaurante	2
restaurante	3
salón de belleza	1
salón de belleza	2
salón de belleza	2
salón de belleza	3
salón de belleza	2
salón de belleza	1
salón de belleza	2
salón de belleza	1
salón de belleza	1
salón de belleza	2
salón de belleza	2
salón de belleza	3
ferretería	1
ferretería	2
ferretería	1
miscelánea	1
café internet	1
café internet	1
café internet	1
Dispendio carnes y pollos	3
Dispendio carnes y pollos	1
Dispendio carnes y pollos	2
Dispendio carnes y pollos	1
Dispendio carnes y pollos	1
Dispendio carnes y pollos	1
fotografía	1
licorería	1
licorería	2
licorería	1
panadería	2
panadería	3
panadería	1
panadería	2
panadería	1

heladería	1
heladería	1
ornamentación	1
ornamentación	1
droguería	2
droguería	1
droguería	1
Servientrega	1
seguros	1
sucursal Bancolombia	1
productos de aseo	1
vidrios y aluminios	2
tienda de mascotas	2
tienda de mascotas	1
tienda de mascotas	1
video juegos	1
papelería	1
papelería	1
papelería	1
servicios técnicos	1
venta de ropa	1
venta de ropa	1
asesorías	1
pañolería	1
finca raíz	1
TOTAL EMPLEOS	161

Fuente: Esta investigación

Análisis:

Por medio de inspección a los establecimientos de comercio e información de sus propietarios se pudo elaborar una tabla donde se determina la cantidad de empleos, los cuales para el barrio Macarena son 161 empleos, cabe destacar que dentro de estos empleos están relacionados los empleos por medio de contratos, a término fijo o indefinido, o contratos de forma verbal, a su vez dentro de los empleados se contó a los propietarios de los negocios, personas que los atienden personalmente y no cuentan con un tercero.

Tabla 6. Empleos generados barrio gran Colombia

EMPLEOS GENERADOS BARRIO GRAN COLOMBIA	
ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO	EMPLEOS GENERADOS
Gimnasio	1
guardería	2
guardería	1
café internet	1
paga todo	1
veterinaria	2
veterinaria	1
talleres carros	2
talleres carros	1
talleres carros	2
talleres carros	2
inmobiliarias	1
inmobiliarias	1
inmobiliarias	1
muebles	1
muebles	2
muebles	1
muebles	3
muebles	1
ornamentación	2
ornamentación	2
ferretería	1
ferretería	2
servicios técnico de lavadoras	1
heladería	1
vidrios aluminio	1

supermercado	2
supermercado	6
latonería y pintura	2
latonería y pintura	2
latonería y pintura	1
spa	1
carpintería	2
carpintería	2
campo de tejo	1
campo de tejo	1
calzado	1
calzado	1
taller motos	1
droguería	1
droguería	1
droguería	2
mantenimientos equipos	1
tienda naturista	1
distribuidora de pollo y carne	1
distribuidora de pollo y carne	2
distribuidora de pollo y carne	1
distribuidora de pollo y carne	1
distribuidora de pollo y carne	1
distribuidora de pollo y carne	1
venta y distribución de licores	1
venta y distribución de licores	1
venta y distribución de licores	1
venta y distribución de licores	1
venta y distribución de licores	1
venta y distribución de licores	1
venta y distribución de licores	1
venta y distribución de licores	1
venta y distribución de licores	1
venta y distribución de licores	1
venta y distribución de licores	1
venta y distribución de licores	1
talleres de motos	2
talleres de motos	1
modistería	1

modistería	1
pañalera	1
pañalera	1
panadería	1
panadería	1
panadería	1
odontología	1
salón de belleza	1
salón de belleza	4
salón de belleza	2
salón de belleza	1
salón de belleza	1
salón de belleza	1
salón de belleza	2
tienda barrió	1
restaurante	3
restaurante	2
restaurante	3
restaurante	3
restaurante	2
restaurante	3
cortinas	2
televisión	1
miscelánea	1

miscelánea	1
miscelánea	1
miscelánea	1
corresponsal bancario	1
comidas rápidas	7
TOTAL EMPLEOS GENERADOS	175

Fuente: Esta investigación

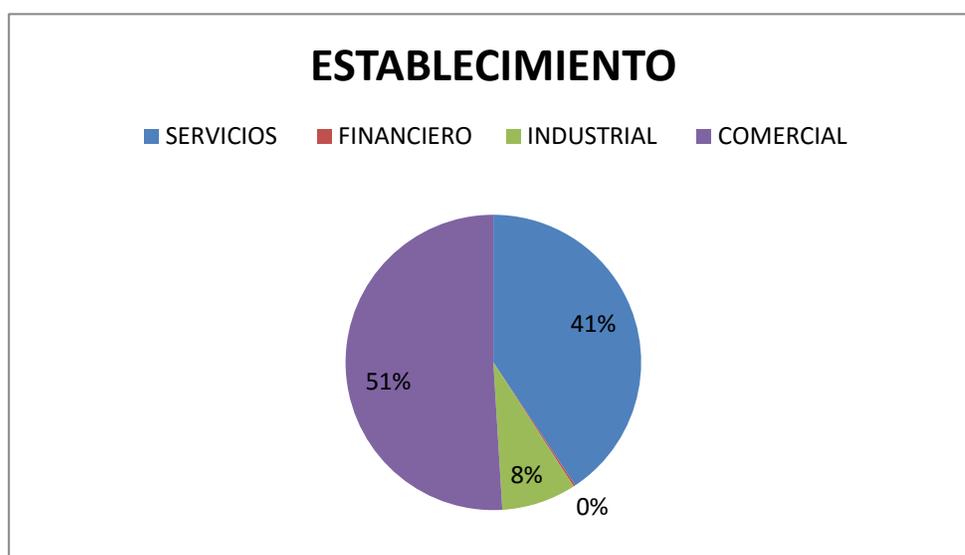
Análisis:

Por medio de inspección a los establecimientos de comercio e información de sus propietarios se pudo elaborar una tabla donde se determina la cantidad de empleos, los cuales para el barrio Macarena son 161 empleos, cabe destacar que dentro de estos empleos están relacionados los empleos por medio de contratos, a término fijo o indefinido, o contratos de forma verbal, a su vez dentro de los empleados se contó a los propietarios de los negocios, personas que los atienden personalmente y no cuentan con un tercero.

11. Establecimientos de comercio Fusagasugá año 2017

La siguiente base de datos es relacionada a junio del año 2017, donde se da a conocer los establecimientos de comercio activos en el transcurso de este tiempo.

Gráfica 38. Porcentaje establecimiento de comercio año 2017



Fuente: Esta investigación (Realizada con datos adquiridos de la secretaria de Hacienda y Crédito público)

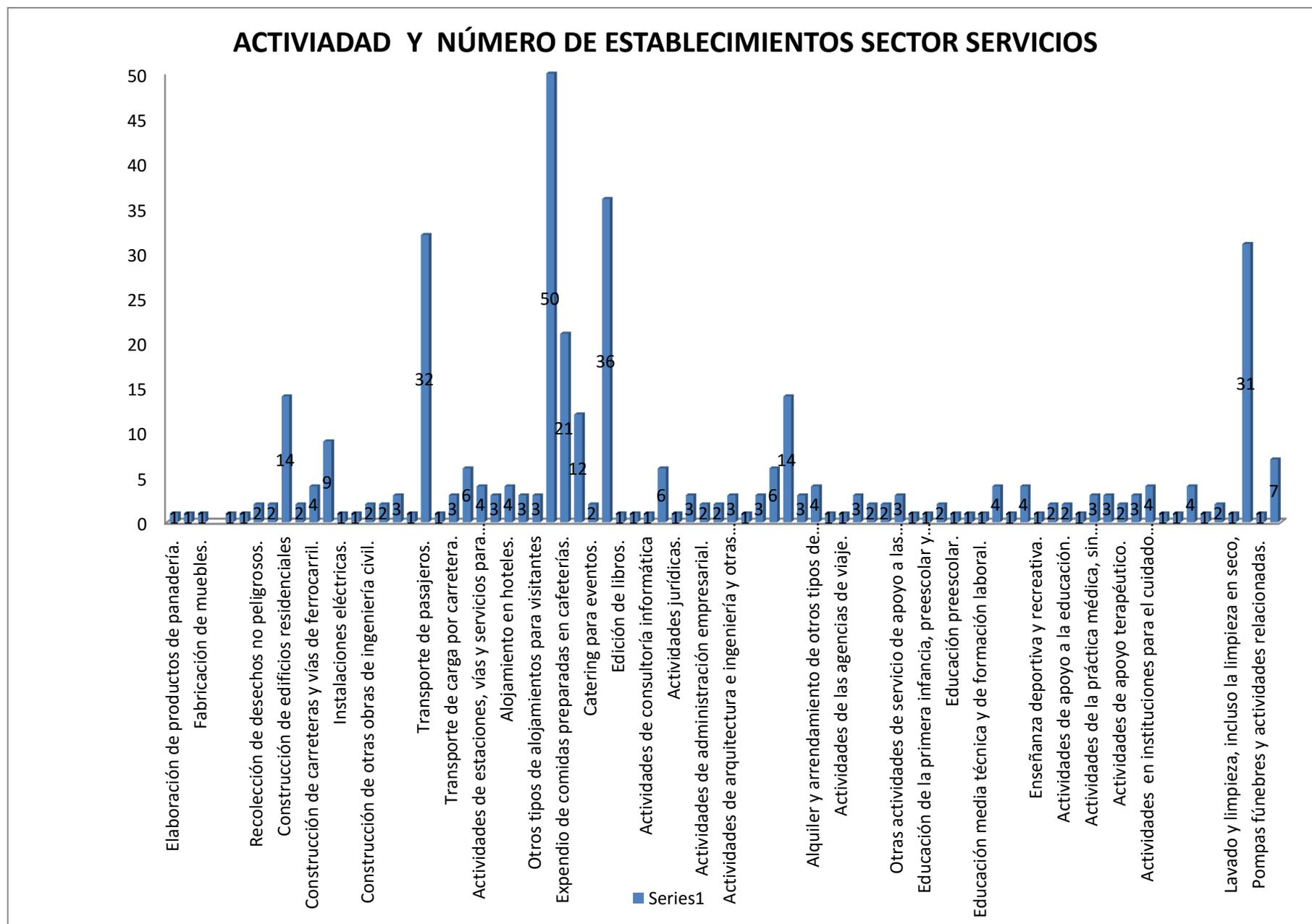
Tabla 7. Establecimientos de comercio año 2017.

AÑO 2107	
SERVICIOS	378
FINANCIERO	2
INDUSTRIAL	76
COMERCIAL	474
Total	930

Análisis:

En el análisis de la gráfica anterior se evidencia que el 51% es corresponde al sector comercial, con 474 negocios, el cual es el que mayor porcentaje de participación posee en el comercio de la ciudad, la cual es la que posee mayor auge en el municipio de Fusagasugá; seguido por el sector servicios con un porcentaje de participación del 41%, con 378 negocios, el sector industrial con un 8% con 76 negocios y el sector financiero con un 0% del cual cabe destacar que, del total de 930 establecimientos escritos y activos en el año 2017 solo se relacionan dos establecimientos de comercio.

Gráfica 39. Actividad y número de establecimientos sector servicios.

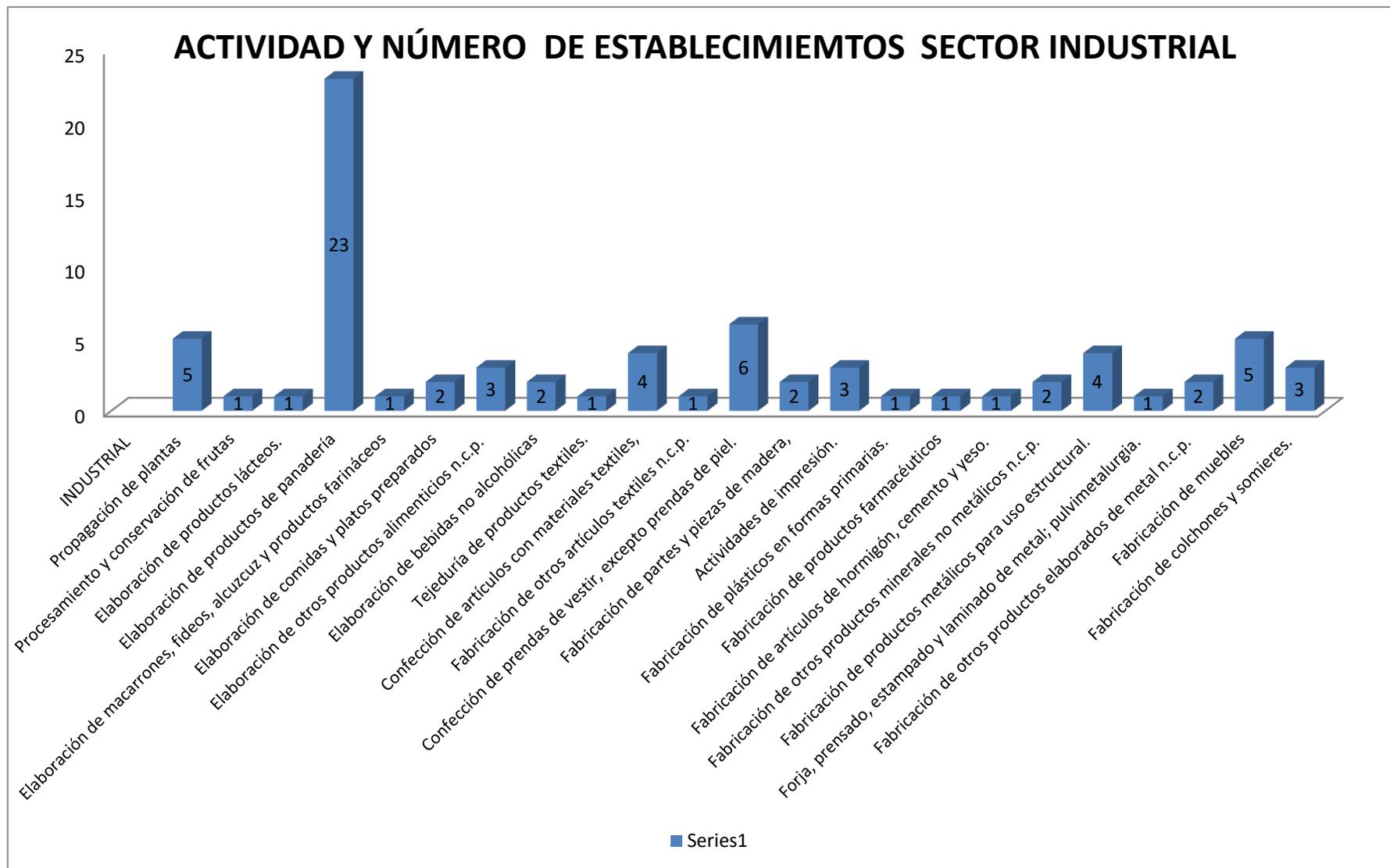


Fuente: Esta investigación (Realizada con datos adquiridos de la secretaria de Hacienda y Crédito público)

Análisis:

De los datos obtenidos en el estudio, se puede analizar que el sector de servicios hay una gran cantidad de actividades, que contribuyen al municipio como es el expendio a la mesa de comidas rápidas los cuales hay 50 establecimientos.

Gráfica 40 . Actividad y número de establecimientos sector industrial.

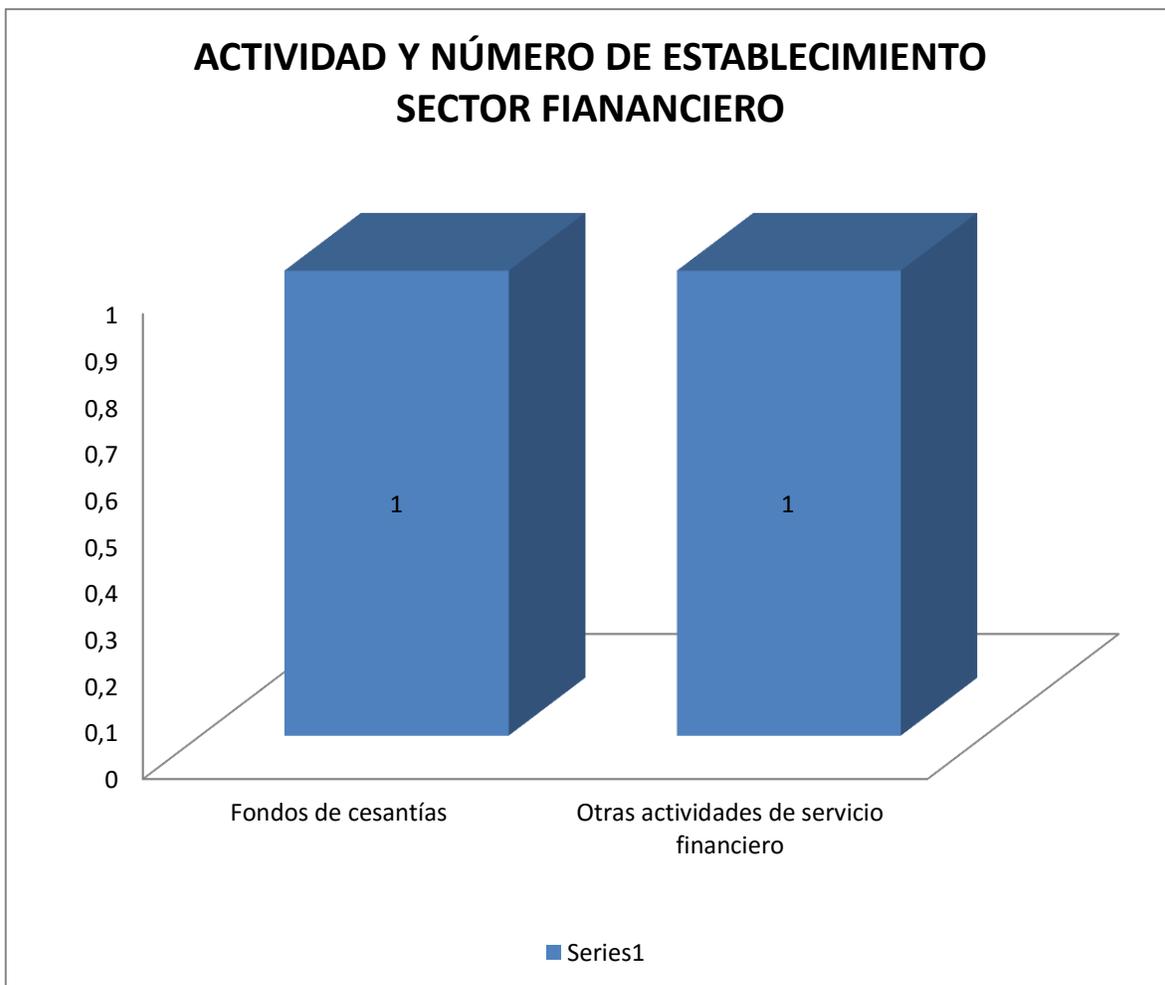


Fuente: Esta investigación (Realizada con datos adquiridos de la secretaria de Hacienda y Crédito público)

Análisis:

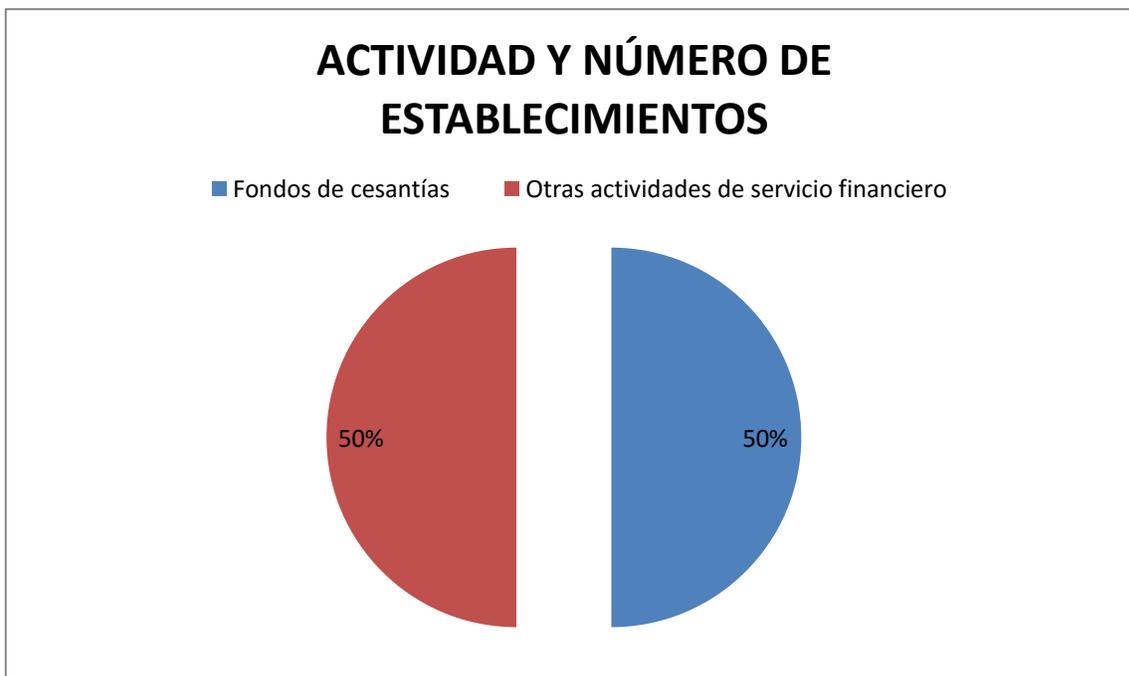
De 76 establecimientos que corresponden al sector industrial, 23 hacen parte a la actividad de elaboración de productos de panadería, que corresponde a la mayor actividad en el municipio

Gráfica 41. Actividad y número de establecimiento sector financiero



Fuente: Esta investigación (Realizada con datos adquiridos de la secretaria de Hacienda y Crédito público)

Gráfica 42. Actividad y número de establecimientos

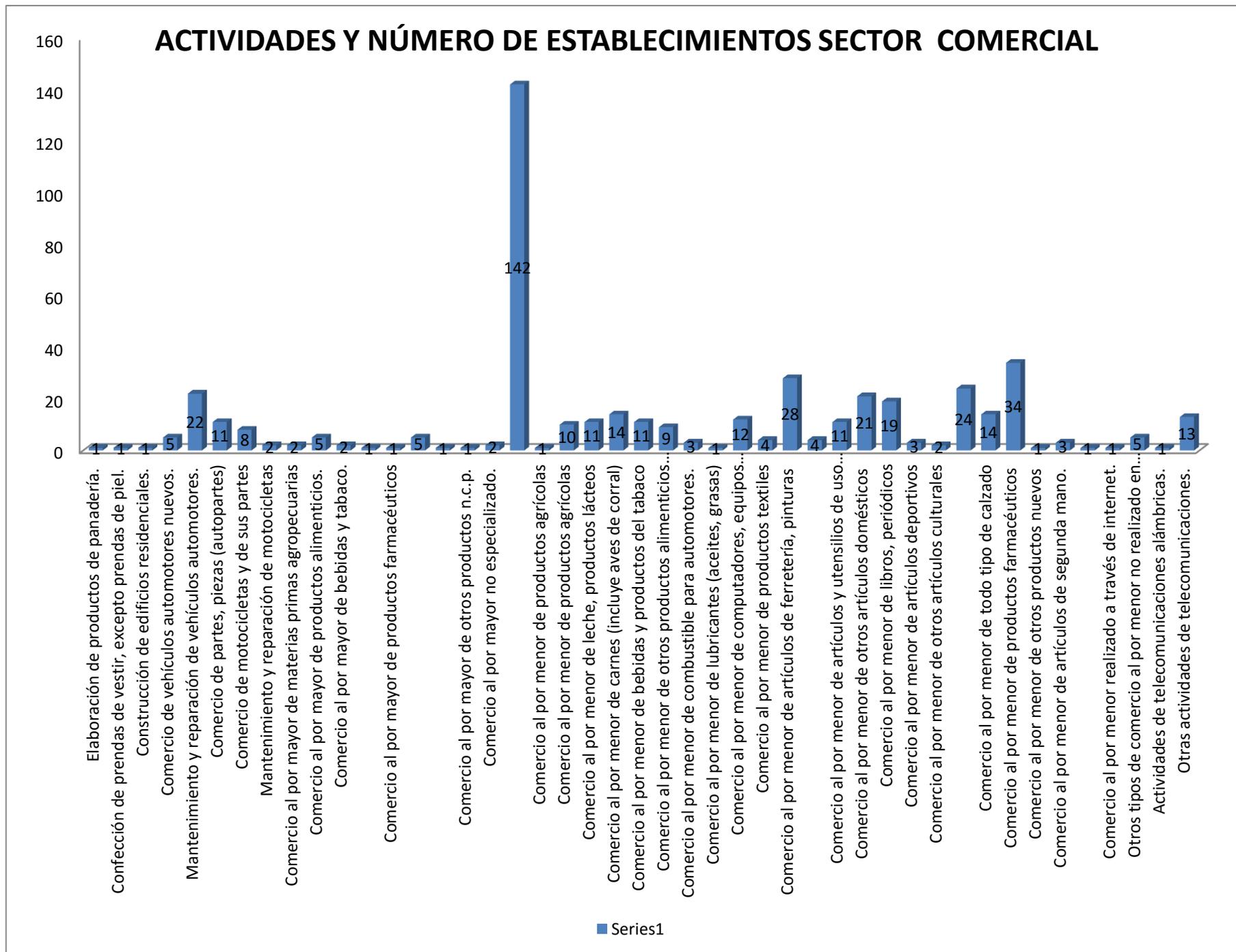


Fuente: Esta investigación (Realizada con datos adquiridos de la secretaria de Hacienda y Crédito público)

Análisis:

De los datos arrojados analizamos que el sector financiero mantiene un equilibrio en el número de establecimientos, el cual corresponde 50% correspondiente a fondos de cesantías y el otro 50% a otras actividades financieras.

Gráfica 43. Actividades y número de establecimientos sector comercial

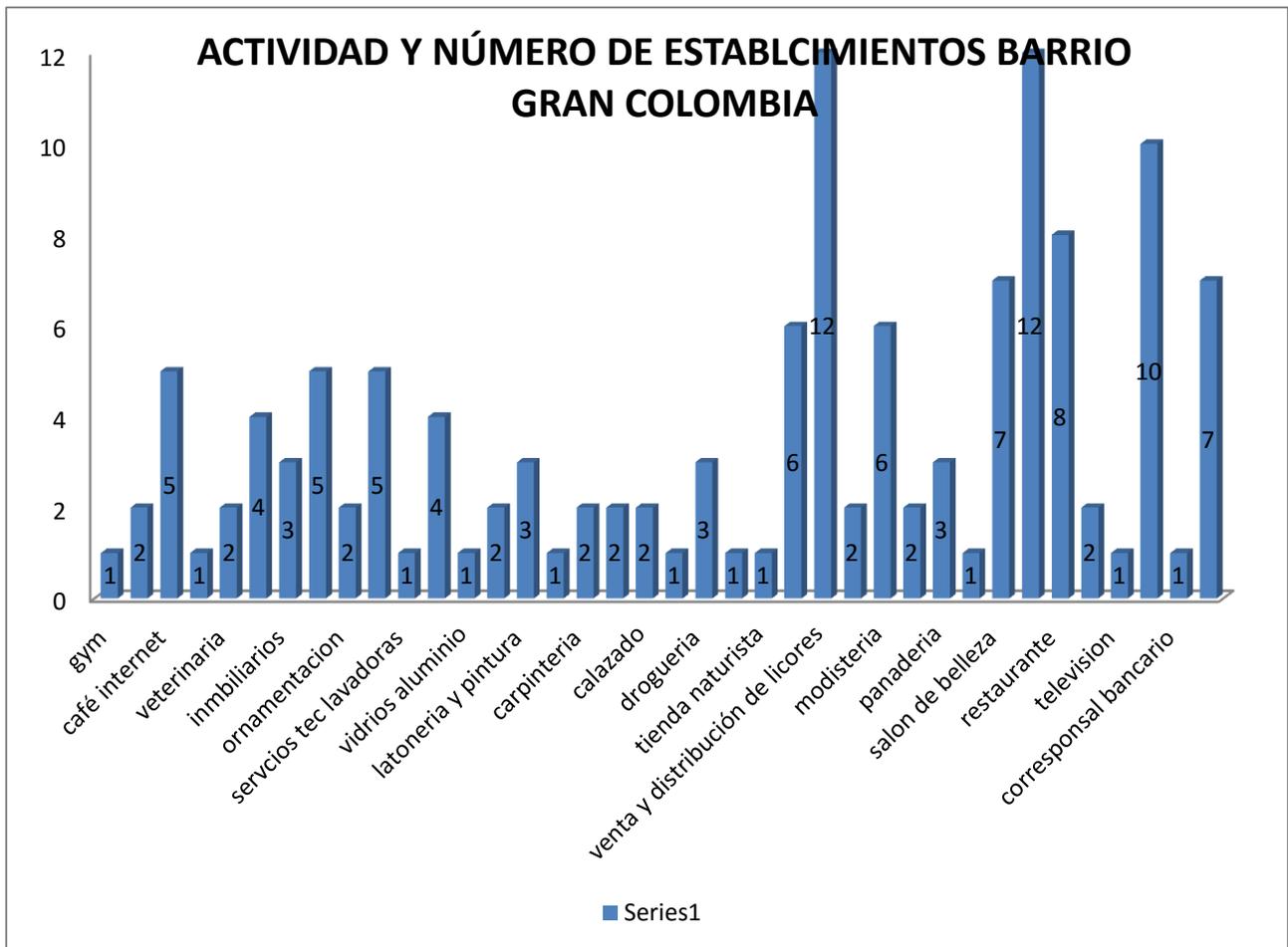


Fuente: (Realizada con datos adquiridos de la secretaria de Hacienda y Crédito público)

12. Análisis comparativo

El mercado de la macarena se encuentra ubicado en el extremo sur de la ciudad y la gran Colombia se encuentra en el extremo occidental del municipio, a pesar de sus distancias son mercados con gran auge económico

Gráfica 44. Actividad y número de establecimientos barrio Gran Colombia

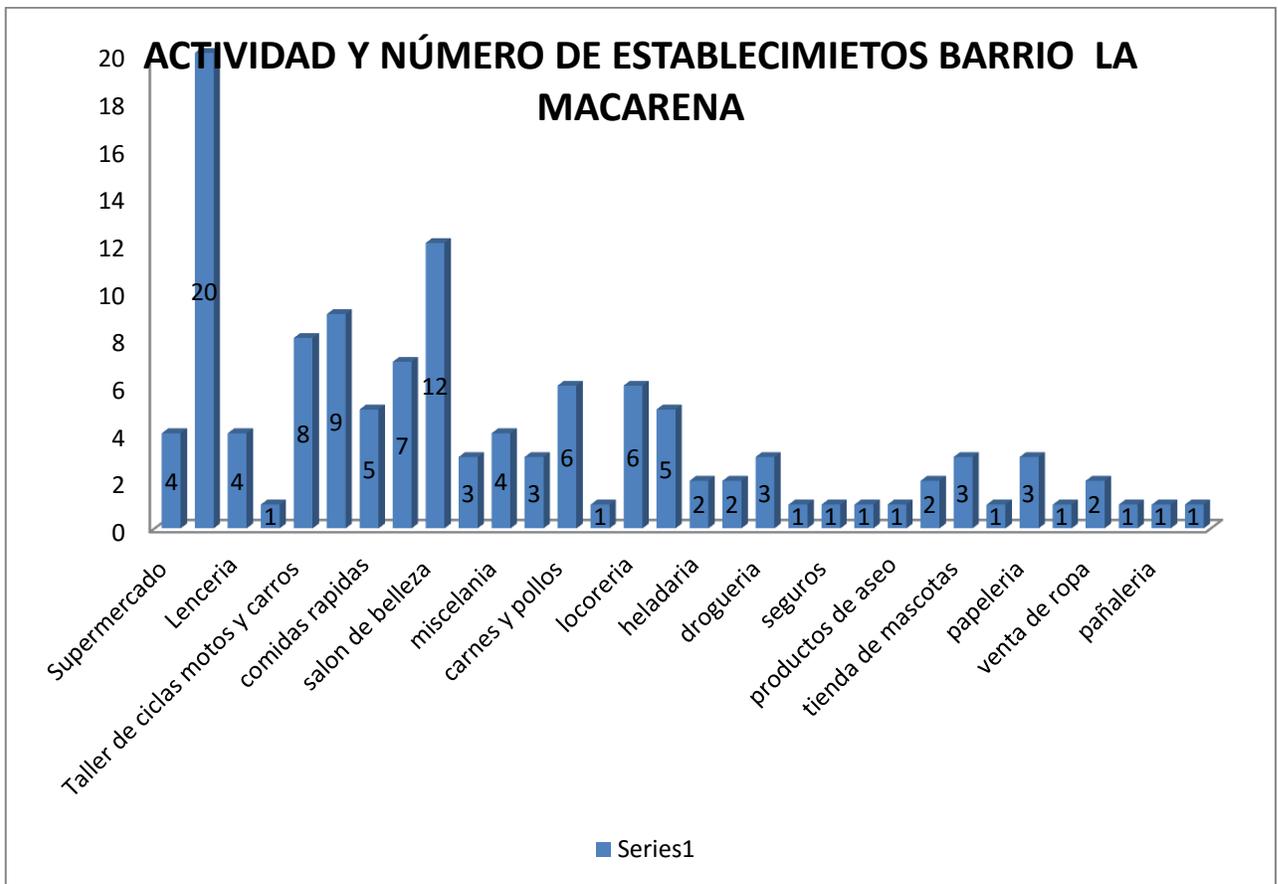


Fuente: Esta investigación

Análisis:

De los datos arrojados se puede analizar que en al barrio la gran Colombia la actividad con mayor establecimientos corresponde a tiendas de barrio y billares y distribución de licores la cual son 12 cada uno con un porcentaje del 9% cada uno.

Gráfica 45. Actividad y número de establecimientos barrió La Macarena



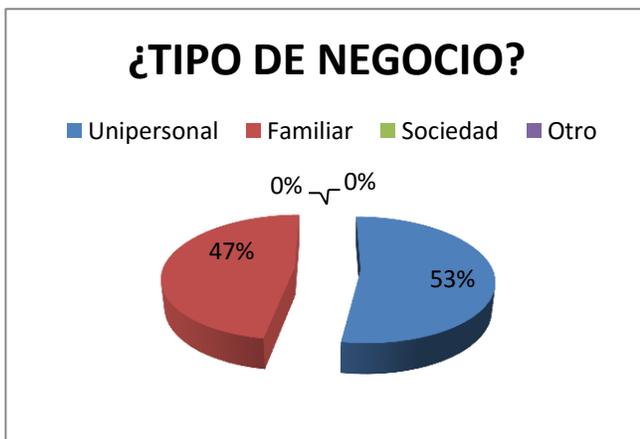
Fuente: Esta investigación

Análisis:

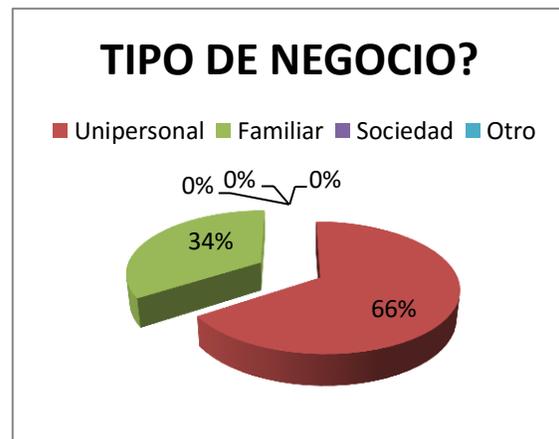
Los datos arrojados se puede analizar que en el barrio la macarena las tiendas de barrios tiene el mayor número de establecimientos que corresponde 20 establecimientos.

- *Tipo de negocio*

Barrió La Gran Colombia



Barrio La Macarena

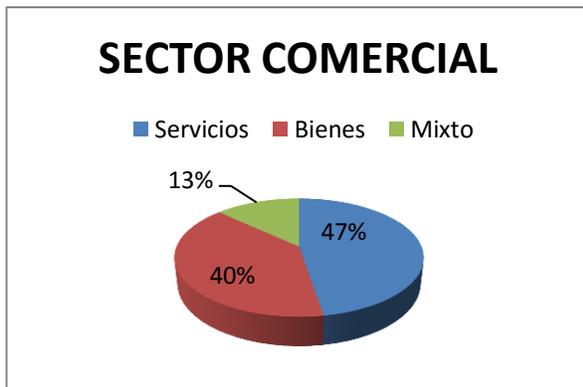


Análisis:

De acuerdo a la información recolectada se puedes apreciar que en el barrio La Gran Colombia tenemos un 53 % de los establecimientos unipersonales y en se determinó que el 53% tiene un negocio unipersonal, con esta información se puede evidenciar que ambos barrios comparten esta figura, en ambos predominan los establecimientos de tipo unipersonal.

- *Sector comercial*

Barrió La Gran Colombia



Barrio La Macarena



Análisis:

De acuerdo a la información recolectada se puede apreciar que en el barrio La Gran Colombia tenemos un 47 % de los establecimientos pertenecen al sector servicios y a diferencia de la Macarena donde predomina el sector comercial con un 56%, con esta información se puede evidenciar que los barrios poseen una diferentes porcentajes en cuanto a los sectores predominantes.

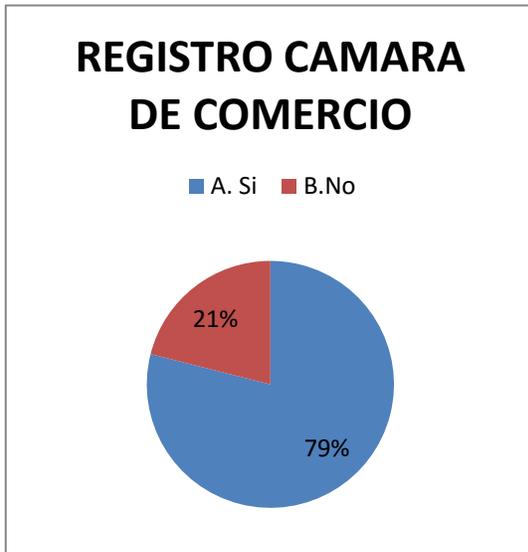
Estratificación

En la información recolectada se pudo evidenciar que ambos barrios se encuentran en estrato 3 lo cual hace referencia que posee la misma estructura de personas que compran en estos barrios y zonas.

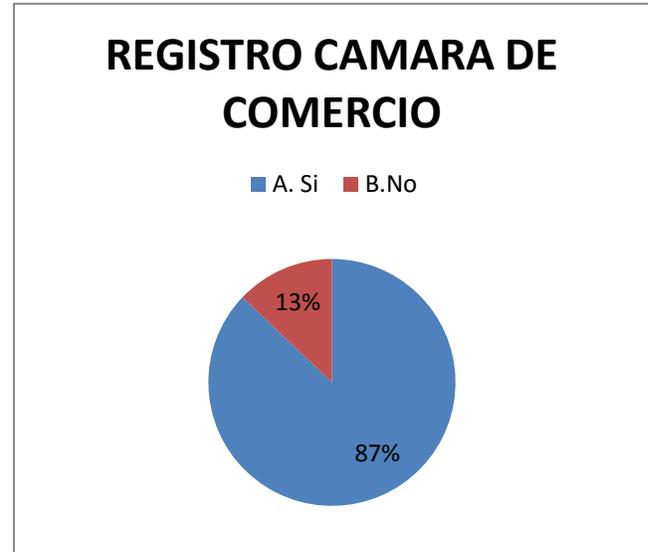
De acuerdo a la estratificación se puede generar mayor demanda de bienes y servicios, acompaña a la población del cada barrio y a la circulante, de esta manera realizar una proyección de la cantidad de producción que se puede ofrecer y demandar.

¿Se encuentra registrado en cámara de comercio?

Barrió La Gran Colombia



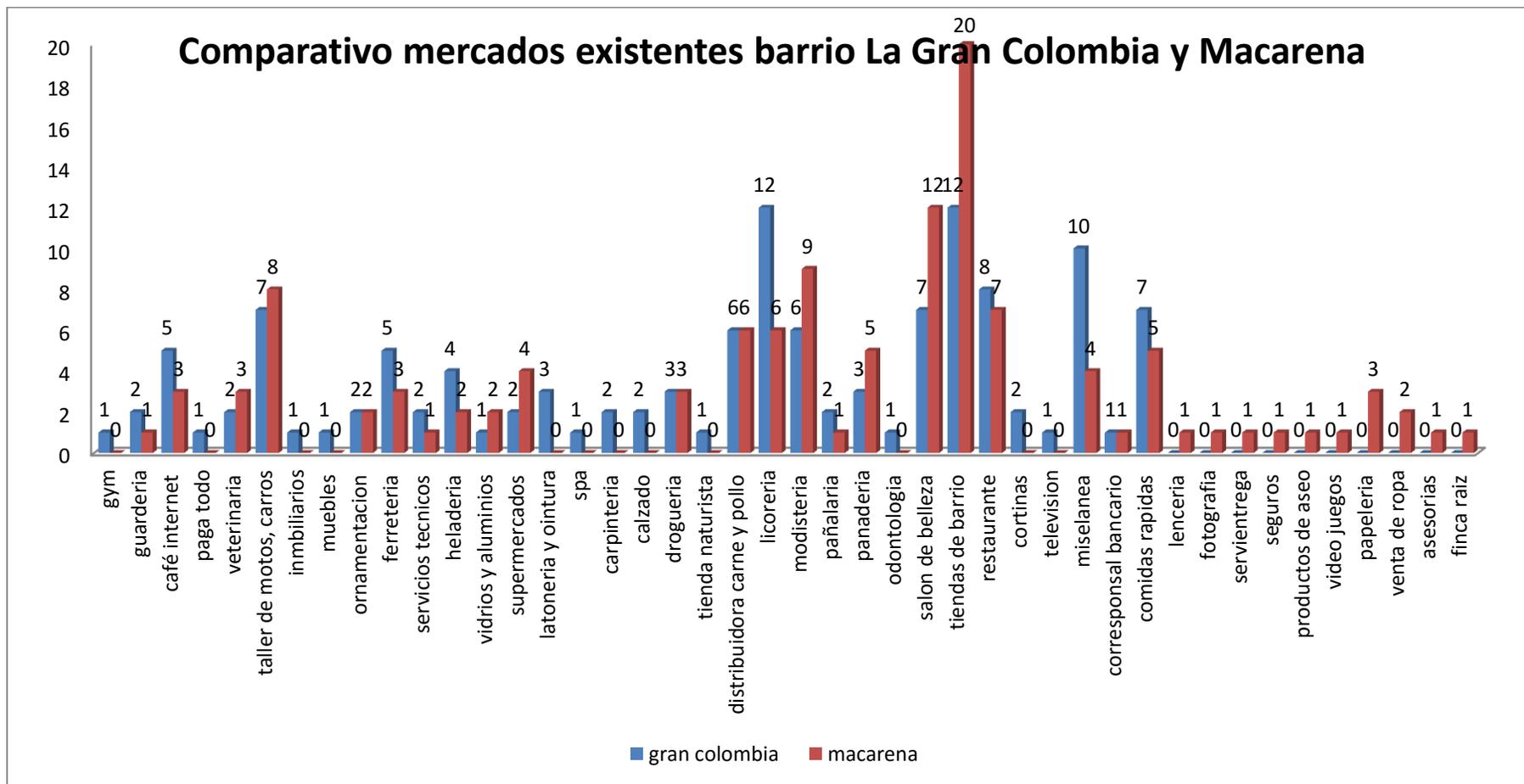
Barrio La Macarena



Análisis:

De acuerdo a los datos arrojados de la encuesta, se puede verificar que en ambos barrios la mayoría de los barrios se encuentran registrados en cámara de comercio, y sus negocios se encuentran debidamente registrados, aunque predomina el barrio Macarena con un 87% de establecimientos registrados.

Gráfica 46. Comparativo mercados existentes barrio La Gran Colombia y Macarena



Fuente: Esta investigación

12.1. IMPACTO ECONOMICO COMPARATIVO

BARRIO GRAN COLOMBIA Y MACARENA

Cuando se habla de impacto económico se refiere a la importancia que representa todo tipo de actividad o inversión que mide la producción y servicio que tienen dos barrios en el municipio de Fusagasugá los cuales son La Gran Colombia y Macarena como movimiento económico del mismo.

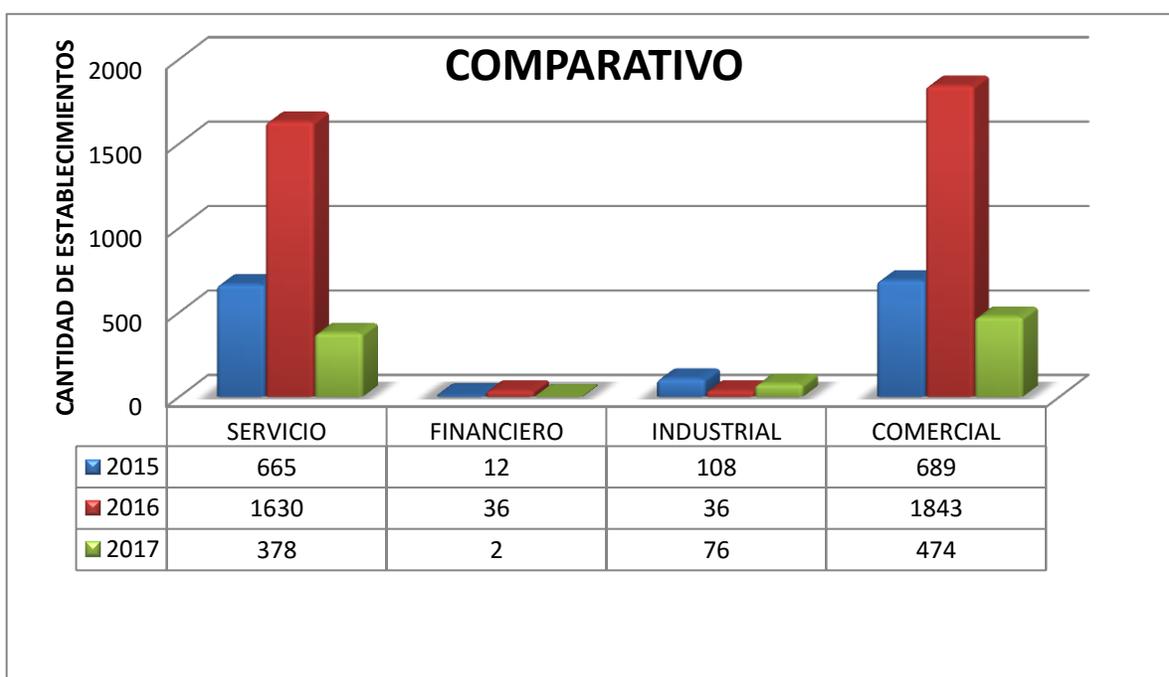
Se evaluaron los dos barrios en la parte urbana de Fusagasugá y se observó que son de gran competitividad en términos económicos, siendo fuentes de ingresos para los negocios, para generar empleo y mejorar la calidad de vida de los propietarios, además de suplir las necesidades de los empleados y clientes que se benefician de los bienes y servicios ofrecidos, a su vez se pudo analizar que estos dos barrios tienen un alto grado de informalidad de los establecimientos que comprende los requisitos exigidos por normatividad.

De lo anterior podemos decir que los barrios tienen un gran reconocimiento por la zona donde dónde se encuentran localizados por lo que es percibido claramente por la comunidad y por las personas que vienen del exterior.

Por otro lado, también se logró observar que las entidades reguladoras no hacen un debido proceso de controlar y prevenir la informalidad, por lo tanto, sería conveniente que estas entidades actuaran con mayor regularidad y de esta manera elevar la calidad de vida de los propietarios de los establecimientos y los habitantes, lo cual hará que se mejore el desarrollo económico del municipio.

12.2. ANALISIS COMPARATIVO IMPACTO ECONOMICO BARRIO GRAN COLOMBIA Y MACARENA EN LA ECONOMIA DEL MUNICIPIO DE FUSAGASUGÁ.

Gráfica 47. Comparativo cantidad de establecimientos años 2015.2016.y 2017



Fuente: Esta investigación

Análisis:

Con los datos recolectados y graficados se puede concluir que el sector comercial ha predominado sobre los demás sectores en los últimos años, aunque en el año 2017 se refleja un crecimiento sustancial en el sector servicios.

El municipio de Fusagasugá es la capital de la provincia Sumapaz, así mismo es el centro económico de los municipios que la conforman; siendo el municipio más importante de la región, debido al amplio crecimiento demográfico que se ha presentado en los últimos años, obteniendo un elevado crecimiento en el desarrollo de sus actividades económicas en los diferentes sectores que conforman su economía, como lo son el sector comercial, servicios e industrial; promovido por la población flotante de los municipios aledaños los cuales llegan a comercializar sus productos y servicios en la ciudad.²⁵

El impacto económico que se midió tomó como base el número de establecimientos de comercio de la ciudad de Fusagasugá, para el año 2017 correspondiente a 930 establecimientos de comercio inscrito y activo, de los cuales al sector comercial le corresponden 474 siendo el sector con mayor número de establecimientos.

De acuerdo a la investigación realizada se tomó como base los barrios Macarena y Gran Colombia, en los cuales se utilizó instrumentos de recolección de información lo cual determino que en el barrio Macarena existen 134 establecimientos de comercio siendo 75 establecimientos pertenecientes al sector comercial, representado un nivel de impacto del 15% del total de establecimiento de comercio en el municipio, generando un alto nivel de impacto; siguiendo con el análisis comparativo el barrio Gran Colombia cuenta 124 establecimientos de comercio, de los cuales 50 establecimientos pertenecen al sector comercial, representado nivel de impacto del 10% de la totalidad de establecimientos de comercio en el municipio.

²⁵ FÉLIX RAUL MARTÍNEZ, *Fusagasugá una ciudad soñada*, historia urbana, 1880-1970, Bogotá, octubre de 2002

Continuando con el análisis del impacto, se medirá en el sector servicios, el cual cuenta con 378 establecimientos, de los cuales en el barrio La Macarena existen 51 negocios, arrojando un impacto en este sector del 13%, el cual se puede comparar con el del barrio La Gran Colombia teniendo 58 establecimientos con un porcentaje del 15% de la totalidad del sector.

También se midió el aporte recaudado del impuesto de industria y comercio en el municipio de Fusagasugá, con relación a la comparación y análisis respecto de los barrios estudiados, para lo cual se referencio los datos obtenidos de la página del Consolidador De Hacienda E Información Pública (CHIP) y de la secretaria de Hacienda y Crédito Público, arrojando un recaudo de seis mil cuatrocientos setenta millones setecientos noventa y dos mil setecientos sesenta y dos pesos (\$6.470.792.762,00) de los cuales el barrio Gran Colombia y Macarena contribuyen al municipio con un valor total aproximado de doscientos sesenta y dos millones cincuenta y ocho mil seiscientos cincuenta y nueve pesos (\$262.058.659), correspondiente al 4%, del aporte total a nivel municipal del Impuesto de Industria y Comercio, lo cual representa un impacto mínimo de aporte total del municipio.²⁶

A su vez el impacto económico se mide por la cantidad de habitantes, teniendo el barrio La Macarena 3.500 habitantes y el barrio la gran Colombia 1800 habitantes, comparativamente con el área urbana del municipio que tiene aproximadamente 70.000 habitantes, para lo cual el barrio Macarena tiene una participación del 5% del total habitantes del municipio y un 2.5 % correspondiente al barrio La Gran Colombia.

Para finalizar se hace alusión a la ubicación de estos dos barrios, los cuales se encuentran en sectores a simple vista altamente comerciales, el barrio La Macarena se encuentra ubicado en la zona sur oriental sobre la periferia, por el

²⁶ http://www.chip.gov.co/schip_rt/index.jsf

contrario el barrio La Gran Colombia se encuentra ubicado en la zona occidental cerca de la zona de expansión del municipio.

13. CONCLUSIONES

- ✚ Del estudio realizado se puede evidenciar, que en los dos barrios, los establecimientos no cumplen con todas las normas pertinentes; un ejemplo claramente evidenciado es el uso del suelo comercial, por cual no están ubicados en las zonas establecidas por el plan de ordenamientos territorial (POT)
- ✚ Se llegó a la conclusión que los dos barrios seleccionados en el municipio de Fusagasugá, se encuentran estratégicamente ubicadas en zonas que atraen un alto flujo de personas, situación que genera impacto económico en el mismo.
- ✚ Podemos concluir que en el municipio de Fusagasugá es un dinamizador en la economía en la provincia del Sumapaz, por otra parte se puede evidenciar que no existen estudios que determinen realmente el estado de la situación economía de la ciudad.

14. RECOMENDACIÓN

Desde el punto de vista personal se concluye que las entidades competentes a las cuales se acuden a las consultas académicas de economía, finanzas y demás investigaciones acerca del municipio de Fusagasugá; no se evidencian y no se encuentra información clara y necesaria sobre el tema. Por lo cual se recomienda realizar investigaciones de fondo para de esta manera conocer todo lo relacionado con el municipio.

Las entidades del estado deberían realizar campañas, capacitaciones, vigilancia y control, para los propietarios de los establecimientos de comercio en el municipio para un mayor conocimiento y así disminuir la evasión.

15. BIBLIOGRAFIA

- <https://es.slideshare.net/adrianvargassolis/teoria-del-mercado>
- <http://www.monografias.com/trabajos73/filosofos-economistas/filosofos-economistas2.shtml#ixzz4qXrD9Xae>
- <http://www.monografias.com/trabajos73/filosofos-economistas/filosofos-economistas2.shtml#ixzz4qXrD9Xae>
- <http://conceptodefinicion.de/mercado/>
- <http://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Tramites-registrales/Que-es-un-establecimiento-de-comercio>
- Alba Lanza, Guillermo Guzmán y Félix Martínez; *Geografía e historia de Fusagasugá*, Fusagasugá, Agosto de 2003
- <http://concepto.de/desarrollo-economico/>
- <http://repository.uniminuto.edu:8080/xmlui/bitstream/handle/10656/4712/T.A%20CORDOBA%20ZARTA%20JONATHAN%20MANUEL%202016pdf.pdf?sequence=1>
- http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2890/6234_caracteriz_empresarial_sumapaz.pdf;sequence=1
- <http://dspace.ucundinamarca.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/604/>
- https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/2989/CarlosMauricio_BurgosJaramillo_2014.pdf;sequence=1
- http://www.chip.gov.co/schip_rt/index.jsf
- http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-9435200700030000

16. ANEXOS

IMPACTO DE LOS MERCADOS GRAN COLOMBIA Y MACARENA EN LA ECONOMIA DEL MUNICIPIO DE FUSAGASUGÁ INVESTIGACION DE MERCADOS		 UDEC UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA					
OBJETIVO: Recolectar información para determinar las diferentes variables que influyen en los mercados							
Marque con una x							
1. ¿Qué tipo de Actividad económica tiene?							
2. ¿Tipo de negocio?							
A. Unipersonal							
B. Familiar							
C. Sociedad							
D. Otro ¿Cuál? _____							
3. Sector comercial							
A. Servicios							
B. Bienes							
C. Mixto							
4. Estratificación del sector?							
5. Local donde se encuentra es:							
A. Propio							
B. Arriendo							
C. Otro ¿Cuál? _____							
6. ¿Número de empleados?							
A. 0							
B. 1 a 3							
C. 4 a 5							
D. 6 a 10							
7. Tipo De contratación?							
a. Contrato fijo							
b. Contrato a tiempo indefinido							
c. Otro ¿Cuál? _____							
8. Horas de trabajo							
A. 1 a 5							
B. 6 a 8							
C. 9 a 12							
9. El pago del salario es:							
A. Diario							
B. Semanal							
C. Mensual							
D. Otro ¿Cuál? _____							
10. Se encuentra registrado en cámara de comercio?							
A. Si							
B. No							
11. Que impuestos paga?							
A. Industria y comercio							
B. Iva							
C. Renta							
D. Otro ¿Cuál? _____							
12. Qué tipo de registro lleva su contabilidad							
A. Cuaderno							
B. Libro diario							
C. Otro ¿Cuál? _____							
13. Cuál es su promedio de ventas?							
A. Diaria							
B. Semanal							
C. Quincenal							
14. Donde compra sus productos?							
A. Fusagasugá							
B. Bogotá							
C. Otro ¿Cuál? _____							
15. Cada cuanto compra sus productos?							
A. Diaria							
B. Semanal							
C. Mensual							
16. Conoce usted sus clientes?							
A. Si _____							
B. No _____							
17. Conoce usted algunos clientes que no sean del sector?							
A. Si _____							
B. No _____							
<table border="1" style="width: 100%;"><tr><td>Nombre: _____</td></tr><tr><td>Teléfono: _____</td></tr><tr><td>Correo: _____</td></tr><tr><td>Autoriza dar los datos personales</td></tr><tr><td style="text-align: center;">SI _____ NO _____</td></tr></table>			Nombre: _____	Teléfono: _____	Correo: _____	Autoriza dar los datos personales	SI _____ NO _____
Nombre: _____							
Teléfono: _____							
Correo: _____							
Autoriza dar los datos personales							
SI _____ NO _____							

DESCRIPCIÓN BIBLIOGRÁFICA

1. **TIPO DE DOCUMENTO**

INFORME DE MONOGRAFÍA

2. **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN**

IMPACTO DE LOS MERCADOS DE LOS BARRIOS LA GRAN COLOMBIA Y LA MACARENA EN LA ECONOMÍA DEL MUNICIPIO DE FUSAGASUGÁ

3. **AUTOR**

GLADYS MARCELA MONTENEGRO CAICEDO
AURA SOFIA VILLAMIL GALEANO

4. **UNIDAD QUE PATROCINA LA INVESTIGACIÓN**

PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA

5. **PÁGINAS**

PÁGINAS (121)

6. **ANEXOS**

1 ENCUESTA

7. **AÑO**

2017

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES

- Economía
- Mercados
- Actividad económica
- Establecimiento de comercio
- Fusagasugá

RESUMEN

1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO

El presente proyecto investigativo tiene como objetivo realizar un estudio sobre el impacto económico de los barrios La Gran Colombia y Macarena, debido a que el crecimiento poblacional del municipio de Fusagasugá ha conllevado a que sus habitantes se ubiquen en estas zonas las cuales han comenzado a ser dinamizadores del mercado, siendo de esta manera autosuficientes, en las cuales podemos encontrar todo tipo de comercio que beneficia a la comunidad, por ello se hace necesario medir el impacto que tiene estos barrios en sus mercados, por consiguiente se realizará la aplicación de instrumentos de investigación para la recolección de información, de esta forma lograr identificar las diferentes variables económicas que mayor impacto generan en los barrios mencionados, proceso con el cual se hará un análisis comparativo.

El estudio será fuente de consulta para el municipio y las personas que requieran tener conocimiento acerca de la información del comportamiento económico de los barrios y así mismos generar políticas de impacto.

2. CAPÍTULOS DEL TRABAJO

- Clasificación empresas

- Ubicación de establecimientos de comercio en los barrios.
- Comparación localización de establecimientos con el uso de suelo permitido barrio Gran Colombia.
- Interpretación de las variables investigadas.
- Empleos generados
- Establecimientos de comercio fusagasugá año 2017
- Impacto económico comparativo barrio gran Colombia y macarena
- Análisis comparativo impacto económico barrio Gran Colombia y macarena en la economía del municipio de fusagasugá.

3. METODOLOGÍA

Para el desarrollo de esta investigación se iniciara por realizar una observación de campo en los barrios La Macarena y La Gran Colombia lo cual nos permitirá realizar un diagnóstico previo de como es el comportamiento del comercio en estos barrios, también identificar los sectores económicos existentes y las diferentes variables económicas a investigar; Con esta observación vamos a utilizar herramientas de tipo cuantitativas, acompañadas de una encuesta que se realizará a los empresarios de estos barrios, de esta manera identificar las variables de tipo económico que se manejan dentro del interior de estos.

Población

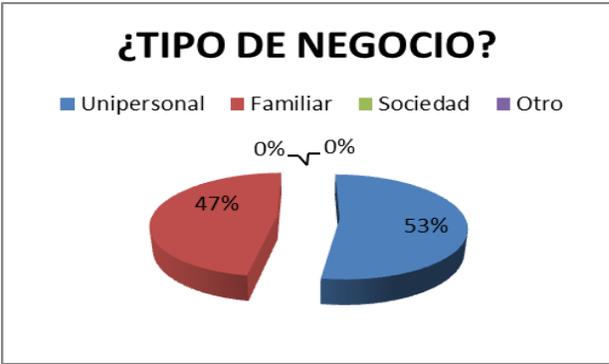
El proyecto toma como población de estudio de acuerdo a la investigación realizada a los negocios existentes de acuerdo a la visita puerta a puerta e inspección ocular realizada en los barrios en estudio; los cuales fueron: ciento veinticuatro (124) negocios del barrio Gran Colombia y ciento treinta y cuatro (134)

negocios del barrio Macarena de la ciudad de Fusagasugá, departamento de Cundinamarca, referencia tabla de establecimientos de comercio.

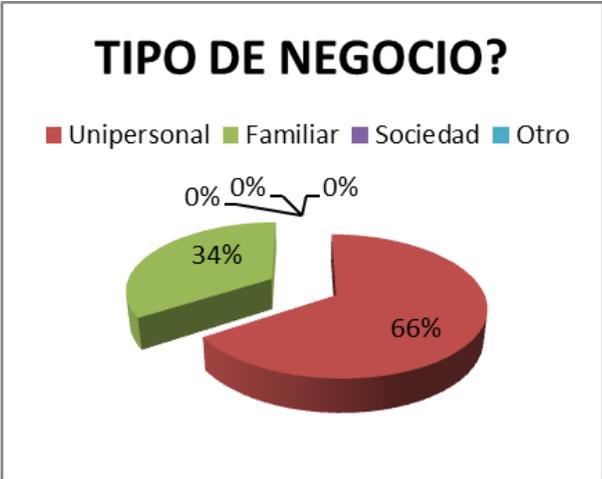
4. RESULTADOS OBTENIDOS

Tipo de negocio

Barrió La Gran Colombia



Barrió la macarena



Análisis:

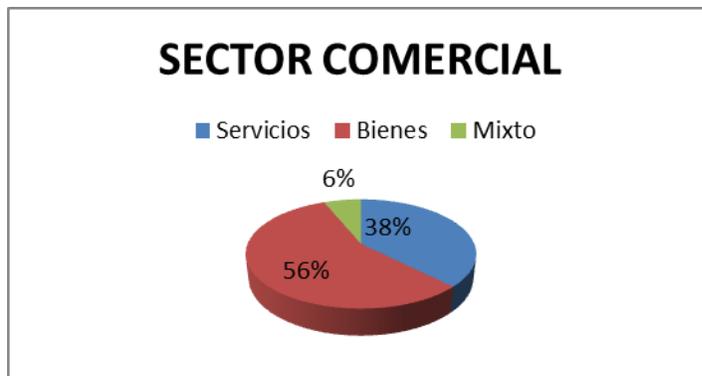
De acuerdo a la información recolectada se puede apreciar que en el barrio La Gran Colombia tenemos un 53 % de los establecimientos unipersonales y en se determinó que el 53% tiene un negocio unipersonal, con esta información se puede evidenciar que ambos barrios comparten esta figura, en ambos predominan los establecimientos de tipo unipersonal.

- **Sector comercial**

Barrió La Gran Colombia



Barrió La Macarena



Análisis:

De acuerdo a la información recolectada se puede apreciar que en el barrio La Gran Colombia tenemos un 47 % de los establecimientos pertenecen al sector servicios y a diferencia de la Macarena donde predomina el sector comercial con

un 56%, con esta información se puede evidenciar que los barrios poseen una diferentes porcentajes en cuanto a los sectores predominantes.

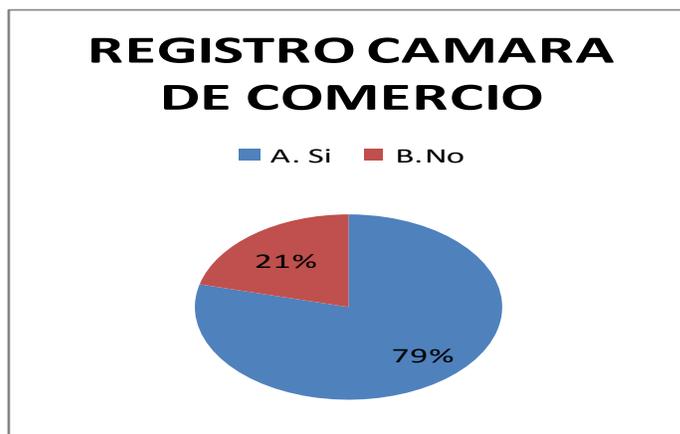
Estratificación

En la información recolectada se pudo evidenciar que ambos barrios se encuentran en estrato 3 lo cual hace referencia que posee la misma estructura de personas que compran en estos barrios y zonas.

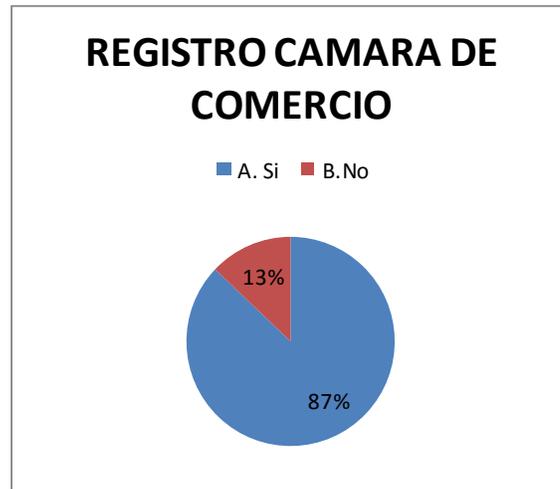
De acuerdo a la estratificación se puede generar mayor demanda de bienes y servicios, acompaña a la población del cada barrio y a la circulante, de esta manera realizar una proyección de la cantidad de producción que se puede ofrecer y demandar.

¿Se encuentra registrado en cámara de comercio?

Barrió La Gran Colombia



Barrió La Macarena



Análisis:

De acuerdo a los datos arrojados de la encuesta, se puede verificar que en ambos barrios la mayoría de los barrios se encuentran registrados en cámara de comercio, y sus negocios se encuentran debidamente registrados, aunque predomina el barrio Macarena con un 87% de establecimientos registrados

ANALISIS COMPARATIVO IMPACTO ECONOMICO BARRIO GRAN COLOMBIA Y MACARENA EN LA ECONOMIA DEL MUNICIPIO DE FUSAGASUGÁ.

El impacto económico que se midió tomó como base el número de establecimientos de comercio de la ciudad de Fusagasugá, para el año 2017 correspondiente a 930 establecimientos de comercio inscrito y activo, de los cuales al sector comercial le corresponden 474 siendo el sector con mayor número de establecimientos.

De acuerdo a la investigación realizada se tomó como base los barrios Macarena y Gran Colombia, en los cuales se utilizó instrumentos de recolección de información lo cual determino que en el barrio Macarena existen 134 establecimientos de comercio siendo 75 establecimientos pertenecientes al sector comercial, representado un nivel de impacto del 15% del total de establecimiento de comercio en el municipio, generando un alto nivel de impacto; siguiendo con el análisis comparativo el barrio Gran Colombia cuenta 124 establecimientos de comercio, de los cuales 50 establecimientos pertenecen al sector comercial, representado nivel de impacto del 10% de la totalidad de establecimientos de comercio en el municipio.

5. CONCLUSIONES

- ✚ Del estudio realizado se puede evidenciar, que en los dos barrios, los establecimientos no cumplen con todas las normas pertinentes; un ejemplo claramente evidenciado es el uso del suelo comercial, por cual no están ubicados en las zonas establecidas por el plan de ordenamientos territorial (POT)
- ✚ Se llegó a la conclusión que los dos barrios seleccionados en el municipio de Fusagasugá, se encuentran estratégicamente ubicadas en zonas que

atraen un alto flujo de personas, situación que genera impacto económico en el mismo.

- ✚ Podemos concluir que en el municipio de Fusagasugá es un dinamizador en la economía en la provincia del Sumapaz, por otra parte se puede evidenciar que no existen estudios que determinen realmente el estado de la situación economía de la ciudad.

6. RECOMENDACIONES

- Desde el punto de vista personal se concluye que las entidades competentes a las cuales se acuden a las consultas académicas de economía, finanzas y demás investigaciones acerca del municipio de Fusagasugá; no se evidencian y no se encuentra información clara y necesaria sobre el tema. Por lo cual se recomienda realizar investigaciones de fondo para de esta manera conocer todo lo relacionado con el municipio.
- Las entidades del estado deberían realizar campañas, capacitaciones, vigilancia y control, para los propietarios de los establecimientos de comercio en el municipio para un mayor conocimiento y así disminuir la evasión.

ÁREA Y LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

ÁREA

GESTIÓN PARA EL DESARROLLO LOCAL Y TRANSLOCAL

LÍNEA

DESARROLLO SOCIOECONÓMICO

PROGRAMA-TEMA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE CONTADURIA PÚBLICA .

EVALUACIÓN Y APROBACIÓN

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

FIRMA DIRECTOR