



Capítulo 10

Alternativas de fortalecimiento comercial y organizacional para microempresas del corregimiento de La Florida en la ciudad de Pereira, en época de pandemia por COVID-19



Azucena María García Cruz
Investigadora principal

Humberto Bedoya
Coinvestigador

Dioselina Mosquera
Estudiante del semillero



Resumen

Introducción: Las microempresas, por su capacidad de generar empleo e ingresos coadyuvando al aparato productivo nacional y del mundo, dinamizando la actividad económica. Las organizaciones pueden hacer uso de la innovación como una estrategia clave que les permita crear una ventaja competitiva que garantice el crecimiento sostenible, generar diferenciación y creación de riqueza, en consecuencia, las microempresas deben pensar en una estrategia donde se especifiquen sus objetivos, planes de acción y cómo asignar sus recursos para cumplir con los objetivos. Las estrategias producen efectos en las funciones y divisiones de la empresa, y exigen que se tomen en cuenta tanto los factores externos como los factores internos que enfrenta la empresa. *Objetivo:* Proponer alternativas de fortalecimiento en la dinámica organizacional y comercial a las microempresas del corregimiento de La Florida en la ciudad de Pereira, frente a los desafíos ocasionados por la pandemia del COVID-19. *Materiales y métodos:* Se aplicará la metodología BUNT, en dos fases: En fase 1 se realizará identificación de las microempresas del corregimiento de La Florida; en fase 2 se hará un diagnóstico de las microempresas para obtener un análisis general de la microempresa sobre los aspectos comerciales y organizacionales en que se encuentran. *Resultados:* En lo organizacional, 11 empresas (69%) no utilizan manual de funciones, y en lo comercial, no utilizan estrategias de mercadeo 10 microempresas, que corresponden al 62,5%). *Conclusiones:* En aspectos organizacionales son escasas las microempresas que utilizan manuales de funciones y en estrategias de mercadeo es muy significativa comercialmente la ausencia de prácticas de mercadeo.

Investigador principal ¹, Coinvestigador² Estudiante semillero³

Palabras clave: Microempresa, innovación, emprendimiento, desarrollo social, enfoque económico.

Abstract

Introduction: Micro-enterprises for their ability to generate employment and income, contributing to the national and world productive apparatus, boosting economic activity. Organizations can make use of innovation as a key strategy that allows them to create a competitive advantage that guarantees sustainable growth, generate

differentiation and creation of wealth, consequently, micro-enterprises must think of a strategy that specifies their objectives, action plans, how to allocate your resources to meet the objectives. The strategies produce effects on the functions and divisions of the company, and require that both external factors and internal factors facing the company be taken into account. *Objective:* To propose alternatives to strengthen the organizational and commercial dynamics of micro-enterprises in the Township of La Florida in the Municipality of Pereira in the face of the challenges caused by the COVID-19 pandemic. *Materials and Methods:* The BUNT methodology will be applied in two phases: In Phase 1, the identification of the micro-enterprises of the Florida Township will be carried out; In Phase 2, a diagnosis of the microenterprises is carried out, in order to obtain a general and specific analysis of the Microenterprise on the commercial and organizational aspects in which they are found. *Results:* Organizationally, 11 (69%) do not use a function manual and commercially, 10 micro-enterprises do not use marketing strategies, corresponding to (62,5%). *Conclusions:* In organizational aspects, there are few micro-companies that use function manuals and in marketing strategies, the non-use of these marketing practices is commercially very significant.

Keywords: Microenterprise, innovation, entrepreneurship, social development, economic approach.

Introducción

Las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) en América Latina juegan un papel muy importante en la cohesión social, ya que contribuyen significativamente a la generación de empleo, de ingresos, a la erradicación de la pobreza y dinamizan la actividad productiva de las economías locales. (CEPAL, 2009)

La microempresa se enmarca en la Ley 905 de 2004, que está facultada para fortalecer al sector empresarial en el país, luego de los primeros intentos dados por la Ley 590 de 2000, con relación, a la promoción y fortalecimiento de las unidades productivas a nivel nacional, y definió como microempresas aquellas unidades productivas familiares, incluidas las pequeñas y medianas empresas, así como los dispositivos de industrialización económica que adelantaran tanto las entidades que operan desde la persona natural o jurídica, con respecto a acciones empresariales, de la agroindustria, técnicas, de comercio o de prestación de servicios, sin importar que se tratase de un emprendimiento que compete al sector rural o al sector urbano.

En Colombia, la realidad apunta a demostrar que son las microempresas las que dinamizan su economía, ya que representan el 92,1% de las empresas del país. Estas

generan el 50% del empleo a nivel nacional, siendo los principales sectores en los que se desempeñan las microempresas: el sector comercial con un 53,4%; el sector servicios con un 31,9%; y el sector industrial con el 14,7%. (AraujoAraújo, 2008).

El tejido empresarial en las microempresas no ha sido ajeno a la situación de pandemia y pospandemia, afectados por las medidas del confinamiento obligatorio en tiempos de pandemia, en la cual la utilización de tecnologías en la gestión va ligada a la idea de ahorro de costes y mejora de la productividad; sin embargo, en algunos casos por falta de pertenencia a redes, el desarrollo de productos sigue siendo la permanencia en el mercado poco significativa, constituyendo una amenaza a su supervivencia. En ocasiones, el desarrollo de nuevos productos suele ser costoso y poco viable para las pequeñas mpresas en épocas de crisis. Además, la pequeña empresa no suele participar en redes de cooperación o en la creación de alianzas estratégicas, y suelen trabajar de forma independiente (Benito y Platero, 2012).

Al respecto, el Gobierno, en septiembre del año 2020, planteó una estrategia denominada “Economía para la gente”, que está orientada al apoyo, consolidación y sostenibilidad de microempresas e iniciativas productivas de la población vulnerable, para ayudar a su reactivación y generación de un entorno favorable que promueva su crecimiento y sostenibilidad, tanto en el contexto rural como en el urbano. “Economía para la gente” consolida un portafolio robusto con programas de entidades como Mincomercio, Prosperidad Social, Minagricultura, MinTIC, Mincultura y el Sena, entre otras. Esta propuesta institucional está orientada al acompañamiento en temas de formación, encadenamientos productivos, desarrollo de proveedores y lo relacionado con el frente financiero, distribuidos en cinco frentes, que son: generación de ingresos, emprendimiento y formalización; desarrollo productivo, asociatividad y acceso a mercados; innovación y tecnología; financiamiento y entorno competitivo.

También, la estrategia está orientada al apoyo, consolidación y sostenibilidad de microempresas, e iniciativas productivas de la población vulnerable, para contribuir a su reactivación y generación de un entorno favorable que promueva su crecimiento y sostenibilidad tanto en el contexto rural como urbano.

Es una estrategia de enrutamiento y oferta integral que ofrece acompañamiento, atención diferencial, formación, encadenamientos productivos e inclusión financiera. Se afirma que esta alternativa de generación de ingresos y la formalización de las diferentes unidades productivas, así como el acceso a plataformas de desarrollo productivo, asociatividad y acceso a mercados, serán ejes imprescindibles en la reactivación económica y cuyas acciones se convierten en mejores ingresos y oportunidades para las familias en condición de pobreza y vulnerabilidad (Min Comercio; Min TIC, Min Cultura y otros, 2020).

Las organizaciones pueden hacer uso de la innovación como una estrategia clave que les permita crear una ventaja competitiva que garantice el crecimiento sostenible, generar diferenciación y creación de riqueza; en consecuencia, las microempresas

deben pensar una estrategia donde se especifiqueb sus objetivos, planes de acción y cómo asignar sus recursos para cumplir con los objetivos. Las estrategias producen efectos en las funciones y divisiones de la empresa, y exigen que se tomen en cuenta tanto los factores externos como los factores internos que enfrenta, No obstante, en época de crisis es difícil que las pequeñas empresas puedan innovar (Castillo Monroy y Forero Roper, 2016).

De acuerdo con Schumpeter, 1939, (como se citó en Benito y Platero,2012), las innovaciones en periodos de crisis son difíciles de apropiar, dado que las empresas aunque se encuentran motivadas para buscar innovaciones que les permitan ahorrar costes en sus procesos productivos, pocas veces, se atreven a soportar el riesgo que conlleva una innovación de producto o similar (innovaciones radicales), dado que el sistema se encuentra en una situación de indeterminación y un cambio dificulta el cálculo de costes y beneficios, necesario para su introducción.

Por otra parte, según algunos autores, la innovación no tiene por qué suponer un elevado coste para la empresa, entendiendo que las innovaciones pueden surgir de una forma distinta de hacer publicidad o una forma de trabajo que ahorre horas de suministros en la empresa. No necesariamente tiene por qué suponer un producto nuevo o mejorado técnicamente o en diseño, con los costes añadidos que esto implica (Shepherd y DeTienne, 2001; Ortega Giménez, 2010). Además, plantean que algunas alternativas pueden ser: innovación mediante formación en el capital humano de la empresa, innovación en la búsqueda de nuevos mercados (la captación de nuevos clientes es una forma de incrementar ventas), innovación organizativa mediante la creación de alianzas estratégicas como las redes de cooperación empresarial para que puedan ser más estables y competir mejor en el mercado. Asimismo, agregan que hay una relación positiva entre tamaño y probabilidad de supervivencia, lo que favorece el crecimiento para la conservación y estabilidad, logrando adaptarse más rápido a los cambios del entorno, llegando a una posición persistente dentro de su sector

Según, Gartner (1989), el emprendimiento es un campo que ha ido evolucionando últimamente debido a la forma de abordar su objeto de estudio, y propone que el emprendimiento no es solo necesario estudiarlo desde una única óptica, sino que se debe analizar desde cuatro perspectivas que participan en la creación de las empresas: individuos, organización, ambiente y proceso. Estas cuatro dimensiones interactúan entre sí, es decir, no es posible analizar el fenómeno del emprendimiento si no se analizan en conjunto las cuatro dimensiones, por lo tanto, no son recíprocamente excluyentes.

El término “competitividad” es otro aspecto clave y de gran importancia al considerar estrategias que fortalezcan la parte interna y externa, y así, competir en menor desventaja con las empresas del mismo sector, y ser diferentes a las demás en algunos componentes, como calidad del producto o servicio, diversificación, potencial humano, procesos administrativos adecuados, entre otros (Muñiz Jaime et al., 2019). De otra parte,

Monje, 2010 (como se citó en Muñiz Jaime, et al., 2019), plantea que se debe elegir la mejor estrategia empresarial a seguir, ya que esta es de gran importancia para alcanzar el éxito, partiendo de que toda empresa que está compitiendo debe tener misión, objetivos, metas y las estrategias necesarias para poder lograr esos objetivos; es en este sentido que toda empresa, aunque pequeña, debe tener su identidad comercial para ser visible frente a su sector competitivo, y será exitosa si su organización tiene la estructura organizacional necesaria.

En este sentido, el autor señala que la mayoría de microempresas son de carácter familiar con iniciativas de un ahorro doméstico, dedicándose al comercio de bienes y servicios, y su problemática radica en las limitantes que tienen para lograr ser competitivos en su actividad formal, las restricciones al momento de acceder a un crédito, las altas tasas de interés de un crédito microempresarial y los requisitos que son para muchos microempresarios inalcanzables, resaltando que estos factores son necesarios para lograr un crecimiento sostenible y sustentable que les permita aportar al desarrollo económico del lugar, mejorar su calidad de vida y la generación de fuentes de empleo.

En coherencia con lo señalado, este estudio plantea como objetivo: Proponer alternativas de fortalecimiento en la dinámica organizacional y comercial para las microempresas del corregimiento de La Florida en la ciudad de Pereira, frente a los desafíos ocasionados por la pandemia del COVID-19.

Marco teórico referencial: Las microempresas son unidades de producción de bienes y servicios que han probado ser un medio efectivo en países de bajos y medianos ingresos para dinamizar las actividades productivas de la comunidad, contribuyendo al desarrollo económico de la sociedad. Como experiencia, las empresas que prosperan con estos modelos de economía demuestran que las microempresas son de vital importancia desde un ámbito social, en tanto que generan empleo e innovación, lo que de una u otra forma acelera los procesos económicos y sociales (Chanamé, 2008 (como se citó en Sumba Bustamante et al, 2018). Asimismo, Tello Cabello (2014) recalca la importancia de la mipyme desde distintos ángulos. En primer lugar, como una de las principales fuentes de empleo, y como herramienta de promoción de empleo en la medida en que solo exige una inversión inicial y permite el acceso a estratos de bajos recursos; y, en segundo lugar, puede potencialmente configurarse en apoyo importante a la gran empresa, resolviendo problemas en la producción. Así, se da oportunidad a personas que sin empleo y con bajos recursos económicos puedan generar su propio empleo.

Con relación a la actividad comercial de la empresa, se deben contemplar habilidades de comunicación, permitiendo que los objetivos organizacionales se divulguen y se apropien en todo el personal para el desarrollo de la microempresa. Al mismo tiempo, se debe cuidar que el personal de la entidad disponga de los implementos tecnológicos necesarios para el desarrollo de su trabajo, pues estos elementos influyen en una mayor eficiencia y productividad con la utilización de sus capacidades personales.

En la encuesta realizada se determinó que el 61% del personal de las microempresas carecen de los recursos e implementos tecnológicos para mejorar la productividad. (Sumba Bustamante y Santistevan Villacreses, 2018).

De acuerdo con Zevallos (2003), las condiciones en que las mipymes se desenvuelven en cualquier contexto no siempre son favorables, lo cual se explica en buena parte por sus competencias endógenas (bajo grado de adopción tecnológica, poca calificación de sus trabajadores y/o del propio empresario, fragilidad administrativa, baja productividad); sin embargo, existen ciertas condiciones del entorno (e institucionales) que las afectan en mayor grado que a las grandes empresas.

Sumba et al. (2018) resaltan la importancia de la gestión administrativa como indicador del desarrollo y consolidación financiera que pueda o no presentar la empresa en un determinado momento. Dicha gestión describe aspectos relevantes desde el punto de vista de la organización. Es necesario realizar los procesos administrativos, al respecto, a partir de encuestas realizadas a los emprendedores se detecta que el sector no tiene conocimiento de los procesos administrativos que se aplican en las empresas, demostrándose con sus respuestas: 67% indicó que no los han realizado, el 32% señaló que lo hace anualmente y el 1% lo hace en forma semestral, lo cual repercute en una inadecuada gestión administrativa de sus negocios.

Las mipymes contribuyen aproximadamente con el 25% del Producto Interno Bruto (PIB) de la región, caracterizadas por los bajos niveles de crecimiento económico, pobreza y reducido cambio estructural, las cuales surgen como respuesta a las necesidades individuales de autoempleo, y que a menudo se ubican en una situación de informalidad (bajos niveles de capital humano, dificultad para acceder a recursos financieros externos, escasa internacionalización, realización de actividades con bajos requerimientos técnicos, etc.). Igualmente, las mipymes representan el 99,5% de las empresas de la región y la gran mayoría son microempresas (88,4% del total). Estas mipymes operan en mercados locales dependiendo de la evolución de la demanda interna, en sectores con bajas barreras a la entrada y salida, con tasas elevadas de natalidad y mortalidad y que, muchas veces, responden más a estrategias de autoempleo y sobrevivencia que a una dinámica de desarrollo empresarial. El mismo estudio señala que en la mayoría de los países de América Latina no hay un registro sistemático de las principales variables que permiten analizar y monitorear las características y el desempeño de las empresas, ya que cada país ha establecido parámetros de clasificación atendiendo a sus contextos especiales, en donde los criterios más utilizados son: empleo, ventas o ingresos, activos (OCDE, 2019).

La gestión administrativa implica actividades de cumplimiento en fases, así: planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar, lo que permitiría incrementar sus capacidades de adaptación, aprendizaje y crecimiento para realizar las funciones con eficiencia y eficacia en el ámbito donde se encuentren. En coherencia, analizar las limitaciones en capacitación, comunicación, acceso al financiamiento, son algunos aspectos que

inciden en la productividad, lo que hace necesario un apoyo coordinado sostenible entre Gobierno y sociedad civil para su posicionamiento y crecimiento.

Una de las herramientas contemporáneas con mayor relevancia en lo administrativo es, sin duda, la formulación de planes de mejoramiento o fortalecimiento y que hoy se enmarca en estrategias de innovación, para dar una visión renovadora y de transformación, donde se formulen planes de mejoramiento con el fin de caracterizar una o más problemáticas organizacionales, analizarlas buscando las mejores estrategias que solventen o potencien las limitantes y fortalezas encontradas con impacto tanto en el entorno interno como en el externo.

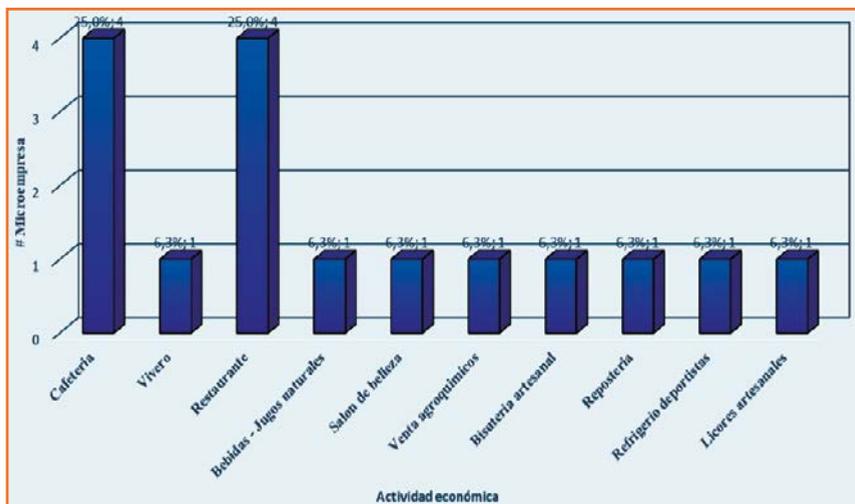
Metodología

Estudio de tipo cuantitativo, descriptivo y transversal. Descriptivo porque describe variables definidas por características de las microempresas, dimensiones organizacionales, comerciales, y transversal porque se realiza recolección de la información en un momento dado del proceso investigativo. La población y la muestra es la misma, dado que el corregimiento, según Cámara de Comercio, tiene registradas 62 microempresas, y la muestra de 16 empresas son las que participaron. El instrumento es un cuestionario de 58 preguntas dicotómicas y politómicas que miden las variables mencionadas, el cual se validó con prueba piloto. Este se aplicó previo consentimiento informado para responder la encuesta y la recolección de información se hizo según método de BUNT, en dos fases. En la fase 1 se realizó la identificación de las microempresas del corregimiento de La Florida; en la fase 2 se hizo un diagnóstico de las microempresas, para obtener un análisis general y específico sobre los aspectos comerciales y organizacionales en que se encuentran. Se tabuló la información en Excel 2016 y los resultados se representaron en gráficos para ressignificar sus hallazgos.

Resultados

A continuación, se presentan los resultados de las 16 microempresas del estudio, en gráficos que muestran las variables del estudio, donde se puede decir que todas las microempresas del estudio tienen registro en Cámara de Comercio y Registro Único Tributario.

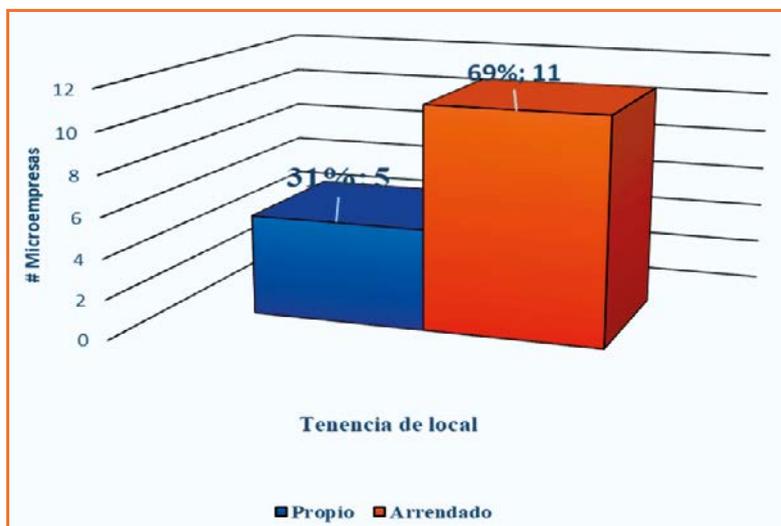
Gráfico 1. Microempresas según actividad económica



Fuente: Elaboración propia.

El gráfico N.º 1 señala que de las 16 microempresas (100%) se encuentra en primer lugar la línea de cafetería y restaurante, 4 y 4, respectivamente, para un 50%; en segundo lugar están las demás actividades económicas, con ocho microempresas, para un total de 50%.

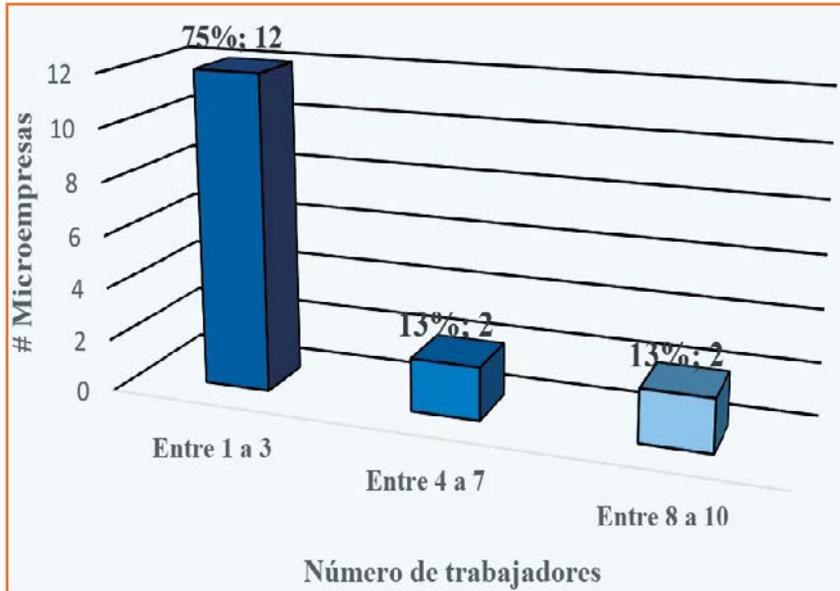
Gráfico 2. Microempresas según tenencia de local



Fuente: Elaboración propia.

El gráfico N.º 2 muestra que de las 16 microempresas (100%), 5 (31%) son propietarios de local y 11 (69%) son locales arrendados, lo cual señala que puede ser más crítica la reducción de ingreso.

Gráfico 3. Microempresas según número de trabajadores



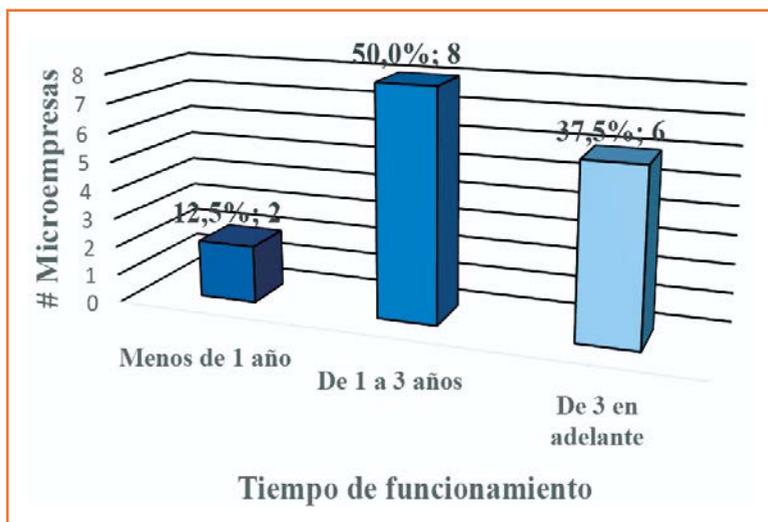
Fuente: Elaboración propia.

El gráfico N.º 3 indica que de 16 microempresas (100%), 12 as (75%) tienen entre 1 y 3 trabajadores; luego, dos tienen entre 4 y 7 trabajadores y las otras dos tienen entre 8 y 10 trabajadores.



Una de las herramientas contemporáneas con mayor relevancia en lo administrativo es, sin duda, la formulación de planes de mejoramiento o fortalecimiento.

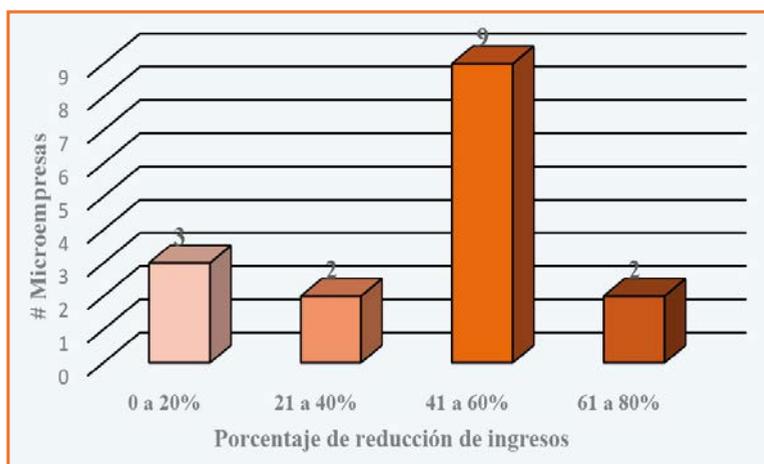
Gráfico 4. Microempresas según tiempo de funcionamiento



Fuente: Elaboración propia.

El gráfico N.º 4 señala que de 16 microempresas (100%), 2 (13%) tienen menos de un año de funcionamiento, 8 (50%) tienen de 1 a 3 años, y 6 (37,5%) tienen más de 3 años.

Gráfico 5. Microempresas según reducción de ingresos

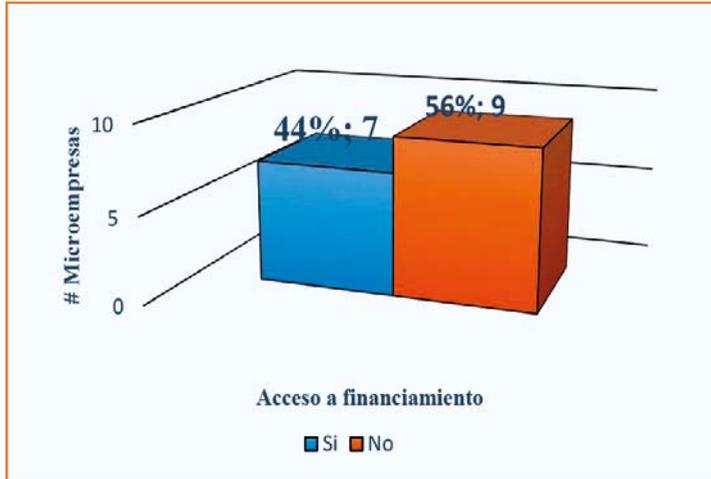


Fuente: Elaboración propia.

El gráfico N.º 5 demuestra que, en reducción de ingreso, de 16 microempresas (100%), 2 tuvieron reducción de ingresos entre 61% y 80%, siguen 9 microempresas con una

reducción de ingresos entre 41% y 60%, luego 2 con reducción entre 21 y 40%, y tres con reducción de ingresos entre 0% y 20%.

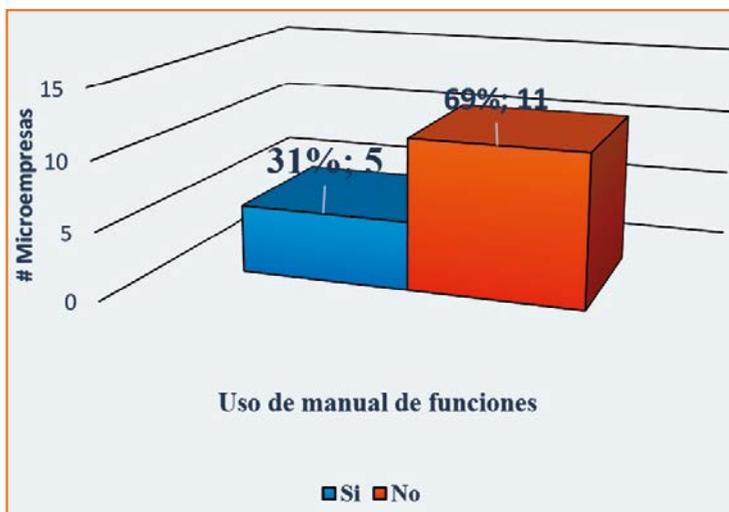
Gráfico 6. Microempresas según acceso a financiamiento



Fuente: Elaboración propia.

El gráfico N.º 6 indica que de 16 microempresas (100%), 9 (56%) no accedieron a financiamiento económico y 7 (44%) sí accedieron.

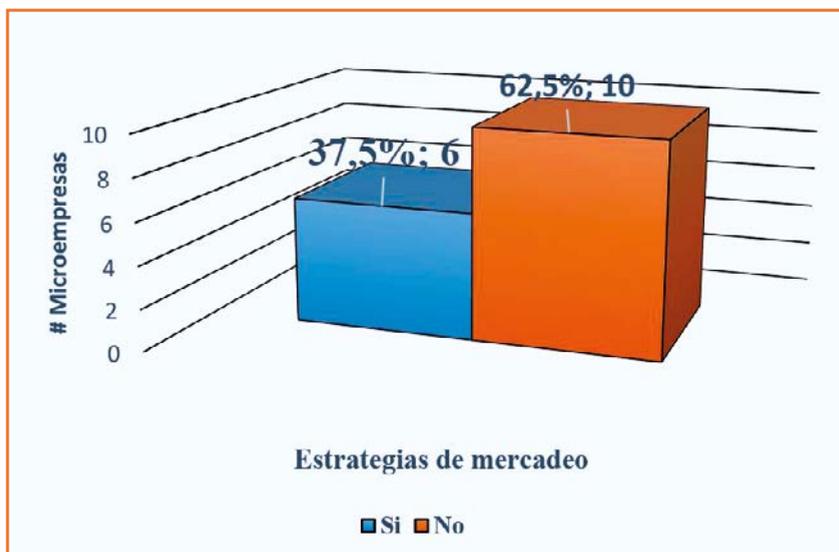
Gráfico 7. Microempresas según uso de manual de funciones



Fuente: Elaboración propia.

El gráfico N.º 7 muestra que, de 16 microempresas, 11 (69%) no usan manual de funciones y 5 (31%) sí lo utilizan, lo cual puede ser negativo en la organización, ya que este permite describir las actividades de las empresas y la distribución de responsabilidades para el logro de los objetivos.

Gráfico 8. Microempresas según estrategias de mercadeo



Fuente: Elaboración. propia.

El gráfico N.º 8 señala que de 16 microempresas (100%), 6 (37,5%) sí utilizan estrategias de mercadeo y 10 (62,5%) no las utilizan, lo cual es negativo para este tipo de negocios, ya que, al no aplicar las estrategias de mercadeo, las ventas pueden caer y los clientes buscar mejores alternativas.

Conclusiones

En aspectos organizacionales son escasas las microempresas que utilizan manuales de funciones y en estrategias de mercadeo es muy significativo comercialmente el no uso de prácticas de mercadeo. Esto señala que se requiere una visión real de la problemática que enfrentan las microempresas, lo que lleva a concientizar la necesidad de plantear estrategias para su fortalecimiento, organizacional y comercial con innovación, y definir características distintivas para crear ventajas competitivas y posicionarse en el mercado.

Referencias

- Álvarez Gallego, J. (2017) Banca de las oportunidades. La inclusión financiera de las mipymes en Colombia. *Revista Coyuntura Pyme/Anif*.
- Ángel Duarte, D. A., Vega Flecha, R. A., Forero Roperero, S. M. (2019). *Análisis de la industria manufacturera de la ciudad de Tunja, basado en la metodología de emprendimiento* (BUNT).
- Araújo, D. (2008). Ministerio de Industria y Comercio. Banco Iberoamericano de Desarrollo.
- Benito Hernández, S. y Platero Jaime, M. (2012). Las microempresas en tiempos de crisis: análisis de la formación, la experiencia y la innovación. *Revesco* N.º 108. Segundo Cuatrimestre. www.ucm.es/info/revesco
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2009). Manual de la micro, pequeña y mediana empresa. División de Comercio Internacional e Integración de la Comisión LATAM.
- Chanamé, Orbe. (2008). *Comentarios a la Constitución*. Juristas Editores.
- Castillo Monroy, M. L y Forero Roperero, S. M. (2016). Universidad de Boyacá.
- Federación Nacional de Comerciantes. (Fenalco. 2021). Re-Evolución Micro. Antigüedad de las microempresas. En: Re-Evolución Micro | Fenalco Presidencia Nacional.
- Flores Mamani, A. E. (2015). Evaluación de los estados financieros para otorgar créditos a pequeñas y microempresas en Financiera Edyficar y cómo trasciende el sistema financiero en los clientes, Juliaca-2013” (Contador público). Universidad Nacional del Altiplano. En http://tesis.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/2224/Flores_Mamani_Alfredo_Edy.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gartner, W. (1989). Who is an entrepreneur? Is a question worth asking? *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 47-67. En https://books.google.de/books?hl=en&lr=&id=x-De6ilkLCggC&oi=fnd&pg=PA178&dq=entrepreneur+personality+traits&OTS=T8E_yVXtal&sig=YPq1hS7hg1NAKtjgualEaJDgrsl.
- Min Comercio; Min TIC, Min Cultura. (2020) Estrategia economía para la gente en: <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/gobierno-lanza-estrategia-economia-para-la-gente>
- Muñiz Jaime, L. P., Franco-Yoza, J. A., Delgado-Gutiérrez, Z. M., Lucio-Pillasagua, A. del J., Tumbaco-Tumbaco, C. R. (2019) Estrategias de competitividad para el forta-

lecimiento de las microempresas del cantón Jipijapa Pol. Con. Edición 30) Vol. 4, N.º 2, 114-127 DOI: 10.23857/pc.v4i2.898.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2019). Las mipymes en América Latina y el mundo. <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/65ec5d34es/index.html?itemId=/content/component/65ec5d34-es>

Pérez, S. (2010). *El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural*. Agronomía colombiana <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180320698018>

Secretaría del Senado. (2021). Modificación Ley 905 de 2004 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones. http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0905_2004.html

Sumba Bustamante, R. Y., y Santistevan Villacreses, K. L. (2018). Las microempresas y la necesidad de fortalecimiento: reflexiones de la zona sur de Manabí, Ecuador. *Universidad y Sociedad*, 10(5), 323-326. <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>

Tello Cabello, S. Y. (2014). Importancia de las micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país. *Revista de la Facultad de Derecho y Ciencia Política/LEX* N.º 14–AÑO XII–2014–II / ISSN 2313-1861.

Zevallos Vallejos, E. (2003). Micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina. Fundación para el Desarrollo Sostenible (FUNDES). *Revista de la CEPAL* 79.

Anexos

ANEXO N° 1

ENCUESTA DIAGNÓSTICA DE LA MICROEMPRESA

Cordial saludo, somos un grupo de docentes y estudiantes de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia –UNAD- estamos trabajando en un proyecto de investigación llamado “Alternativas de fortalecimiento comercial y organizacional para microempresas del Corregimiento de la Florida en el Municipio de Pereira en época de pandemia por COVID-19”. El cual tiene la finalidad de proponer alternativas de fortalecimiento en la dinámica organizacional y comercial a microempresas ubicadas en el Corregimiento de La Florida en el Municipio de Pereira frente a los desafíos ocasionados por la pandemia del COVID-19.

El objetivo de la encuesta es identificar las variables que han afectado a las microempresas en el aspecto organizacional y comercial a causa de la pandemia y proponer alternativas para su fortalecimiento

De antemano agradecemos su participación y colaboración para este proyecto

DATOS DE CLASIFICACIÓN

Actividad económica de la microempresa: ¿Indique Cual? _____

1.2 Tiempo de funcionamiento: De Menos de 1 año____ De 1 a 3 años____ De 3 en adelante____

Tipo de local: Propio____ Arrendado____

Cuántas personas trabajan en la microempresa:

Entre 1 a 3 ____ Entre 4 a 7____ Entre 8 a 10____

1.5 Quién atiende el negocio: Propietario ____ Administrador____

1.6 Edad: 18 a 24 años ____ 25 a 54 ____ 55 a 64 ____ 65 en adelante ____

1.7 Sexo: Hombre ____ Mujer ____

1.8 Nivel Educativo alcanzado:

Básica Primaria ____ Básica Secundaria ____ Media ____

- 2.2.4 Existe un responsable directo para cada área
 2.2.5 Se encuentra capacitado cada responsable de área
 2.2.6 Se cuenta con el personal suficiente para atender las operaciones
 2.2.7 Tiene organigrama de la microempresa
 2.2.8 Posee manual de funciones
 2.2.9 Los empleados reciben capacitación al ingresar o posterior
 2.2.10 Existen incentivos dentro de la microempresa
 2.2.11 Cada empleado tiene sus funciones claramente definidas

2.3 ASPECTO CONTABLE Y FINANCIERO

- 2.3.1 Se dispone de personal encargado de la parte contable
 2.3.2 Se llevan libros de contabilidad
 2.3.3 Tiene definido los estados financieros básicos de la microempresa
 2.3.4 Tiene claro el concepto del costo de capital
 2.3.5 Tiene claro los ingresos mensuales
 2.3.6 Ha determinado la rentabilidad neta del negocio

Si	No

2.4 FUENTES DE FINANCIACIÓN

- 2.4.1 Los aportes iniciales de la microempresa son propios
 2.4.2 Ha accedido a fuentes de financiación externas
 2.4.3 Tiene planeado recibir algún inversionista o socio

Si	No

2.5 ASPECTOS LEGALES

- 2.5.1 Tiene certificado de la Cámara de Comercio
 2.5.2 Tiene RUT
 2.5.3 Los empleados tienen seguridad social

Si	No

2.6 ASOCIATIVIDAD

- 2.6.1 Pertenece a alguna agremiación o asociación
 2.6.2 Le gustaría vincularse a algún tipo de agremiación

Si	No

2.7 ENTORNO

- 2.7.1 Los aspectos de infraestructura afectan a la microempresa
 2.7.2 Los aspectos de orden público afectan a la microempresa
 2.7.3 Las vías de acceso afectan a la microempresa
 2.7.4 La localización del corregimiento afecta a la microempresa

Si	No

2.8 IMPACTO DEL COVID-19

2.8.1 Ha disminuido el personal

2.8.2 Ha recibido ayuda del gobierno

2.8.3 Ha necesitado acudir a fuente de financiamiento

2.8.4 Los gastos por elementos de bioseguridad se han incrementado

Si	No

2.8.5 Los ingresos se han visto afectados en qué porcentaje:

De 0 a 20% _____ 21 a 40 % _____ 41 a 60% _____ 61 a 80% _____ 81 a 100% _____

DATOS DEL ENCUESTADO:

Nombre de la Microempresa: _____

Registro de identificación Tributaria (NIT) No. _____

Nombre del encuestado: _____

Dirección del negocio: _____

Teléfono: _____

Correo electrónico: _____

DATOS DEL ENCUESTADOR:

Nombre del encuestador: _____

Fecha: _____ Hora: _____

Lugar: _____

OBSERVACIONES:

Anexo N° 2

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios – ECACEN-

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo _____ identificada(o) con C.C N° _____ expedida en la ciudad de _____ declaro a través de éste documento que he sido invitada (o) a participar en una investigación, cuyo Título es “Alternativas de fortalecimiento comercial y organizacional para microempresas del Corregimiento de la Florida en el Municipio de Pereira en época de pandemia por COVID-19”

La información será recogida a través de la aplicación de una encuesta; teniendo en cuenta que su diligenciamiento se realizará en el domicilio de la microempresa y tendrá una duración aproximada de 45 minutos.

La información obtenida será confidencial, mi nombre no aparecerá en la investigación, seré identificada con un código o número consecutivo, y se respetará las respuestas a las preguntas que me realicen.

Me han explicado que el proyecto solo tiene fines investigativos y que busca en un futuro fortalecer las estrategias comerciales y organizacionales de la microempresa. Por la participación no recibiré ningún beneficio económico pero podré tener acceso a la información que derive del proyecto.

Durante el tiempo en que participe del proyecto, tengo libertad de negarme a contestar alguna pregunta que me cause incomodidad o puedo retirarme del estudio. Cuando no entienda una pregunta, tengo la posibilidad de solicitar aclaración y despejar dudas si surgen y de recibir orientación.

Por lo anterior, de forma voluntaria acepto participar en el proyecto y responder la información que soliciten.

En caso de que se requiera aclarar dudas relacionadas con este proyecto usted puede comunicarse con Azucena García Cruz (3142526456) Docente Universidad Nacional Abierta y a Distancia.

FIRMA ENCUESTADOR
Cédula: Cédula:
Fecha:

FIRMA ENCUESTADO