

**LA ACTITUD DE LOS PROPIETARIOS DE LOS GRANEROS UBICADOS AL  
INTERIOR DE LA PLAZA DE MERCADO DE SANTANDER DE QUILICHAO  
RESPECTO AL USO DE LA CONTABILIDAD**

**KATHERINE MARTÍNEZ LEÓN  
EVELIN MONARD GARCIA**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION  
CONTADURÍA PÚBLICA  
SEDE REGIONAL NORTE DEL CAUCA  
SANTANDER DE QUILICHAO**

**2013**

**LA ACTITUD DE LOS PROPIETARIOS DE LOS GRANEROS UBICADOS AL  
INTERIOR DE LA PLAZA DE MERCADO DE SANTANDER DE QUILICHAO  
RESPECTO AL USO DE LA CONTABILIDAD**

**KATHERINE MARTÍNEZ LEÓN  
EVELIN MONARD GARCIA**

Trabajo de Grado presentado para  
Optar el Título de Contador Público

**Tutor:  
JHONNY GRAJALES QUINTERO**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION  
CONTADURÍA PÚBLICA  
SEDE REGIONAL NORTE DEL CAUCA  
SANTANDER DE QUILICHAO**

**2013**

## **NOTA DE ACEPTACIÓN**

Aprobado por el comité de grado en cumplimiento de los requisitos exigidos para la universidad del valle, para optar por el título de Contador Público.

JHONNY GRAJALES QUINTERO

Tutor

MAXIMO GENTIL GOMEZ FERNANDEZ

Jurado Evaluador

RAÚL RODRIGUEZ RICCI

Jurado Evaluador

RUTH LOPEZ JARAMILLO

Coordinadora del Programa Contaduría  
Pública Universidad del Valle Sede  
Norte del Cauca.

Dr. ADOLFO ADRIAN ALVAREZ RODRIGUEZ

Director (E) Universidad del Valle

Sede Norte del Cauca.

Santander de Quilichao, 23 de noviembre de 2012

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres Ilse Garcia y Alfonso Sandoval por ser parte esencial de mi vida y quienes fueron pilares fundamentales en mi formación y educación como persona, a mis hermanos por su ejemplo, amor y apoyo incondicional.

De igual forma esta dedicatoria está dirigida al señor Jaime Pava quien con su constancia y apoyo me motivo a terminar esta labor importante en mi vida, gracias por su colaboración y la ayuda incondicional.

*Evelin Monar Garcia.*

Esta dedicación es para mi madre Eucaris León y mi padre Victor Manuel Martinez por que han sido parte fundamental en la realización de este proyecto, quienes siempre han estado a mi lado motivandome y guandome para ser una persona de bien, igualmente para mis hermanos por estar conmigo y apoyarme.

Tambien le dedico este trabajo a Alexander Chavez quien es el amor de mi vida y quien me ha acompañado en este proceso en todo momento, gracias amor por ser mi soporte y compañía siempre.

*Katherine Martinez León*

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios por darnos la oportunidad de vivir y estar a nuestro lado, para hacer de nosotras personas capaces de superar los obstáculos que se nos presentaron, en todo el periodo de estudio y por habernos permitido llegar al final de nuestra carrera.

Nuestro más sincero agradecimiento a todos los profesores que con su esmero y orientación han contribuido significativamente en nuestra formación académica y profesional, especialmente nuestro querido tutor Jonny Grajales, quienes además de dirigir este trabajo de grado con suma dedicación e interés nos ha ofrecido su apoyo incondicional y su amistad.

Gracias también a la universidad por permitir nuestra formación como profesionales, a nuestros compañeros por apoyarnos y permitirnos entrar en sus vidas para crear una bonita amistad.

A todos muchas gracias.....

## RESUMEN

Esta monografía pretende resaltar las pequeñas empresas que tienen como objeto social el abastecimiento de granos, abarrotos y artículos de aseo, comúnmente denominados “graneros” ubicados dentro de la plaza de mercado del Municipio de Santander de Quilichao, e indagar la actitud que estos comerciantes posee acerca del uso de la contabilidad.

Después de obtener cierta información histórica sobre el surgimiento de la plaza de mercado y por ende de los graneros que aquí se encuentran establecidos, se pasa a conocer sobre la funcionalidad de sus pautas administrativas empíricas, y como estas le han arrojado resultados positivos, logrando que estos graneros se sostengan en el mercado.

El resultado de este estudio exploratorio, se da por medio de una encuesta aplicada a algunos comerciantes, dueños de los graneros, en donde se puede decir que hay una tendencia generalizada de rechazo y predisposición hacia el uso de la contabilidad en sus negocios, esto se pudo apreciar debido a que ellos justifican su actitud considerando la contabilidad como una obligación, e indispensable solo para empresas grandes, de igual forma niegan toda posibilidad de ser beneficiados al utilizarla en sus graneros.

Se considera que si en el proceso administrativo de estos graneros, se conociera la información de forma clara, concisa y fidedigna, estarían en capacidad de identificar posibles fallas para superarlas y así diseñar nuevas estrategias que tengan de trasfondo el crecimiento de sus ventas, y por ende su permanencia en el mercado.

**Palabras claves:** Actitud, contabilidad, plaza de mercado, comerciante, historia.

## TABLA DE CONTENIDO

|   | <b>Página</b> |
|---|---------------|
| 0. INTRODUCCIÓN.....  | 5             |
| <b>1. ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....                      | <b>7</b>      |
| 1.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....                                   | 7             |
| 1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....                        | 8             |
| 1.2.1 Formulación del problema.....   | 9             |
| 1.2.2 Sistematización del problema .....                                    | 10            |
| 1.3 OBJETIVOS.....  | 10            |
| 1.3.1 Objetivo general.....   | 10            |
| 1.3.2 Objetivos específicos.....  | 10            |
| 1.4 JUSTIFICACIÓN.....  | 11            |
| 1.5 MARCO DE REFERENCIA.....  | 12            |
| 1.5.1 Marco Teórico.....  | 12            |
| 1.5.1.1 La Actitud.....   | 13            |
| 1.5.1.1.1 Medición de las actitudes.....                                    | 16            |
| 1.5.1.1.2 Teoría de la disonancia cognitiva.....                            | 17            |
| 1.5.1.1.3 Teoría de la auto observación.....                                | 18            |
| 1.5.1.1.4 Las expresiones faciales y su influencia sobre las actitudes..... | 18            |
| 1.5.1.2 La Empresa.....   | 19            |
| 1.5.1.3 Contabilidad.....   | 22            |
| 1.5.1.4 Plaza de Mercado.....   | 24            |
| 1.5.1.5 Comerciante.....  | 28            |
| 1.5.1.5.1 Deberes de los comerciantes.....                                  | 28            |
| 1.5.1.5.2 Requisitos legales de los comerciantes.....                       | 29            |
| 1.5.2 Marco Contextual.....   | 29            |
| 1.6 ASPECTOS METODOLÓGICOS.....   | 33            |
| 1.6.1 Tipo de estudio.....  | 33            |
| 1.6.2 Método de investigación.....  | 33            |
| 1.6.3 Fuentes de información.....   | 34            |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>2. HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LOS GRANEROS UBICADOS EN EL INTERIOR DE LA PLAZA DE MERCADO DE SANTANDER DEQUILICHAO.....</b>             | <b>35</b> |
| 2.1 HISTORIA DE LA PLAZA DE MERCADO DE SANTANDER DE QUILICHAO.....  | 35        |
| 2.2 HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LOS GRANEROS.....   | 46        |
| <br>  |           |
| <b>3. DESCRIPCIÓN LOS PROCESOS UTILIZADOS PARA EL MANEJO DIARIO EN LOS GRANEROS UBICADOS EN EL INTERIOR DE LA PLAZA DE MERCADO DE SANTANDER DE QUILICHAO.....</b> | <b>51</b> |
| 3.1 MANEJO DE INVENTARIO.....   | 52        |
| 3.1.1 Control de Inventarios .....  | 53        |
| 3.2 COMPRAS.....  | 54        |
| 3.3 RELACIÓN CON LOS PROVEEDORES.....   | 56        |
| 3.4 MANEJO DE CUENTAS POR PAGAR.....  | 57        |
| 3.5 CÁLCULO Y CONTROL DE INGRESO POR VENTAS.....  | 58        |
| 3.6 LIQUIDACIÓN PRECIO DE VENTA Y MARGEN DE UTILIDAD.....   | 60        |
| 3.7 CONTROL DE CUENTAS POR COBRAR.....  | 62        |
| 3.8 DINAMICA FAMILIAR.....  | 63        |
| <br>  |           |
| <b>4. INDAGAR LA OPINION DE LOS PROPIETARIOS DE LOS GRANEROS CON RESPECTO AL USO DE LA CONTABILIDAD.....</b>  | <b>65</b> |
| 4.1 METODO DE MEDICIÓN DE ACTITUDES E INVESTIGACIÓN POR ESTUDIO O ENCUESTA.....   | 65        |
| 4.2 DIRECCION DE LA ACTITUD.....  | 67        |
| 4.2.1 Actitud Justificada.....  | 68        |
| 4.2.2 Disonancia Cognitiva.....   | 69        |
| 5. CONCLUSIONES.....  | 71        |
| 6. BIBLIOGRAFIA.....  | 75        |
| 7. ANEXOS.....  | 77        |



## 0. INTRODUCCIÓN.

El siguiente trabajo tiene como objetivo fundamental conocer la actitud de los propietarios de los graneros ubicados al interior de la plaza de mercado del municipio de Santander de Quilichao respecto al uso de la contabilidad.

Este trabajo representa una propuesta innovadora dentro del contexto socioeconómico del municipio, ya que permitirá tener un acercamiento al pensamiento y métodos de administración de estos negocios, que se han caracterizado por tener un manejo empírico basado en la observación subjetiva del comportamiento del mercado. Paralelamente se hará con la intención de sentar un precedente en este ámbito, que permita abordar futuras investigaciones en pro del mejoramiento de este sector, el cual representa un porcentaje notable de la economía municipal.

La metodología que aplicaremos nos conllevará a una interacción continua con los actores de las pequeñas empresas objeto de estudio; donde la observación y el análisis serán algunas herramientas por medio de las cuales se adquirirá la información necesaria para determinar patrones de comportamiento contable comunes.

En la primera parte de este trabajo se encuentran los aspectos generales de esta investigación, el cual presenta un relato de las principales características de los elementos, en cuya base se sustenta el desarrollo de los siguientes capítulos y donde se sugiere ser el referente para nuevas proyecciones.

El segundo capítulo denominado *“Historia y evolución de la actividad económica de los graneros ubicados al interior de la plaza de mercado de Santander de Quilichao”*, realiza un recuento histórico de Santander de Quilichao y más específicamente de la plaza de mercado, en donde su edificio de gran contenido

arquitectónico y la forma como se establecen para lograr el desarrollo de gran parte de la economía de esta región, resaltan el sentido emprendedor de sus habitantes.

En la tercera parte de este trabajo se describen los procesos utilizados para el manejo diario en los graneros ubicados al interior de la plaza de mercado, el cual deja entrever todos los métodos manuales realizados por estos comerciantes, y en donde la intención final es descubrir si en algunos de estos procesos se utilizaban conocimientos contables.

En el cuarto capítulo se indaga acerca de la opinión de los propietarios de los graneros con respecto al uso de la contabilidad, presenta la intervención de algunos de los propietarios de los graneros por medio de una encuesta, realizada con el ánimo de averiguar qué actitud poseen estos propietarios con respecto a implementar la contabilidad en sus negocios.

## **1. ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

Esta investigación estará catalogada como un estudio exploratorio ya que luego de haber revisado cuidadosamente en revistas, libros, periódicos, artículos, etc., no encontramos constancia alguna que registre antecedentes de la actitud con respecto al uso de la contabilidad en las pequeñas empresas más específicamente los graneros ubicados dentro de la Plaza de Mercado en el Municipio de Santander de Quilichao, Cauca.

Posiblemente no se ha hablado del tema por no aceptar que estas pequeñas empresas representan una importante cifra de ingreso en el sector económico regional, o tal vez porque es demasiado irrelevante la opinión y la actitud de los propietarios de los graneros frente a la implementación de la contabilidad en estos negocios por parte de las personas que actúan en este tipo de mercados, a quienes solo les importa recopilar y exponer datos cuantitativos, donde dejan de lado la esencia, esa que tiene de trasfondo el fomento de la toma de decisiones adecuadas que con el tiempo permitan el crecimiento de estas empresas y por ende de la región.

Siendo una característica más de esta situación el hecho de que la gran mayoría de los propietarios de los graneros son personas de estrato socioeconómico bajo, razón por la cual no gozan de un alto nivel de capacitación e influencia.

## 1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Con el trascender del tiempo el sector comercial ha tenido un crecimiento notable y relevante dentro del municipio de Santander de Quilichao, siendo destacable el gran auge e impacto que han obtenido las pequeñas empresas que tienen como objeto social el abastecimiento de granos, abarrotes y artículos de aseo, los comúnmente denominados “graneros”, ubicados dentro de la plaza de mercado del municipio de Santander de Quilichao, acogiendo gran cantidad de habitantes de esta región.

Dichos graneros se destacan por ofrecer créditos a sus clientes, de hasta un mes de plazo, permitiendo que, de una u otra manera, los consumidores se conviertan en clientes fijos, lo que le brinda a estos negocios ingresos permanentes. Además los precios de venta se manejan con el mismo rango de precios del resto del mercado, pues de no ser así quedarían por fuera de éste a nivel competitivo.

Este tipo de empresas son conformados básicamente por miembros de una misma familia, donde diariamente controlan desde su registradora electrónica o desde su bolsillo, cada bulto y cada peso que compran o venden<sup>1</sup>. Razón por la cual se puede decir que se da un manejo artesanal a cada una de las actividades comerciales propias de estas empresas, convirtiéndose esta situación en un obstáculo para la implementación y aplicación de técnicas soportadas en herramientas que les permitan aumentar representativamente sus ingresos, y fortalecer su capital de trabajo, facilitando la penetración y el posicionamiento en el mercado.

---

<sup>1</sup> CADENA DURÁN, Olga Lucia. Tiendas y Galerías. En: De las galerías y sus alrededores, pág.3

Es aquí donde nos surge el interrogante respecto a la funcionalidad de sus pautas administrativas empíricas, y como éstas le han arrojado resultados positivos, a tal punto que con el transcurrir del tiempo y la aparición de nuevos competidores que hacen uso de la tecnología de punta en cada una de sus áreas (información y servicios), se han sostenido en el mercado. Sumándose a esto los llamados vendedores informales o intermediarios, que comercializan ciertos productos de los que se encuentran en los graneros, convirtiéndose en una distracción para que los posibles compradores no se acerquen directamente a los negocios, afectando de alguna manera el nivel de ingresos.

Además, como disponen de los ingresos propios del negocio, para la satisfacción de sus necesidades básicas (alimentación, vivienda, vestido, educación, salud, etc.), sin que vaya en detrimento la actividad económica. Tomando como referente que algunos de estos graneros se caracterizan por tener una dinámica económica de unidad familiar, donde los integrantes de la familia tienen fácil acceso al dinero. Motivo por el cual se realizó un estudio donde se indaga la actitud de los propietarios de estas pequeñas empresas acerca del uso de la contabilidad en cada una de estas situaciones.

Se intenta ahondar en su cotidianidad para conocer la dinámica que tienen en la optimización del recurso para cancelarles a sus proveedores y mantener clientes activos.

### **1.2.1 Formulación del problema**

¿Cuál es la actitud de los propietarios de los graneros ubicados al interior de la plaza de mercado de Santander de Quilichao respecto al uso de la contabilidad?

## **1.2.2 Sistematización del problema**

¿Qué factores influyen en la historia y evolución de la actividad económica de los graneros?

¿Qué procedimientos se realizan en los graneros para su funcionamiento diario?

¿Cuál es la opinión que tienen los propietarios de los graneros acerca del uso de la contabilidad?

## **1.3. OBJETIVOS**

### **1.3.1 Objetivo General**

Conocer la actitud que poseen los propietarios de los graneros ubicados dentro de la plaza de mercado de Santander de Quilichao respecto al uso de la contabilidad.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Averiguar la historia y evolución de la actividad económica de los graneros ubicados al interior de la plaza de mercado de Santander de Quilichao.
- Describir los procesos utilizados para el manejo diario de los graneros ubicados al interior de la plaza de mercado de Santander de Quilichao.

- Indagar la opinión de los propietarios de los graneros frente al uso de la contabilidad.

#### **1.4. JUSTIFICACIÓN**

Teniendo en cuenta las exigencias de la economía en nuestro país y el auge de la tecnología de punta en los diferentes campos, se ve la necesidad de indagar acerca de las herramientas utilizadas para el manejo de las pequeñas empresas, puesto que algunos propietarios y/o administradores tienen una tendencia a implementar métodos que en pleno siglo XXI resultan ser artesanales y netamente empíricos, sumándose a esto la convivencia con prácticas que hacen que la organización se sumerja en un estado de subsistencia diaria, donde no hay cabida para la proyección en el mercado futuro.

Razón por la cual se realizó un estudio exploratorio acerca de la actitud respecto al uso de la contabilidad, ya que existe poca información publicada sobre este tema, además es un tema relevante para los estudiantes y futuros profesionales en la rama de la contaduría pública. Esta investigación demandó la aplicación de conocimientos adquiridos en el transcurso de la formación académica, y de una u otra forma los discernimientos propios logrados en el ejercicio de nuestras funciones laborales, sin dejar de lado que con el progreso de la investigación se documentó y/o asesoró con un mayor nivel de exigencia de acuerdo a las necesidades de la misma.

Por otra parte se considera satisfactoria la oportunidad de haber interactuado con el conglomerado de los comerciantes de la plaza de mercado, en donde no solo se trataron temas netamente contables, sino que surgieron aspectos humanos que permitieron identificar factores determinantes para nuestro trabajo.

Además con este trabajo se pretende aportar en gran medida a que los comerciantes vislumbren y construyan escenarios económicos para sus negocios cada vez más íntegros, estables y beneficiosos para ellos.

La universidad del Valle se verá beneficiada con este estudio, porque se realizó bajo las exigencias y direccionamiento de ella como claustro educativo de alta calidad. Además existe la posibilidad de que la Universidad influya directa o indirectamente en estas unidades de negocios desarrollando programas de formación para cada una de las áreas (inventario, negociaciones, mercadeo, etc.) en los cuales se vean involucrados sus estudiantes, generando esto a su vez recordación y permanencia de la institución en la mente de los comerciantes.

El Municipio Santander de Quilichao se favorecerá básicamente porque algunos temas a desarrollar tienen relación directa con la plaza de mercado, siendo esta una entidad de carácter público municipal, de alta notabilidad en el sector económico.

Por todo lo anteriormente expuesto se considera que el tema desarrollado será un eslabón más en la cadena del fortalecimiento económico de la región.

## **1.5. MARCO DE REFERENCIA**

### **1.5.1 Marco Teórico**

Para la realización de esta investigación se tomó como referente teórico lo concerniente a la definición de actitud, empresa, contabilidad, plaza de mercado y comerciante, ya que al lograr esclarecer estos términos, facilita la



aplicación de estos en el desarrollo de este trabajo. Teniendo en cuenta que el objeto de estudio es la actitud, empezamos definiéndola.

**1.5.1.1 La Actitud.** “Se debe tener presente que las actitudes representan nuestro comportamiento social, dicho proceso de socialización esta mediado por el aprendizaje que obtenemos dentro del núcleo en el que somos formados socialmente.”<sup>2</sup>

Es decir que el comportamiento o conducta que presenta una persona esta determinado estrechamente por sus actitudes, este a su vez esta ligado con la Interacción e interiorización que ha realizado el sujeto teniendo como referente a terceros que conforman su grupo social.

A continuación se da conocer el significado de actitud siendo esta el eje central de la investigación.

Para Whittaker, la actitud simboliza la propensión a dar respuestas establecidas a los estímulos significativos, de igual forma “David DG Myers, considera que la actitud es una reacción negativa o positiva hacia un objeto o sujeto siendo manifiesto a través de las creencias, sentimientos o la conducta deliberada.”<sup>3</sup>

Lo anterior sugiere que los sentimientos que presenta una persona reflejan sus actitudes, siendo estas respuestas aprendidas, generando por ende un comportamiento que se vera determinado por estas.

Es preciso señalar que las actitudes son una manera eficaz para valorar el contexto social; haciendo intervención en tres dimensiones:

---

<sup>2</sup> WHITTAKER, James O. Psicología. Editorial interamericana S.A de C.V. Mexico.1971. Pág. 575.

<sup>3</sup> MYERS, David. Psicología social. Editorial Mc Graw-Hill Interamericana S.A. Bogotá.2000. pág.150

El ABC de las actitudes:

- 1) Afecto (sentimientos)
- 2) Comportamiento (intuición)
- 3) Cognición (pensamiento)

En el momento de reconocimiento de las actitudes es necesario tener presente que no todas corresponden a predisposiciones y que pueden estar sujetos a momentos internos que operan de manera motivacional.<sup>4</sup>

Es decir que se debe tener en cuenta la influencia de los estados internos en la representación de las actitudes como lo son las emociones o necesidades fisiológicas, las cuales deben de diferenciarse de los hábitos o tendencias, por lo tanto no son otra cosa que predisposiciones.

Características de las actitudes.

- Las actitudes son aprendidas, dándose fácilmente el proceso de diferenciación de lo que es de orden fisiológico, esto se ve claramente ejemplarizado en el sueño, el cual es un motivo fisiológico no aprendido, mientras que la preferencia de la hora y lugar de dormir se establece como la actitud.
- Las actitudes son congruentemente constantes; las actitudes no varían por situaciones temporales del individuo pero si pueden sufrir modificaciones por la experiencia.
- Las actitudes establecen relación entre sujeto y objeto, los estímulos específicos inidentificables (grupos, problemas e individuos determinados) son el eslabón para la formación de actitudes.

---

<sup>4</sup> WHITTAKER. Op .cit. Pág.575

- Las actitudes pueden comprender un número pequeño o grande de cosas, actitudes hacia una organización específica o actitudes hacia miles de sujetos. Ejemplo actitudes hacia la universidad y actitud hacia los homosexuales.
- Actitudes motivadoras- afectivas; las actitudes tienen propiedades motivadoras como la actitud hacia nuestro equipo favorito de futbol o el Partido político de nuestro agrado.

Newcomb Turney, Converse piensa que al momento de describir las actitudes de forma completa se debe tener en cuenta la dirección de la actitud y el nivel de sentimiento expresado.<sup>5</sup>

Esto implica que lo fuertemente agradable y lo fuertemente desagradable es la línea de comprensión de las actitudes. El primer termino hace referencia a la inclinación de un sujeto a hacia el objeto tomando una determinada actitud, en el segundo se refiere al rechazo o predisposición evitando el objeto.

Nuestro comportamiento está expuesto a influencias externas, lo cual hace que las actitudes expresadas sean imperfectas a la hora de predecir el comportamiento. Por lo que se deben tener en cuenta dos características centrales: la persona y la situación, pues si es cierto se pueden tener actitudes muy fuertes pero en las diversas situaciones se puede actuar contradiciendo dichas actitudes.

Allport manifiesta que a la hora de explicar como se forman las actitudes es preciso clasificar las diferentes situaciones que tienen relación en dicho proceso:

- I. La relación de experiencias vividas en repetidas ocasiones.

---

<sup>5</sup> WHITTAKER. Ibid .cit. Pág.576

- II. Experiencias dramáticas que conforman actitudes traumáticas referentes a la experiencia negativa vivenciada.
- III. Interiorización de actitudes colectivas resultado de la socialización con otros individuos que mantienen la misma actitud<sup>6</sup>

“Las actitudes son rara vez asunto individual; generalmente son tomadas de grupos a los que debemos nuestra mayor simpatía, la psicología social de las actitudes iluminada por la comprensión de los factores psicológicos determinan la susceptibilidad individual a las influencias de grupo”<sup>7</sup>

**1.5.1.1 Medición de las actitudes.** Psicológicamente se utilizan diferentes métodos para el estudio de las actitudes, entre las que se encuentran las escalas de actitudes creadas por Bogardus, Thurstone, Likert y otros.<sup>8</sup>

De igual forma existen las medidas indirectas, en las cuales el sujeto revela sus actitudes sin ser consciente de ello.

Por otro lado se encuentra el aspecto del juicio social, donde se realiza una aproximación de este, brindando elementos importantes al investigador, permitiéndole estipular con claridad la profundidad de aceptación o rechazo sobre cualquier tema.

Y finalmente encontramos la investigación por estudio o encuesta que permite la recolección de diferentes datos por medio de un examen. Se debe tener presente que la exactitud de esta última ha sido cuestionada.

---

<sup>6</sup> WHITTAKER. Ibid .cit. Pág.577

<sup>7</sup> MURPHY, Murphy y NEWCOMB. citados por WHITTAKER Ibid. Pág. 578

<sup>8</sup> BOGARDUS, THURSTONE, LIKERT. citados por WHITTAKER. Ibid. Pág 598

Teoría de la auto representación.<sup>9</sup> La cual se refiere a las actitudes coherentes; estas son expresadas por razones estratégicas, lo cual surge por la necesidad que se tiene de dar una buena impresión hacia los demás, trayendo como resultado una mayor seguridad de nuestra identidad social.

Se debe tener presente que ningún sujeto quiere mostrar una impresión de incongruencia e incoherencia, por lo que se expresan actitudes relacionadas con el comportamiento que se presenta.

Esta teoría afirma que para lograr esa coherencia en ciertas ocasiones se recurre a fingir actitudes no reales, lo cual constituye un estilo de vida ya que constantemente se esta “actuando como camaleones sociales”<sup>10</sup>

De igual forma podemos encontrar sujetos que no brindan tanta atención a la opinión de los otros, siguiendo claramente sus principios y estados internos, mostrándose así más sinceros ya que expresan y actúan tal como se sienten y creen. Se puede decir que un gran porcentaje de las personas se encuentran en el término intermedio.

**1.5.1.1.2 Teoría de la disonancia Cognitiva.** Refiere que un sujeto experimenta disonancia, es decir tensión cuando no hay relación y congruencia entre dos ideologías o declaraciones propias,<sup>11</sup> el cual es el principal exponente de esta teoría; señala que para quitar tal desagrado el sujeto opta por modificar el pensamiento que le produce incongruencia, de manera que si logramos

---

<sup>9</sup> MYERS. Op. Pág. 150

<sup>10</sup> SNYDER. citado por Myers, Ibid. Pág.151

<sup>11</sup> LEON FESTINGER. citado por Myers. Ibid. Pág. 151

inducir a una persona a tomar una actitud nueva por ende su comportamiento se vera modificado.

**1.5.1.1.3 Teoría de la auto observación.** Es la observación directa que realiza la persona de si mismo cuando sus actitudes son deleznable o confusas, sabiendo que al percibirse a si mismo le indica sobre sus actitudes, y que el reconocimiento de las fortalezas de sus creencias es el resultado de observar sus acciones.<sup>12</sup>

**1.5.1.1.4 Las expresiones faciales y su influencia sobre las actitudes.** Teniendo en cuenta los teóricos Wells y Petty los cuales después de haber realizado diferentes investigaciones, afirman que los movimientos que se realizan verticalmente con la cabeza hacia arriba y hacia abajo representan pensamientos positivos, y contrario a ello es el movimiento realizado con la cabeza de forma horizontal.<sup>13</sup>

De igual forma sucede con la flexión de las manos hacia arriba la cual según estos estudiosos predisponen a las personas a sentirse mejor influyendo de esta forma en las emociones.

A través de lo anteriormente descrito se llega a la conclusión que la teoría de la disonancia manifiesta la modificación de actitudes, es decir que si la justificación externa es menor para hacer un acto indeseable, mayor será la responsabilidad sobre el suceso trayendo como consecuencia mayor disonancia, lo que refiere un cambio de actitud.

---

<sup>12</sup> DARYL BEM. citado por Myers. Ibid. Pág.157.

<sup>13</sup> Myers. Ibid. Pág.159

**1.5.1.2 La Empresa.** Según el Código de Comercio en su artículo 25: “Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios.”

Esta organización, institución, o industria se crea con el fin de realizar actividades que conlleven a la obtención de buenos recursos económicos o comerciales, además para satisfacer las necesidades de bienes y/o servicios de los demandantes.

La empresa en un sistema de coordinación central, una unidad de dirección o planificación, grande o pequeña debe tener tres factores para que pueda realizar su actividad: personas, capital y trabajo.

El factor personas representa el talento humano, y está conformado por los propietarios, los administradores y los trabajadores que laboran en la empresa. El capital lo constituyen los aportes que hacen los propietarios de la empresa, y puede estar representado en dinero en efectivo, mercancías, maquinaria, equipos, tecnología, muebles y otros bienes. El trabajo es la actividad que realizan las personas para lograr el objetivo de la empresa, que puede ser la administración, la producción de bienes, la compra y venta de mercancías, o la prestación de un servicio.

Las empresas se clasifican:

Según su actividad económica:

- Del sector primario, es decir, que crea la utilidad de los bienes al obtener los recursos de la naturaleza

Agropecuarias: aquellas que se dedican a actividades de agricultura y ganadería. Por ejemplo; granjas agrícolas, porcinas, haciendas agrícolas y pesqueras.

Mineras: empresas cuyo objetivo primordial es la explotación de los recursos del subsuelo; por ejemplo: empresas petroleras, auríferas, de piedras preciosas u otros minerales.

- Del sector secundario, que centra su actividad productiva al transformar físicamente unos bienes en otros más útiles para su uso. En este grupo se encuentran las empresas industriales, de construcción y otros.

Industriales: aquellas dedicadas a la compra de materias primas para transformarlas, en nuevos productos que más tarde serán vendidos al consumidor final. En este proceso de manufactura intervienen recursos humanos, maquinarias y equipos.

- Del sector terciario (servicios y comercio), con actividades de diversa naturaleza, como comerciales, transporte, turismo, asesoría, etc.

Comerciales: Se dedican a la compra y venta de productos, sin transformar o cambiar las características iniciales del mismo. Por lo general, este grupo de empresas o negocios compra directamente a los productores o mayoristas con el fin de reducir sus costos de operación; por ejemplo: empresas distribuidoras.

Servicios: Su actividad económica es vender servicios o capital profesional, es decir productos intangibles; por ejemplo: centro de enseñanza (colegios, universidades); agencias de viajes, empresas de servicios públicos, equipos profesionales, profesionales independientes.



Según La procedencia del capital:

- Empresas privadas: Son las que para su constitución y funcionamiento necesitan aportes de personas o entidades particulares; ejemplo: centros educativos privados, supermercados de propiedad de una familia.
- Empresas oficiales o públicas: Son las que para su funcionamiento reciben aportes del Estado; ejemplo: hospitales departamentales, instituciones educativas oficiales.
- Empresas de economía mixta: Son las que reciben aportes de los particulares y del Estado; ejemplo: universidades semioficiales.

Según el número de propietarios:

- Personas naturales: también son denominadas empresas de propietario único.
- Empresas unipersonales: son constituidas por una persona natural o jurídica que, al reunir los requisitos legales para ejercer una actividad mercantil o no, destina parte de sus activos para la realización de la misma. A partir de la ley 222 de 1995 estas empresas pueden constituirse como personas jurídicas similares a las sociedades limitadas. Deben registrarse en las cámaras de comercio; la responsabilidad del propietario está limitada al valor de los bienes aportados; el respaldo de la empresa es el aporte del propietario; la razón social debe estar seguida de la expresión empresa unipersonal o de la sigla E. U.
- Sociedad: empresa constituida por dos o más personas llamadas socios; ejemplo: David & Vélez, Cía. Ltda., de propiedad de Jaime David y Julio Vélez<sup>14</sup>.

---

<sup>14</sup> CORAL, Lucy; GUDIÑO, Emma. Contabilidad Universitaria. Sexta Edición, Mc Graw Hill, pág. 3

Según el tamaño:

Las mipyme (micro, pequeñas y medianas empresas) se consideran como una unidad rural o urbana de explotación económica realizada por una persona natural o jurídica en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios.

- Microempresas: Son unidades económicas con no más de 10 trabajadores, y cuyos activos totales son inferiores a los 501 salarios mínimos legales vigentes.
- Pequeñas empresas: Son unidades económicas que tienen entre 11 y 50 trabajadores, y cuyos activos totales deben estar entre 501 y menos de 5.001 salarios mínimos mensuales legales vigentes.
- Medianas empresas: son unidades económicas que tienen entre 51 y 200 trabajadores, y cuyos activos totales se encuentran entre 5.001 y 15.000 salarios mínimos legales vigentes.
- Gran empresa: Es la unidad económica que supera los parámetros anteriores, es decir, tiene más de 200 trabajadores y cuenta con activos totales que superan los 15.000 salarios mínimos legales vigentes.<sup>15</sup>

**1.5.1.3 La Contabilidad.** Es un sistema de información que permite recopilar, clasificar y registrar, de una forma sistemática y estructural, informes que, analizados e interpretados, permitan planear, controlar y tomar decisiones sobre la actividad de la empresa<sup>16</sup>.

Ya se ha establecido que cualquier entidad: almacenes de ropa, fábricas, discotecas, colegios, asilos, instituciones humanitarias, empresas públicas, clubes deportivos, funerarias y personas físicas en general, entre otros, requieren, en mayor o menor medida, contar con un control de los recursos materiales que posee, así como información del estado que guardan los mismos, en una fecha o

---

<sup>15</sup> Ibid., pág. 4.

<sup>16</sup> PLAN UNICO DE CUENTAS. Decreto Reglamentario 2649 de 1993, Artículo 3. Edición 2008.

periodo determinado. La rama del conocimiento humano que proporciona la información y control financiero a las entidades, es la Contabilidad.

Así mismo, se estableció que la Contabilidad es la técnica que, de acuerdo con la Teoría contable –principios, reglas, normas, métodos, procedimientos, etc.-, produce información clara, veraz, oportuna y relevante, a través de estados financieros, la cual es básica para la toma de decisiones.

Debido a que la Contabilidad valúa, captura, clasifica, registra, calcula y extrae las operaciones económicas de las entidades, les proporciona medios para implantar un control que proteja sus recursos y las haga operativamente más eficientes.

Llevar la contabilidad de manera formal implica contar con un sistema de registro y control adecuados al tipo de institución y a sus características propias, proporcionando los medios para poder procesar los datos desde su fase de captura hasta la de su presentación en la información condensada (Estados financieros). Esta labor la realiza el Licenciado en Contaduría que, con base en sus conocimientos y experiencia, decide o desarrolla el tipo de sistema más conveniente o adecuado para las entidades.<sup>17</sup>

“La contabilidad ha sido calificada por algunos como un arte, otros opinan que se trata de una técnica, aunque los estudiosos de la contaduría que desarrollan investigación la consideran una ciencia. Independientemente que se trate de una

---

<sup>17</sup> PAZ ZABALA. Enrique, Introducción a la contaduría Fundamentos. Onceava edición. Pág. 20.

técnica, un arte o una ciencia, la contabilidad constituye un sistema de información integrado a la empresa, cuyas funciones son identificar, medir, clasificar, registrar, interpretar, analizar, evaluar e informar las operaciones de un ente económico, en forma clara completa y fidedigna.”<sup>18</sup>

Además el diccionario económico contable y financiero define la contabilidad como una ciencia social de naturaleza económica que tiene por objeto elaborar información en términos cuantitativos, relativa a la realidad de una empresa, para que los usuarios puedan adoptar sus decisiones. Es la ciencia de la información económica, puesto que suministra básicamente datos sobre el patrimonio de una persona y el resultado (pérdidas o ganancias) habido durante el ejercicio.

**1.5.1.4 Plaza de Mercado.** Para poder abordar correctamente, este concepto, es necesario realizar una investigación, sobre el cambio que ha surgido en el concepto general de plazas de mercado con el transcurrir de los años. Cambio que permitió al mundo de la modernidad, optimizar los espacios de trabajo y propender por mejorar la calidad de vida, tanto para quien ejerce el papel de vendedor, como para quien va en busca del producto.

La primera idea de plaza se puede interpretar, como: El núcleo principal de la vida urbana, en numerosos pueblos y ciudades. Un espacio ancho y espacioso dentro de un poblado, al que suelen concurrir varias calles.

Doscientos años después de la llegada de los conquistadores podemos caracterizar una típica ciudad colonial cuando se conformaba de la plaza mayor, la parroquia, el barrio y los cuarteles.

---

<sup>18</sup> SINISTERRA, Gonzalo V.; POLANCO, Luis Enrique; ENAO, Harvey. Contabilidad, Sistema de Información para las Organizaciones. Cuarta Edición. Mc Graw Hill. Pág. 2.

El elemento básico central de toda ciudad era la plaza mayor, un lugar abierto en donde se tenía el trato común de los vecinos, se constituía en el obligado sitio de reunión cuando algo novedoso despertaba el interés del ambiente reposado y conventual en que vivían y que no tenía otros accidentes ordinarios que la llegada del correo de España cada seis meses, la elección anual del ayuntamiento y la escogencia de los regidores y demás funcionarios municipales.

La plaza es un lugar característico en los pueblos y ciudades, está principalmente constituida, por su particular servicio a cientos de personas. Por su fuerza dentro de la estructura de una ciudad, es razonada como un salón urbano, es el albergue de varias oportunidades que se ven representadas en la vida cotidiana, una historia que divide este espacio urbano en el juego de un niño, la muestra de un artesano, o el paisaje de una comunidad.

Este punto de uso mixto, se volvió tan particular, que dio la oportunidad de convertirse en el lugar, para reunión de comerciantes de distintos productos, conformando de esta manera en la plaza Mayor, acciones de trueque entre productos alimenticios, vestido, muebles, animales, entre otros; conformando de esta manera, los primeros mercados ambulantes como escenario central de los pueblos y ciudades, en donde la gran mayoría de ventas, era fuera de cualquier tipo de estructura fija.

La aparición de sistemas de transporte y de moneda, trajo consigo la transferencia de bienes y el sistema de trueque cambió a una forma de empresa al menudeo. La expansión del comercio creó una clase de vendedores que se dedicaban al intercambio de bienes producidos por otros, con lo cual la importancia de las plazas de mercado en las ciudades, aumentó hasta convertirse en centros de comercio al mayoreo.

La plaza de mercado, en similitud con la plaza mayor, es entendida como el sitio de encuentro entre vecinos, conservando una memoria cultural alimentaria, rica en tradiciones locales y regionales, base para fortalecer la identidad y la pertenencia en una ciudad plural e incluyente. Hoy, se constituyen en espacios populares para intercambiar sabiduría tradicional, fomentar prácticas culturales, incrementar el sentido de pertenencia de comerciantes y vecinos y garantizar la seguridad alimentaria con nutrición a precio justo.

Parte de este valor radica en sus comerciantes, quienes heredaron la función y los conocimientos de sus mayores en temas de interés de la cultura alimentaria en sus procesos de producción, técnicas de preparación y rituales de consumo, prácticas tradicionales que conservan el gusto por el regateo, la “ñapa” o el “encime”.

Mercar en las plazas es comprarle al campesino colombiano, reviviendo y renovando gustos y costumbres gastronómicas, conociendo la utilidad medicinal de plantas y alimentos y acercando a las nuevas generaciones a la sabiduría popular vertida en refranes, modismos, hablas y saberes, transmitidos por los comerciantes de generación en generación.

Los compradores tienen en las plazas de mercado la posibilidad de mercar al menudeo, de encontrarse con vecinos e intercambiar gustos en un espacio propicio para la solidaridad y la inclusión.

Este espacio se convirtió a nivel mundial, en un punto necesario para la reunión de negociantes, por lo que cada ciudad o país, le atribuyó un nombre para referenciarlo. De esta manera hoy en día se le atribuyen más de diez sinónimos, los cuales en cualquier estancia, determinan su misma función; la compra y venta.

Entre los más conocidos se pueden mencionar:

- Plaza de comercio
- Mercado de plaza
- Galería
- Plaza de abastos
- Feria campesina
- Central de abastos
- Mercado libre
- Centro de acopio
- Mercado campesino
- Feria de ventas
- Mercado de calle Mercado nómada

El mercado, siempre ha sido el punto focal de la ciudad, una luz para el intercambio de bienes, en donde todo tipo de clases, emergen para conformar una dinámica peatonal y vehicular de gran alcance; esto ocurre cuando se logra convertir una zona de convivencia externa, en un centro de reunión muy visitado.

Este alcance tan alto en cuanto a popularidad, da al mercado un valor urbano incalculable, ya que se convierte en un lugar de constante actividad y da pie para determinar que el comercio de cualquier distrito, es el factor que origina el constante movimiento económico y da apertura a los nuevos y variados productos.

Se pueden tener todas las ventajas de las plazas de mercado tradicionales, organizando en éstas la circulación de vehículos y sus correspondientes espacios de cargue y descargue de productos y pasajeros, áreas libres y ventiladas para evitar la propagación de malos olores producidos por

almacenamiento de basuras, sitios apropiados para baterías sanitarias, buena distribución de basureros para el uso del público y vendedores, zonas de estar, áreas de comedores, administración adecuada, parqueaderos, áreas demarcadas tanto para campesinos como para vendedores de productos industriales.

Es necesario crear adecuadamente, una plaza de mercado que permita la interacción vendedor-comprador, en donde se mantenga el respeto por el espacio público, creando y haciendo cumplir un reglamento contra la agresión hacia este.

De esta manera, el crecimiento de una plaza de mercado, no estará a la deriva de los mercaderes ni compradores y no tendrá por qué transformarse en un factor generador de problemas externos, al convertirse en un servicio complementario generador de invasión, suciedad, desorden, contaminación visual y auditiva.

Las plazas de mercado y el comercio en general, no solo son espacios para la compraventa, al mismo tiempo son lugares conocidos por cualquier habitante urbano y es el foco financiero y administrativo de cada región.

**1.5.1.5 Comerciantes.** Son las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles. La calidad de comerciante se adquiere aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de apoderado, intermediario o interpuesta persona (artículo 10 código de comercio).

**1.5.1.5.1 Deberes de los comerciantes.** Es obligación de todo comerciante.

- Matricularse en el registro mercantil.
- Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme con las normas legales.



- Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos relacionados con sus negocios o actividades.
- Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios y actividades.
- Denunciar ante el juez competente la cesación en el pago corriente de sus obligaciones mercantiles.
- Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal (artículo 19 cód. de comercio).

**1.5.1.5.2 Requisitos legales del comerciante.** Los comerciantes legalmente establecidos, matriculados en las cámaras de comercio, deben diligenciar y acreditar los siguientes documentos, para tener derecho a desempeñar el comercio de acuerdo con las normas legales establecidas en el municipio.

- Copia del registro mercantil expedido por la cámara de comercio.
- Copia de la matrícula y comercio.
- Patente de sanidad.
- Certificado de ubicación.
- Certificado del cuerpo de bomberos.
- Paz y salvo de sayco y acimpro.<sup>19</sup>

## **1.5.2 Marco Contextual**

Santander de Quilichao ha sufrido profundas transformaciones en su contexto histórico, social, económico e incluso en su configuración espacial y geográfica, desde mediados de siglo XVI, que es cuando comienza muy simultáneamente a entrar en la escena histórica de nuestro país.

---

<sup>19</sup> GUDIÑO CORAL, Op. Pág. 6.

Inicialmente llamado Jamaica de los Quilichao significado del vocablo "QUILICHAO". Sostiene que este procede del Pijao y significa "Tierra de Oro", (AO) Oro y (QUILICH) Tierra.

Del mismo modo hay posiciones divergentes acerca de si Quilichao tuvo o no una fundación en los términos y con los honores, protocolo, actas notariales de una fundación real como se acostumbraba en el siglo XVI.

El 16 de julio de 1755 mediante el acuerdo del 005 de junio 1 de 2006 se institucionaliza el nacimiento civil de Santander de Quilichao. El Municipio de Santander de Quilichao, está ubicado en la República de Colombia, en el sector Norte del Departamento del Cauca, a 97 Km al norte de Popayán y a 45 Km al Sur de Santiago de Cali, Valle del Cauca.

Limitado al Norte con los Municipios de Villarrica y Jamundí, al Occidente con el Municipio de Buenos Aires, al Oriente con los Municipios de Caloto y Jámalo y al Sur con el Municipio de Caldon. Su extensión es de 597 Km<sup>2</sup> su posición geográfica respecto al meridiano de Bogotá es de 3° 0' 38" Latitud Norte y 2° 23' 30" latitud Oeste su altura sobre el nivel del mar es de 1.071 Metros, con una extensión total es de 518 Km<sup>2</sup> y la altitud de la cabecera municipal es de 1071mts sobre el nivel del mar, con una temperatura media de 26° C. Básicamente la economía del municipio de Santander proviene en buena parte del sector primario de vocación agropecuaria donde el café, la caña de azúcar y la yuca entre otros son renglones de gran importancia que generan ingresos a los agricultores. Con los beneficios que trajo la Ley Páez y la instalación de empresas manufactureras, el renglón secundario pasó a ocupar un buen lugar en la economía local y regional, sin desconocer que el sector terciario, el comercio en el casco urbano es fuente generadora de empleo y actividad económica dinámica. Tiene Santander de Quilichao unas características

importantes para el desarrollo activo de los tres sectores de la economía en comparación con otros municipios del Departamento y que podemos mencionar:

- Su ubicación geográfica es favorable al sector cerca al gran centro de producción y consumo como es Cali, al Puerto de Buenaventura, a los puertos secos de Yumbo y Buga y otras ciudades del Departamento.
- Topográficamente hay dos zonas bien definidas: la zona plana, donde se inicia el Valle geográfico del río Cauca y con explotaciones agropecuarias y tecnologías apropiadas. La zona de ladera: topografía ondulada suave, con diferencia de pisos térmicos que hacen que el establecimiento de actividades agropecuarias sean muy variadas.
- La infraestructura vial y de comunicaciones es adecuada y están cerca los centros de gran actividad económica; la red vial a la altura de la panamericana será ampliada a doble calzada; agilizando de esta manera la comunicación.
- En el aspecto social, encontramos las tres etnias que se conjugan y hacen del municipio un lugar de convivencia, gente trabajadora y capacitada que se preocupa por estudiar, encontrándose personal altamente calificado. relevancia económica del Municipio en el sector primario los cultivos más importantes son : la caña de azúcar que ocupa el 47.12 % del área sembrada en cultivos transitorios y permanentes según distribución del uso actual del suelo, en segundo lugar el café con el 23.55% , la piña con el 9.73%, la yuca con el 6.79%, la caña panelera con el 2.78% y el plátano con el 1.87 %.Entre otros cultivos podemos mencionar : maíz, cítricos, fique, mora, lulo, mango, frijol, tomate, arroz y habichuela que participan en menor escala. En el área pecuaria hay cría de ganado bovino doble propósito y de ganado porcino. La zona plana (Valle geográfico del río Cauca), se caracteriza por la explotación a gran escala de la caña de azúcar, de pastos mejorados para el ganado, en la

zona de ladera ocupa un lugar relevante el cultivo del café, la yuca, el plátano y pan coger<sup>20</sup>.

En el llano de Quilichao en el siglo XVII hicieron asentamiento grupos pobres, étnicos, blancos, mestizos, mulatos dedicados al comercio y a las artesanías, el auge de las actividades mineras y agrícolas debió haber traído a tratantes, pulperos y artesanos que procedían de Tolima, Huila y Norte del Valle, tenían bien diferenciados sus oficios los blancos o montañeses eran plateros, artesanos, pequeños propietarios, comerciantes y negociantes, Los mestizos y mulatos se dedicaron a la sastrería, talabartería, carpintería, herrería y otras obras artesanales, además pulperos, peones y jornaleros. En siglo IX estas nuevas fuerzas sociales urbanas de artesanos y comerciantes adquirieron pequeñas propiedades, participaron en la política, accedían a puestos públicos y administrativos en esta localidad, lucharon para que se les reconociera sus derechos y estatus social en igualdad y libertad. En el Siglo XX siguen viviendo del comercio y se forman como pueblo construyendo algunas casas alrededor del parque, en donde se desarrolla la actividad comercial de las diferentes etnias y formaron aquí el intercambio de productos; antigua plaza comercial, debido al crecimiento de la sociedad adinerada se ve la necesidad de crear la Plaza de Mercado por iniciativa ciudadana en 1914 y 1917 en donde se constituye el principal centro de intercambio comercial que se da entre productos agropecuarios, licores, carnes, comestibles, revuelto, granos y otros construido en adobe, teja de barro cocido, de manera irregular con un diseño artesanal, su arquitectura consta de siete puertas grandes y dos patios distribuidos, el primero para víveres y el segundo para carnes, granos y abarrotes, en donde inicialmente fueron creados 70 locales de granos y en la actualidad solo quedan 41 locales.

---

<sup>20</sup> MOLINA GARCIA. Amparo. Santander de Quilichao Historia, Presente y Futuro. Segunda Edición. 2007.

## **1.6 ASPECTOS METODOLÓGICOS**

### **1.6.1 Tipo de estudio**

En esta investigación se aplicará el tipo de estudio exploratorio, ya que existen pocos antecedentes en cuanto a su modelo teórico y a su aplicación práctica, esto debido a que no se han realizado otros estudios sobre el tema. Se intentara hacer una recopilación de tipo teórico debido a la ausencia de un modelo específico referido a la actitud en los dueños de los graneros con respecto al uso de la contabilidad, a través del desarrollo de este estudio se pretende contribuir para estudios posteriores de mayor profundidad.

Teniendo en cuenta que los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes, es decir que sirven para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación mas completa respecto de un contexto particular, investigar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones y postulados <sup>21</sup>.

### **1.6.2 Método de Investigación.**

Para el desarrollo de esta investigación se utilizará el método inductivo el cual permitirá a partir de la experiencia de fenómenos o contextos propios del problema a investigar, obtener conclusiones generales que surgen de premisas particulares, provenientes del muestreo de cuatro graneros, estudiados

---

<sup>21</sup> HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto. Metodología de la Investigación. Mc Graw-Hill, Cuarta Edición. Pág. 100.

mediante técnicas como la observación, las entrevistas, encuestas y de opiniones sobre el quehacer cotidiano de las personas o de grupos pequeños.

### **1.6.3 Fuentes de información**

Para el buen desarrollo de esta investigación aplicaremos como fuentes de apoyo recursos que contienen datos formales, escritos, orales u otros.

Dentro de las fuentes primarias emplearemos testimonios de los propietarios de los graneros y demás personas que están relacionados con el funcionamiento de la plaza de mercado, o evidencia directa sobre el tema de investigación, como por ejemplo la observación en donde recopilaremos datos necesarios a partir de las acciones, comportamientos y situaciones pertinentes que los propietarios de los graneros manifiesten.

También se realizará una encuesta para recolectar información descriptiva que evidencie sus opiniones, comportamientos, creencias y lo más importante la actitud de los dueños de los graneros referente al uso de la contabilidad en sus negocios.

Igualmente se harán diferentes entrevistas para conocer las prácticas realizadas diariamente y algunas opiniones referentes a nuestro interés.

Dentro de las fuentes Secundarias emplearemos libros, artículos de revista, comentarios, enciclopedias, biografías que nos apoyen para la recolección de información necesaria y útil para el desarrollo de la investigación.

## **2. HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LOS GRANEROS UBICADOS EN EL INTERIOR DE LA PLAZA DE MERCADO DE SANTANDER DE QUILICHAO**

### **2.1 HISTORIA DE LA PLAZA DE MERCADO DE SANTANDER DE QUILICHAO**

De acuerdo con los documentos existentes y producto de su propio desarrollo se infiere, que Santander de Quilichao, más que fundada, se constituyó de hecho por los reales de minas y el comercio que ha implicado desde entonces la ubicación estratégica para la plaza de mercado, tornándose como lugar de paso a quienes provienen del resto del país hacia el sur de Colombia y de Suramérica.

A comienzos del siglo XX Santander venía teniendo desde más de un siglo atrás un conato permanente con Caloto ciudad confederada; por la hegemonía o el manejo administrativo socio-económico de toda la región, que hoy se conoce como el Norte del Cauca y que en su época fue una sola unidad activa, no los trece Municipios que son ahora. Había dos centros poblados que sobresalían, uno era Caloto con una tradición histórica muy grande, muy fuerte donde vivían muchos de los dueños de las tierras de ésta región, los otros vivían en Popayán.

El otro es QUILICHAO cómo se llamó anteriormente, este sitio que fue creciendo de una manera espontánea a partir de la legalización de la explotación minera en lo que en la época de la colonia se llamó los “reales de minas (el sitio donde se encontraba una cuadrilla de esclavos era conocido como real de minas y estaba organizado por un jefe o administrador y un capataz, el cual se entendía con el manejo de los esclavos, además era común

encontrar a los Curas Doctrineros quienes organizaban y se entendían con la parte espiritual de los esclavos que se iban reduciendo a una vida más civilizada).”<sup>22</sup> Por lo que la vocación de pastoreo para ganado que se le había dado a estas tierras, cambia radicalmente para pasar a ser de explotación minera. En toda esta zona hubo más de quince reales de minas, naturalmente venía mucha gente a sacar el oro puesto que había un flujo fuerte de esclavos, capataces, administradores cómo también los propietarios de los reales de minas y sus familiares, cómo la familia Arboleda quienes tenían su sitio de habitación en Popayán y Caloto.

Santander se empezó a desarrollar como la zona minera más intensa, logrando así un auge comercial más fuerte y acelerado que Caloto, que a su vez la fue posicionando con el tiempo como el eje comercial y de intercambio de toda la región, privilegio que conserva y que cada vez se consolida más en nuestros días. Esto evidencia la vocación comercial de Santander de Quilichao.

A pesar del asentamiento comercial y minero que dio origen a Santander de Quilichao, no deja de tener una influencia castellana en sus inicios con sus diseños urbanísticos españoles, siendo una clara muestra de ello la organización de los pobladores alrededor de una plaza (actualmente el parque principal denominado parque Francisco de Paula Santander) la iglesia, las autoridades y a partir de allí las construcciones del centro, en donde hacen como una especie de manzana encerrando esa plaza.

En el año de “1910 se conmemora el primer centenario de la Independencia Nacional con la inauguración provisional de una pila de bronce en el centro de la Plaza principal de la población”<sup>23</sup>. Esta pila era uno de los chorros del

---

<sup>22</sup> MOLINA GARCIA. Op. Pág. 57.

<sup>23</sup> TELLO RENGIFO, Guillermo. Para la Historia Administrativa de Santander, Memorias. 1976. Pág.63.



acueducto de la época, y lograba reunir muchas personas de diferentes partes ya que se abastecían del agua que ahí se depositaba y al mismo tiempo se daba el intercambio comercial, entre los campesinos que proveían diferentes productos agrícolas cultivados por ellos mismos y los habitantes del pueblo. Exhibiendo dichos productos para la venta en el suelo, en forma desordenada, algunos usaban toldas, especialmente los que vendían carne pues protegían del sol sus productos para que no se estropearan, los que vendían los productos que se llaman revuelto eran los mismos que los cultivaban por esto estaban acostumbrados a trabajar bajo el sol ardiente por lo cual no tenían ningún inconveniente trabajar sin techo.



**Plaza de mercado Santander de Quilichao. 1910**

“El día de mercado era el domingo, el más importante de la semana, el campesino y la gente del pueblo entendían el día de mercado como día de interacción social y cultural por lo tanto usaban la ropa exclusiva de los domingos, algunos con corbatín, otros con corbata, sombrero de fieltro y descalzos”<sup>24</sup>.

---

<sup>24</sup> Entrevista realizada al Doctor Cristóbal Gonzales. Secretaria de Recreación y Cultura. Santander de Quilichao, Cauca.

“Alrededor de la plaza principal estaban ubicadas las casas de las notables familias, los hijos de los españoles de rancio abolengo, y los hijos de españoles colombianos, algunos concejales, médicos; quienes cansados del bullicio ocasionado por el mercado, de las cantinas o bebederos de aguardiente y chicha, el mal olor del cagajón de los caballos que amarraban cerca a sus casas para obtener visibilidad hacia ellos, hicieron presión para que la plaza de mercado fuese trasladada de ese lugar.”<sup>25</sup>

Dado el crecimiento económico de la región, se empezó a generar la llegada de viajeros, comerciantes, extranjeros, turistas que visitaban a Santander de Quilichao como un paso obligado por el camino real ubicado en la carrera 11 y que comunicaba de norte a sur del país a esta acogedora tierra promisoría para los negocios y el comercio.

“Con motivo de la violencia partidista, se produce en Santander de Quilichao la primera gran oleada de inmigración con personas que provenían del norte del departamento del Valle, antiguo Caldas, Tolima y de otros municipios de la región como Corinto y Miranda. Con ese flujo de inmigrantes llega no solo la natural expansión del área urbana si no cambios en la estructura, materiales y funcionalidad de las viviendas, motivados, además, por los cambios de tipo económico y tecnológico. Las vías no tienen por objeto el transeúnte, ni el paso de las bestias de carga, si no el tránsito vehicular, perdiendo así importancia la vía principal, desplazada por la construcción de la vía panamericana, a partir de esta época Santander de Quilichao toma más fuerza como centro de intercambio comercial, comunicación, y político de la región”<sup>26</sup>, conllevando

---

<sup>25</sup> Entrevista realizada al Licenciado Rigoberto Banguero. Universidad del Cauca, Zona Norte. Santander de Quilichao. Cauca.

<sup>26</sup> García. Op. Pág. 19.

estas características a la idea visionaria de trasladar la plaza de mercado, cerca de esta vía. Esto en aras de lograr beneficios económicos a través de esta ubicación estratégica.

“La idea de construir una plaza de mercado con infraestructura idónea, empezó a concebirse por parte de un grupo de ciudadanos quilichagüeños, a partir de 1910. Como no se disponía de fondos suficientes, se resolvió fundar una compañía anónima que pudiera acometer tal empresa, la cual tuvo que sortear muchos obstáculos.

Finalmente se aprueban los estatutos, se elige el sitio y se procede a contratar con el Municipio las condiciones de explotación del inmueble.

El 14 de noviembre de 1917, en el centenario del fusilamiento de Policarpa Salavarrieta, se inaugura solemnemente el nuevo edificio de las Galerías (Plaza de Mercado). En nombre de la Sociedad Constructora de Obras Públicas, empresa que planeó y construyó la mencionada obra, siendo su gerente, don Aníbal Astudillo. La primera Junta Directiva de la Sociedad estuvo integrada por don Miguel S. Garrido (Gerente), don Juan M. Campo, don Pedro J. Iragorri y don Héctor Velasco, como secretario-contador.”<sup>27</sup>

Fue tal el impacto que generó dicha construcción en el pueblo, que se llegó a afirmar que se había construido un edificio monumental que hasta esa fecha en área y en volumen era el edificio más importante de Santander de Quilichao, ocupando toda una manzana con locales a la calle, espacios interiores hacia los dos patios. La idea de los uni o multicentros aparecía casi 5 décadas antes en Quilichao que en Popayán o en Cali, ya que las otras galerías construidas en

---

<sup>27</sup> VELAZCO ZÚÑIGA. Op. Pág. 74.

esa época habían sido destruidas y cambiadas pues eran cerradas para la dinámica del mercado.

El diseño arquitectónico de la plaza de mercado muestra que en su pasillo central donde ahora están ubicados los comedores tenía una visión volumétrica de la dinámica que se esperaba trabajar ahí, se construyen unas columnas y sobre estas se levanta una estructura en forma de boca de horno de hay proviene su nombre crujía.



Vista al fondo de la plaza mercado Municipal

“Las paredes altas, gruesas y muy amplias elaboradas en adobe, con portones de ingreso de gran tamaño para la entrada y salida de la carga, el techo de madera con teja de barro cocido, el encañado es amarrado con rejo (de res) o con bejuco, el piso empedrado, seis portones de ingreso de gran tamaño para la entrada y salida de mercado, casi la mayoría de la estructura no es apuntillada, es amarrada con rejo el cual le hacían un tratamiento especial para que las ratas no se la comieran.”<sup>28</sup>

Hasta el año de 1944 la plaza de mercado de Santander era propiedad particular de la ‘Sociedad Constructora de Obras Públicas de Santander’,

---

<sup>28</sup> Cristóbal González. En. Op.

sociedad anónima fundada en 1912 por iniciativa de eminentes quilichagueños amantes de su tierra natal y que solo tuvieron en mira el progreso de la misma.

En dicho año, por escritura pública número 69 de la Notaria de Santander, adicionada por la número 164 del mismo año, se celebró entre dicha Sociedad y el Municipio un contrato para la construcción de la plaza de mercado (para efectos legales de funcionamiento), que ejecutado religiosamente por la empresa, permitió darla al servicio dos años después.

No obstante, nunca se hizo un debate a fondo sobre el mismo, a pesar de que posteriormente, en varias ocasiones y por algunos concejales de la época, se calificó a la empresa de ‘pulpo’ y se le hicieron desagradables ataques. No se daban ni se dieron explicaciones sobre tales calificativos, pues nadie se tomó el trabajo de hacer un estudio a fondo del contrato.

Sin embargo en 1943 se reunió el Concejo municipal, para estudiar detalladamente el contrato en cada uno de sus aspectos, económico, fiscal, jurídico y consecuentemente, la conveniencia y necesidad de adquirir la plaza de mercado por parte de la entidad municipal, o de reformar el contrato si a lo primero no se prestaba la empresa.

“Dicho contrato, en síntesis estipulaba lo siguiente:

- a) La empresa se comprometía a construir, a su costa, una plaza de mercado en el área urbana de la ciudad, con todos los requisitos técnicos usuales en la época;
- b) Tal edificio quedaba de propiedad de la empresa durante (50) años, al cabo de los cuales el Municipio entraba a ser dueño de la mitad del mismo y tenía opción para adquirir, por compra, la otra mitad;
- c) Si no había acuerdo en el precio de dicha mitad, se establecería el justiprecio por peritos;

d) Si el Municipio no adquiría esa mitad, continuaría como propietario de la primera mitad en común con la empresa, dueña de la segunda, por un término de (40) cuarenta años más, vencidos los cuales el Municipio quedaría como dueño del total del inmueble.

En cambio de tales obligaciones el Municipio:

- a) Otorgaba a la empresa la totalidad de la renta de mercado por todo el término de los primeros 50 años y la mitad en los 40 siguientes si no adquiría el Municipio la otra mitad del inmueble;
- b) Igualmente le entregaba la renta de pesas y medidas para que la administrara la empresa y le pasara al Municipio el 50% del producto líquido;
- c) Por último, el Municipio se obligaba a no permitir el funcionamiento de mercados en cuatro kilómetros alrededor de la ciudad.

¿Qué representaba tales estipulaciones? El edificio de la plaza de mercado había tenido un costo aproximado en 1914 de \$16.000. En 1944 podía estimarse en unos \$24.000. Al cabo de 50 años, para el cumplimiento de los cuales faltaban 20 años, el Municipio se hacía dueño de la mitad, o sea de un derecho por valor de \$12.000.

La renta de mercado, entregada a la empresa en su totalidad como compensación de sus inversiones, había venido produciendo entre \$12.000 y \$14.000 anuales brutos. Podía estimarse en unos \$8.000 líquidos en promedio. Esta suma multiplicada por 50, término del dominio absoluto de la empresa, daba un resultado de cuatrocientos mil pesos (\$400.000).

A su vez, la mitad líquida de la renta de pesas y medidas había venido produciendo entre \$1.000 y \$1.400 anuales brutos. Estimada solamente en \$900 anuales líquidos, que también quedaba a la empresa, y multiplicada esa suma por 50, daba la suma de \$45.000. Total que en 50 años de dominio absoluto y

exclusivo de la empresa, el Municipio le entregaba cuatrocientos cuarenta y cinco mil pesos (\$445.000), a cambio de la mitad del edificio de la galería, que solamente valía doce mil pesos (\$12.000).

Los datos fueron tomados de los libros de la empresa y de los del Municipio, ninguno de los cuales tenía el carácter de reservado, ya que la primera era una sociedad anónima y el segundo una entidad pública.”<sup>29</sup>

Como conclusión de esta reunión se expresó que la cláusula del privilegio del mercado que se le había otorgado a la empresa pecaba de inconstitucional. Además que en su aspecto económico-fiscal, se presentaba un fenómeno de enriquecimiento sin causa –como quiera que la lesión enorme era discutible en su vigencia- o, por lo menos, de inequidad por lo desproporcionado de las prestaciones.

Aun teniendo en cuenta las situaciones anteriormente nombradas, el concejo municipal y la junta de la empresa privada, llegaron a un acuerdo amistoso en aras de la buena armonía que había reinado hasta ese momento, donde se pactó que la cifra por la venta de la plaza de mercado era veinticuatro mil pesos m/cte (\$ 24.000), logrado el acuerdo se habló de la financiación debido a que el municipio no contaba en ese momento con los recursos para esa transacción.

Fue entonces cuando cuatro ciudadanos del municipio de Santander, los señores Saulo Velasco, Israel Velasco, Eduardo Holguín y Rafael Caicedo, con generosidad y amor al terruño que merecen exaltarse, convinieron en firmar como fiadores solidarios del municipio un empréstito por cuarenta mil pesos m/cte (\$40.000) que concedió el Banco de Colombia de Cali, con el cual se

---

<sup>29</sup> TELLO RENGIFO, Op. Pág.25.

pago a la empresa y se hicieron las primeras reparaciones al edificio de la plaza de mercado.

Posteriormente se firmó la escritura por el Gerente de la empresa y el personero municipal, doctor Augusto Burbano, activo funcionario que tomó a pecho la solución de todos los últimos detalles y la terminación definitiva del negocio, quizá el más brillante que ha hecho el municipio en su historia.

Desde entonces en este lugar se ofrece el mayor intercambio comercial que se da entre productos agropecuarios de Santander de Quilichao y los demás municipios de la región norte que acuden a vender lo que producen y a comprar lo que requieren, tanto de lo producido en la zona como lo que llega de otras zonas de Colombia y del exterior.

Acá se comercializan productos agrícolas de consumo primario como tubérculos y verduras provenientes del departamento de Nariño; carne de res y pollo. Además de vender y comprar café se distribuyen otros productos tales como piña, yuca, almidón de yuca, tomate de mesa, mango de hilacha, plátano, cebolla larga, ahuyama, mora, tomate de árbol, habichuela, lulo, granadilla dulce, badea, pitahaya, frijol, maíz, hortalizas, plantas aromáticas y medicinales, las cuales provienen de las veredas mas representativas en la producción agrícola del municipio, tales como el Guayabal, Santa Rosa, el Broche, el Naranjal, el Águila, Páez, san Rafael, la Robleda, San Pedro, la Onda, Santa Lucia, los Tigres, Canoas, la Aurora, Paramillo, Agua Clara, el Turco, Mondomo etc.

La plaza de mercado ha sufrido varios procesos de mejora en su infraestructura interna, respondiendo a las necesidades más latentes de los diferentes arrendatarios. Pero cabe resaltar que la parte exterior de la plaza de



mercado no ha sufrido ningún tipo de modificación en su diseño, puesto que es considerado como una construcción arquitectónica colonial.



**Plaza de mercado en su parte exterior.**

Entre los primeros cambios esta el realizado en la administración de Harold Banguero en el año 2005 teniendo como premisa un criterio de modernización, la siguiente fue en la administración de Aldemar Ríos quien renovó los pisos de los patios y cambio la estructura de los locales; que estaban construidos en madera y pasaron a ser de malla galvanizada, continuando con la gestión de Ricardo Cifuentes quien hizo que la estructura del techo aumentara un metro.

Para el año 2007 ocurrió un incendio que se dio en el centro de la plaza de mercado, entre los patios 1 y 2, al parecer generado por un corto circuito, provocando total destrucción de todos los locales que tenían como actividad económica la venta de granos y abarrotos, ubicados en dicha zona.

En esta ocasión se logró recuperar los espacios interiores, reubicando dichos graneros en forma de U alrededor del patio dos, usando como división entre uno y otro local, paneles metálicos. A su vez se organizaron los demás locales por actividad económica, dando un aspecto de orden e higiene, quedando de la siguiente manera: Expendio carnes, bovino, búfalo, porcino 50 locales; expendio vísceras bovino, búfalo, porcino 23; expendio de granos abarrotos 40;

restaurantes cafeterías 22; varias 45; expendio de carnes, pollo, gallina, pescado 18; expendio de productos perecederos 190; para un total de 391 locales en el interior de la plaza de mercado.

En el año 2011 se llevo a cabo una adecuación en los dos patios de la plaza de mercado, la cual consistió en cambiar el techo por una cubierta metálica, con el objetivo de proteger del agua y el sol las instalaciones, y a su vez brindar una mayor comodidad a los comerciantes ubicados en este sector. Además se realizo la instalación de 3 circuitos que contiene el contador de cada local, para medir el consumo de ellos en los servicios públicos de gas domiciliario (aplica para los restaurantes), y energía. El presupuesto que se utilizó en este proceso fue externo, ya que la operacionalidad de la misma plaza que representa ingresos no tributarios, no genera suficiente rentabilidad para costear este tipo de cambios en las instalaciones.

En la actualidad el horario de atención al público es lunes, martes y jueves de 6:00 a.m a 4:00 p.m; miércoles y viernes de 3:00 a.m a 6:00 p.m, sábados de 1:00 a.m a 6.00 p.m ; domingos y festivos de 6:00 a.m a 2:00 p.m. Los días de mayor afluencia son los miércoles, viernes y sábados.

## **2.2 HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LOS GRANEROS**

En esta zona de Santander de Quilichao el comercio no convencional puede tornarse como una alternativa encaminada a disminuir la brecha entre el empleo y el desempleo, a través de una dinámica que beneficia a los microempresarios rurales y urbanos, que encuentran en este medio una forma de subsistencia tanto para ellos como para su núcleo familiar. Siendo los graneros una clara muestra de ello, pues desde sus inicios en el año 1944 cuando la plaza de mercado fue adquirida por el municipio, éstos se construyeron en el área

central de la misma utilizando como materia prima la madera, para dicha época eran muy pocos los comerciantes dedicados a esta actividad, convirtiéndose esto en una gran ventaja en el mercado, tornándose esta característica en una buena señal de ingresos económicos. A tal punto que la mayoría de los integrantes de una misma familia se dedicaban a los quehaceres propios de estos negocios dada la demanda de ellos.

En el año 1975 el señor Rene Gaudiol Bolaños fue uno de los pioneros de los graneros, ubicando su local en el centro de la plaza de mercado, cuando solo lo rodeaban bodegas de papa y flores. Además no existían supermercados ni almacenes de cadena.

La exhibición de los productos se hacía en estanterías de madera que cubría de abajo hasta arriba las paredes del local, y otros en cajas de cartón, los granos como el arroz, maíz, frijol, lenteja, etc., se ofrecían directamente en los bultos destapados ubicados al frente de cada local.

El proveedor más significativo era el granero de los Tobar, el cual estaba situado en el exterior de la plaza, donde le otorgaban permanentemente plazos de hasta ocho días para el pago de las facturas de los productos allí adquiridos. Sin dejar de lado que se realizaban algunas compras de contado, con el ánimo de aprovechar los precios bajos y así transmitírselos a sus clientes.

Las compras de los productos se realizaban basadas en la observación de los exhibidores y en lo que requerían los clientes, es decir que si alguien pedía determinado producto y en el instante no había existencias, esta se tomaba como una señal de compra. Por otro lado también se daba una relación comercial de compra y venta entre algunos campesinos que tenían una producción a pequeña escala y con medios de producción propios de productos tales como panela, almidón, maíz, frijol, miel, maní, etc. Donde el costo debía

estar dentro del rango del mercado, de tal manera que permitiera fijar precios de venta favorables respecto a la competencia.

La modalidad de venta para la clientela era en su mayoría a crédito de hasta treinta días de plazo, dichos clientes provenían de las veredas y zonas aledañas al casco urbano.

El manejo de la apertura de créditos a las personas se realizaba mas como un acto de buena fe que con un criterio netamente comercial, es decir que quien necesitara una apertura de cuenta simplemente hablaba con el dueño del granero y éste ultimo se lo otorgaba pero inicialmente con un monto bajo, esto con la intención de probar el cumplimiento puntual de sus pagos.

Para ese tiempo se abría al publico a las 6.00 a.m., y hasta las 4.00 p.m., los días de mercado eran los miércoles y sábados, razón por la cual los martes y viernes en carretillas se transportaban hasta sus graneros los productos necesarios para suplir la necesidad de los compradores.

En la actualidad la alcaldía municipal maneja contratos de arrendamiento para cada uno de los locales desde 1990, los cánones son calculados de acuerdo a lo establecido en el acuerdo No. 002 DE 2007 el cual reza que mediante acuerdo No. 030 del 28 de diciembre de 2004, se adopta el Estatuto tributario para el municipio de Santander de Quilichao, Cauca, y se fija en el artículo 190, las tarifas por el uso de los locales y espacios en la plaza de mercado.

Que dichas tarifas requieren ser ajustadas para buscar el equilibrio y equidad en el cobro de dichos derechos en virtud de algunos costos que vuelven oneroso dicho pago a cargo de los usuarios. En virtud de lo anterior, acuerda en su artículo primero las Tarifas plazas de mercado, modificadas en el artículo 190 del acuerdo 030 de 2004, el cual quedará así:

Artículo 190: Tarifa. Se cobrará mensualmente por la administración tomando como parámetro el área a ocupar por metro cuadrado, espacio, local, restaurante o banco de carnes y vísceras, así:

| <b>PLAZA DE MERCADO</b>                                    | <b>TARIFA MENSUAL</b> |
|--|-----------------------|
| Espacio  | 2.7 % S.M.L.M.V       |
| Puestos  | 6.5% S.M.L.M.V        |
| Locales internos dobles (entre 4 y 8 mts <sup>2</sup> )    | 14% S.M.L.M.V         |
| Restaurantes dobles (entre 4 y 8 mts <sup>2</sup> )        | 15.5% S.M.L.M.V       |
| Locales internos sencillos (menos de 4 mts <sup>2</sup> )  | 6.5% S.M.L.M.V        |
| Restaurantes sencillos (menos de 4 mts <sup>2</sup> )      | 7.5 % S.M.L.M.V       |
| Bancos de carne  | 11 % S.M.L.M.V        |
| Bancos de vísceras   | 6.5% S.M.L.M.V        |
| Locales externos dobles (más de 25 mts <sup>2</sup> )      | 110% S.M.L.M.V        |
| Locales externos sencillos (menos de 25 mts <sup>2</sup> ) | 55% S.M.L.M.V         |

El tiempo máximo de arrendamiento es de un año, pero existen diecisiete cláusulas que condicionan la vigencia de éste.

La alcaldía hace sus veces de arrendador y la persona que puede ser natural o jurídica toma el nombre de arrendatario. El arrendador realiza un análisis del nivel socio económico del segundo a través de una hoja de vida que contiene datos precisos tales como nombres, apellidos, dirección, nivel de educación, etc. Además se realiza una verificación de datos en la página de la procuraduría, contraloría, y el pasado judicial de quien aspire a acceder a uno de los locales. Pues no deben de estar inhabilitados para celebrar contratos públicos.

En el canon de arrendamiento no se incluyen los servicios públicos. De hecho los arrendatarios deben cancelar el valor de quince mil pesos m/ cte (\$15.000)

por concepto de aseo domiciliario, el cual consiste en el aseo de los alrededores de sus puestos de trabajo, este servicio es facturado mensualmente por la empresa de aseo Emquilichao.

En el año se realizan dos jornadas de control de plagas y roedores, que resultan ser pocas si se tiene en cuenta la cantidad de residuos que se generan a diario, pero se hace claridad que esto obedece a razones presupuestales, ya que cada una de estas jornadas tiene un costo de veinte millones de pesos m/cte ( \$20.000.000) . Sin embargo para contrarrestar esta situación se ha vinculado un grupo de jóvenes que adelantan actividades diarias de reciclaje, donde se hace la salvedad de que los residuos perecederos por no ser reciclables generan un mayor costo para su manejo, mientras que los residuos sólidos reciclables representan de una u otra forma un ingreso, puesto que hay entidades que lo compran para transformarlo.

La plaza de mercado con sus pequeñas empresas (graneros) no solo representa un eslabón importante en la economía de cierta parte de habitantes de Santander de Quilichao, sino que también genera un espacio de encuentro cultural, social y político de la región norte del departamento del Cauca. Puesto que los días de mercado se intercambian algo más que solo productos, se mueven ideas, noticias, información sobre el acontecer diario, opiniones, perspectivas, etc., que de una u otra manera permiten el avance y mejoramiento de este pueblo que con el pasar del tiempo lucha por encontrar a su paso nuevas formas de subsistencia en este mundo de avances y múltiples retos.

Donde a su vez surgen algunos interrogantes tales como los siguientes: ¿Pueden sostenerse estas pequeñas empresas en el mercado actual, aun cuando hay tanta competencia dotada de grandes avances tecnológicos?, ¿Están dispuestos los propietarios de éstos a implementar sistemas de control más rigurosos tales como la contabilidad?, es por ello que nos daremos a la tarea de hallar respuestas a dichos interrogantes.

### **3. DESCRIBIR LOS PROCESOS UTILIZADOS PARA EL MANEJO DIARIO EN LOS GRANEROS UBICADOS EN EL INTERIOR DE LA PLAZA DE MERCADO DE SANTANDER DE QUILICHAO.**

Hoy por hoy se sabe que el mercado es cada vez más complejo, debido a los múltiples avances y técnicas de marketing que se usan, pero de manera asombrosa se puede ver que existen ciertos tipos de negocios, tales como los graneros, que aún se sostienen en dicho mercado con la aplicación de sus procesos empíricos y prácticos, donde la experiencia es su escuela de formación, y es precisamente ésta la que les ha enseñado a manejar todo lo concerniente a su negocio, desde el inventario hasta el manejo de los clientes.

Siendo los propietarios en su mayoría personas de un nivel académico básico, y con poco o nulo conocimiento contable surgen interrogantes respecto a si verdaderamente le dan un buen manejo a sus empresas en el contexto comercial y económico personal.

Para hacernos a una idea respecto a lo anteriormente nombrado, se ha realizado un estudio cualitativo a través de encuestas a los propietarios de los graneros más representativos ubicados al interior de la plaza de mercado de Santander de Quilichao, siendo ellos la señora LUZ BETTY LEDEZMA LARRAHONDO, OLGA SANCHEZ, AMPARO OROZCO, ADRIAN BOLAÑOS, denominándose de aquí en adelante el entrevistado uno, dos , tres y cuatro en su orden, donde se logra ver que un día normal dentro de su negocio, no presenta mayores métodos de control ni operación, es decir que son muy observadores y prácticos en su proceder comercial.

A continuación se hará una descripción detallada del manejo de cada una de las áreas involucradas directamente con el funcionamiento de los graneros, donde se dará pie a una contextualización de lo práctico con lo teórico contable.

### **3.1 MANEJO DE INVENTARIOS**

Dentro de las áreas básicas para el funcionamiento de un negocio de tipo comercial, se encuentran los inventarios, el cual se definen a continuación:

“Los inventarios representan bienes corporales destinados a la venta en el curso normal de los negocios, así como aquellos que se encuentran en proceso de producción de otros que se van a vender, sean o no fabricados por la empresa. La cuenta Mercancías registra el valor de los bienes adquiridos para la venta por el ente económico que no sufre ningún proceso de transformación o adición y se encuentran disponibles para la venta.”<sup>30</sup>

Según la actividad económica desarrollada por el ente económico, los inventarios se dividen en: inventario de mercancías, de producto en proceso, de materias primas, productos terminados, cultivos en desarrollo, entre otros.

El inventario de mercancías constituye uno de los activos que demandan mayor inversión y de su venta se derivan los ingresos y las utilidades operacionales. En una empresa cuyo objetivo es comprar y vender mercancía, esta cuenta es el centro generador de utilidades, este es el caso de los graneros ubicados al interior de la plaza de mercado de Santander de Quilichao por lo tanto se debe tener bien manejado esta cuenta para que de los resultados de las ventas se generen grandes utilidades, además se representa como un activo corriente en

---

<sup>30</sup> DIAZ, Hernando. Contabilidad General, Enfoque práctico con aplicaciones informáticas. Segunda Edición. Pág. 201



el balance general, dada la conversión en efectivo en forma acelerada, inmediatamente después de que se genere la venta. Es un elemento importante en el estado de resultados, para la determinación del costo de ventas.

### **3.1.1 Control de inventarios**

Los inventarios representan uno de los activos más importantes y significativos de las empresas comerciales. Por ello se debe realizar un mayor control, este control se debe empezar cuando se reciben los artículos, se debe confrontar la orden de compra con la factura, verificando precios, cantidades, artículos solicitados, estado en la cual se recibe el producto. Una vez recibida a satisfacción la mercancía debe elaborarse el informe de recepción o entrada de los productos al almacén, el que posteriormente será enviado al departamento de contabilidad para su registro de cantidades en el Kardex y valores en el auxiliar de inventarios. Así mismo, no solo se debe realizar su registro, sino también otros controles relacionados con medios de seguridad:

- Ubicar adecuadamente la mercancía para evitar daños y robos y facilitar el acceso a las personas y responsables de su manejo.
- Controlar la rotación de los artículos para evitar su deterioro u obsolescencia.
- Utilizar salidas del almacén debidamente autorizadas para el retiro de mercancías.

Los propietarios de los graneros ubicados al interior de la plaza de mercado de Santander de Quilichao, manifiestan que con exactitud no saben cuánto representa su inventario en dinero, pero que por el simple hecho de estar en continuo contacto manual y visual con la mercancía saben cuándo, cómo y cuanta mercancía deben tener, para satisfacer las necesidades de sus clientes,

además con gran sorpresa se encontró que hay quienes no manejan con claridad el concepto de inventarios, pues se llega a tal punto que se atreven a decir que es : “ lo que tiene uno, los activos, los pasivos, lo que le deben a uno y lo que uno debe” (entrevistado 4), “es todo lo que se tiene, cantidad de mercancía en efectivo” (entrevistado 1). Y por consiguiente el manejo de la rotación de inventario en sus respectivos negocios se da de manera muy mecánica, además se facilita dicha situación debido a que es una misma persona la encargada de comprar, surtir y vender : “ Surto cada 8 días, ya tengo calculado el tope para esos días, el azúcar por ejemplo lo tengo pesado para la venta, adicionalmente pido 4 bultos para la semana y si se termina pido más cantidad, por estar hace tanto tiempo en el negocio uno ya aprende a manejar las cantidades” (entrevistado 1).

Pero a pesar de que no existen controles rigurosos de inventario, ellos tienen como objetivo principal brindar a sus clientes siempre productos frescos, por tal razón manejan cantidades mínimas de ciertos productos que no son de alta rotación, tales como el garbanzo, la arveja, el blanquillo, “son productos que se gorgojean muy rápido, entonces no se justifica comprar tanto”(entrevistado 2)

### **3.2 COMPRAS**

Comprende el valor pagado y/o causado por el ente económico en la adquisición de materias primas, materiales indirectos y mercancía para ser utilizada en la producción y/o comercialización en desarrollo de la actividad social principal, durante un periodo determinado. Al final del ejercicio económico las cuentas de compras se cancelaran con cargo a la respectiva cuenta del grupo 61 (costo de venta y de prestación de servicios) según la actividad realizada por el ente económico. Se registra al lado debito por el valor de la adquisición realizada durante el periodo, y crédito por la cancelación del saldo al cierre del ejercicio.

Existen exigencias propias del mercado, que de manera directa o indirecta proviene de los mismos clientes, donde impulsados por factores como la economía o la misma necesidad como tal, conllevan a los propietarios de los graneros a satisfacerlas, aun cuando esto represente algún tipo de riesgo o recelo en sus negocios, ya sea porque les signifique una mayor inversión en un producto que probablemente no tenga mucha acogida en el mercado, o por que requiera mayor cantidad de tiempo en el manejo de dichos productos, o simbolice algún tipo de pérdida por factores externos, respecto a la cantidad inicial comprada, como es el caso de: “La manteca la peso al ojo por que ya le tengo la medida, pero al comienzo le tenía miedo por el tiempo que quita pesarla, uno se unta mucho, además a una caja de 30 kilos se le pierde de un kilo hasta kilo y medio por que se derrite, yo trabajo con la báscula electrónica que es más precisa, ni le doy ni le quito a mis clientes “. (entrevistado 3).

Siendo estos negocios de carácter comercial, la compra y la venta se convierte en la esencia de éste, motivo por el cual todo gira en torno a ello, de hecho los propietarios día tras día luchan por mantener en sus estanterías la mayor cantidad de referencias de productos, esto con el ánimo de sostener a sus clientes, es más dado el caso en que se les pida un ítem que no tengan en el momento, lo consiguen en otro local “la idea es que no se le diga al cliente que no hay, así sea un producto como el alcohol que no rota, pero lo tengo para los clientes puntuales, para que lo lleven y no sientan la necesidad de irse a otra parte a comprar” (entrevistado 1). Pero basados en su trayectoria y amplio conocimiento del negocio, son cuidadosos con el nivel de compra de mercancía, pues el tamaño de los locales es pequeño, y no se dejan llenar de grandes cantidades de artículos de una misma referencia, razón por la cual manejan de tres a seis unidades de ítems de baja rotación.

### 3.3 RELACIÓN CON PROVEEDORES

“Los proveedores se refieren a las obligaciones, a cargo del ente económico, por concepto de la adquisición de bienes y/o servicios para la fabricación o comercialización de los productos para la venta, en desarrollo de las operaciones relacionadas directamente con el objeto social.”<sup>31</sup>

Existe una idea vaga de que al estar ubicados los negocios dentro de la plaza de mercado del pueblo, no se encontrarán productos de marcas reconocidas dentro del mercado, pensamiento que con admiración se ve que no es cierto, puesto que hay quienes manejan una gama de productos de gran renombre en el mercado como, Colgate, Colombina, Fruco, Noel, Nacional de chocolates, Roa, Diana, Incauca, Ariel, Oliosoya, Gourmet, Sello Rojo, Familia, Nestle, Aliños Mac, Rama, Refisal, La muñeca, Sedal, Blancox, Royal, Barrigón Varela, Beisbol, entre otros, siendo coherentes con la idea de satisfacer una amplia variedad de clientes, donde el precio para algunos no es limitante. Sin desconocer que también se hallan marcas genéricas, las cuales van dirigidas a otro sector del mercado, donde la economía de precios bajos es lo más importante.

Los proveedores, que visitan constantemente estos locales, indiferentemente de que sean directos o distribuidoras, vienen desde ciudades como Popayán, Cali, Palmira, Ibagué, a venderme sus productos proveedores como, Casa Luker (sucursal de José Jesús Restrepo), Comercial Nutresa (Noel, Nacional de Chocolates), Envasadora Gerco, Globo Ventas, Jhon Restrepo, Distribuidora Distrimarcas, Distribuidora Tropical, Surtivalle, Distribuidora Servivalle, Azul K,

---

<sup>31</sup> SINISTERRA, Gonzalo V.; POLANCO, Luis Enrique; ENAO, Harvey. Contabilidad, Sistema de Información para las Organizaciones. Cuarta Edición. Mc Graw Hill. Pág. 174

Dersa, Beisbol de Colombia, Molinos Roa, Molinos Flor Huila, Arrocería Boluga, Gracetales, Levapan, Colombina, entre otros.

### **3.4 MANEJO DE CUENTAS POR PAGAR**

Por lo general, todas las compras realizadas por las empresas son a crédito. Al efectuarse la compra el negocio adquiere una responsabilidad por pagar, la cual debe liquidarse a una fecha futura. Estas cuentas que se deben a los proveedores producto de las compras de mercancías a crédito con el fin de revenderlos, se convierten en las obligaciones que la empresa contrae y que deben pagarse con dinero o mercancías.

En el caso de los graneros ubicados en el interior de la plaza de mercado, hay quienes manejan ventas a crédito, máximo de un mes y mínimo de 8 días, donde al tener menos días de plazo para la cancelación de las facturas otorgan descuentos y ofertas, que terminan beneficiando a los clientes, ya que pueden comprar un poco más económico ciertos productos. También se realizan compras de contado, sobre todo cuando les brindan costos más bajos:” yo guardo en el bolsillo de atrás cualquier platica que me quede libre, para aprovechar cualquier gangazo que me den mis proveedores” (entrevistado 4).

Respecto al manejo de los proveedores se logra ver que existe una cadena de beneficio mutuo entre las partes actuantes, es decir unos términos y condiciones que van más allá de lo estrictamente comercial, pues se llegan a crear lazos fuertes de cordialidad, donde los vendedores logran tener tanta confianza con los propietarios de los negocios que les manifiestan jocosamente si les pueden colaborar con alguna compra para poder cumplir con las cuotas de ventas que les fijan en sus empresas.

Además se puede notar que se dan relaciones comerciales con personas del mismo pueblo, como por ejemplo con don HERNANDO OROZCO, el propietario del DEPOSITO NUTIBARA que está ubicado en la calle segunda entre carrera 11 y 12, quien desde los inicios de los graneros de la plaza de mercado se ha conocido como el proveedor más importante para éstos, puesto que además de ser mayorista, se caracteriza por su generosidad y buena fe, ya que en los momentos de más dificultad para los graneros él se ha mostrado solidario, como fue el caso del incendio del año 2007, donde solo quedaron ruinas y desolación, donde absolutamente todo se perdió. Fue en su depósito donde se abastecieron nuevamente la gran mayoría de los graneros que quedaron en pérdida, concediéndoles plazos para la cancelación de sus facturas hasta de un año.

En la actualidad este depósito maneja créditos solo de ocho días con sus clientes: “yo le cancelo y el me da otra mercancía, cada 8 días lunes pago lo que debo, si se le queda mal en los pagos más de 2 veces, ya te quitan el crédito”(entrevistado 4).

### **3.5 CÁLCULO Y CONTROL DE INGRESOS POR VENTAS**

Es incierto saber cuánto se va a vender en un día, puesto que hay algunas variables que van ligadas directamente a esto, como es el caso del orden público: “Cuando la guerrilla molesta en la loma, los campesinos no bajan a comprar” (entrevistado 1) afectando la venta, pues la clientela de los graneros en una parte considerable está compuesta por habitantes de las zonas aledañas al casco urbano, provenientes de veredas, corregimientos y Municipios; como, los tigres, el Aguila, San Isidro, San Pedro, Tres Quebras, el Turco, Lomitas, Quinamayo, Domingullo, Mandiva, Mondomo, Caloto, Suarez, entre muchos otros; por otro lado los efectos del clima que dificultan la

movilización de diferentes medios de transporte como chivas, buses, camiones, jeeps, camperos, camionetas, etc.

Pero obedeciendo a un comportamiento normal del mercado, también existen días con un nivel de venta relevante, donde lo producido alcanza para cubrir las facturas vencidas de ese día, los fletes, el almuerzo, el jornal del ayudante, las bolsas, el papel para envolver, y hasta para pagar en su totalidad algunas deudas a proveedores: “cuando me va bien les pago todo lo que les debo a unos cuantos proveedores, ese es mi sistema de trabajo. Cuando las ventas son muy bajitas no me alcanza para todos.” (entrevistado 2).

“cuando el dinero se me acaba y no puedo cubrir todas las facturas, entro a negociar con ellos para pagarles, uno ya sabe la dinámica del mercado” (entrevistado 3).

El gran interrogante que surge en torno a este medio es, si al ser pequeñas empresas y al tener tanta competencia obtienen un nivel de ingresos representativo, que les permita sostenerse operativamente, cubrir los gastos personales, y ocasionalmente darse uno que otro placer: “el negocio es muy celoso, hay que vender mucho para ver la ganancia que es poquita” (entrevistado 4)

Lo realmente sorprendente es la forma en que saben a diario cuanto se vendió, ya que utilizan diferentes modalidades.....todas empíricas: “Yo cuadro el producido del día, dejo una base de diez mil pesos en monedas y billetes de diferente denominación y lo que me sobra es el producido del día, yo apunto que todo lo que vendí se me fue otra vez en compras” (entrevistado 1)

“Yo apunto lo que pago a diario y cruzo con lo que me sobra en dinero, uno mismo sabe si estuvo bueno o grave” (entrevistado 3).

Se puede notar que el control que se hace en los ingresos recibidos a diario, no es riguroso, ya que no existe un mecanismo que permite definir con exactitud cuánto es lo vendido, además no se lleva un registro diario (Libro diario) donde al final de cada mes se pueda obtener un dato verídico.

Conllevando dicha situación a pensar que el manejo que se da con el paso de los días es muy básico, razón por la cual difícilmente se podría entrar a evaluar el rendimiento real de éstos negocios. Claro está que los propietarios aseguran que es rentable este negocio, quizá porque se basan en que el dinero que entra a sus cajas registradoras les alcanza para cubrir sus gastos personales y los de sus familias: “Saco a diario para pagar transporte y alimentación de mi hijo que está estudiando en la universidad del valle en Cali, y mi esposo y yo compramos desayuno y almuerzo a diario, porque no hay tiempo para cocinar. En promedio saco cuarenta mil pesos en lo de aseo y comida” (entrevistado 4).

### **3.6 LIQUIDACIÓN PRECIO DE VENTA Y MARGEN DE RENTABILIDAD**

“El cálculo del porcentaje de rentabilidad es lo que mide la capacidad desarrollada por la empresa para producir ganancias. Determina el éxito o fracaso de la gerencia en el manejo de sus recursos físicos, humanos y financieros. Para ello se usan unos índices que permiten medir los resultados de las operaciones; tales como el margen de utilidad bruta, la cual revela el porcentaje de cada peso que queda después de que la empresa ha pagado las mercancías”.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> DIAZ. Op. Pág. 383.



El precio de venta es un componente vital para el buen funcionamiento de los graneros ubicados en la plaza de mercado, ya que hay una tendencia generalizada a competir con base en éstos, no se debe desconocer que los clientes se sienten atraídos hacia un negocio cuando éste último ofrece precios más bajos. Pero para poder cumplir con esto deben ser meticulosos al momento de negociar con los proveedores, es decir en lo posible comprar a costos bajos: “Lo mas importante es comprar barato y en lo posible productos de calidad” (entrevistado 1).

En todo negocio a nivel interno se deben manejar ciertas políticas, así sean muy sencillas, como por ejemplo los porcentajes de rentabilidad que se deben aplicar en el cálculo del precio de venta de cada ítem, en este caso en particular ellos lo hacen de una manera muy mecánica, donde simplemente tienen presente que porcentaje deben aplicar a determinados productos, pero aun cuando no tienen claridad en el concepto como tal de rentabilidad, procuran cuidarlo, relacionándolo con el hecho de que es lo que se ganan: “yo manejo unos porcentajes de ganancia, dependiendo los productos, por ejemplo el 10% en granos frijol, lenteja, maíz, y el arroz entre el 5 y 7% dependiendo ” (entrevistado 2).

“Entre más salida tenga un producto, mas bajito es el porcentaje, los porcentajes son fijos, trato de enganchar a los clientes” (entrevistado 3). “Aun cuando se compra más barato un producto, no se le baja el precio de venta respecto a la competencia para tener un poco más de utilidad”( entrevistado 4).

La competencia es un indicador para la fijación de precios, pues no se debe fijar precios de venta más altos que los demás porque eso significa perder de cierta manera clientes: “observo precios en los supermercados de aquí mismo en el pueblo y en otros lados, no hay que pensar que voy a vender un solo producto,

detrás de la venta de un solo producto, puede venir la venta de muchos otros”.(entrevistado 1).

“Aquí dentro de la plaza es competencia los que venden al por mayor” (entrevistado2).

### **3.7 CONTROL CUENTAS POR COBRAR**

“Con el fin de minimizar posibles pérdidas futuras relacionadas con las cuentas por cobrar originadas por las ventas a clientes, es necesario implementar una serie de políticas para el manejo y control de cartera; algunas de estas políticas son:

- Asignar personas diferentes para la revisión de los pedidos a crédito y la facturación de los mismos.
- Verificar en la facturación: cantidad, precios, descuentos otorgados en relación con el crédito autorizado.
- Informar a los clientes periódicamente y por escrito sobre los saldos actualizados de su deuda.”<sup>33</sup>

Pero dadas las condiciones de amplia competencia comercial que rodean a los propietarios de los graneros ubicados al interior de la plaza de mercado de Santander de Quilichao, se ve como el manejo de las ventas en un porcentaje representativo son a crédito, tornándose esto como un garante de venta, ya que se logra dar de alguna manera salida a la mercancía y de cierta forma hacerle contrapeso a la competencia.

Pero es evidente que existen varios parámetros de control para el manejo de las cuentas por cobrar a los clientes, las cuales son muy estrictas desde el punto

---

<sup>33</sup> SINISTERRA. Op. pág. 155

de vista teórico, los cuales llevándolas al campo comercial real de este tipo de negocios son poco o nada aplicables, aumentando esta condición el riesgo de pérdida.

Puesto que los propietarios de los graneros dan mercados a crédito a cualquier persona que lo solicite, donde su carta de aceptación depende solo de la recomendación de otro cliente (antiguo) que a su vez hace la parte de codeudor, ellos manifiestan que el valor de los dos (2) primeros créditos son bajos, que oscilan entre cien mil pesos m/cte (100.000) y doscientos mil pesos m/cte (200.000) con un plazo máximo de 20 días. Esto en aras de medir el nivel de cumplimiento de los nuevos clientes.

No se puede olvidar que han pasado épocas difíciles, donde se ha afectado de una u otra manera la clientela, ya que las grandes cadenas que han llegado al pueblo traen consigo estrategias de mercadeo que logran cautivar a los compradores, un claro ejemplo de ello es: “Olimpica nos quito mucha clientela, por que les descuentan por nomina directamente” (entrevistado 2)

### **3.8 DINÁMICA FAMILIAR**

Estos graneros se caracterizan por ser unidades familiares de negocio, donde el equipo de trabajo lo constituyen desde el padre hasta los hijos de una misma familia, aquí las tareas diarias se reparten, y donde mayor apoyo se da es en los días de mercado, pues sin duda alguna las jornadas inician más temprano de lo normal y terminan con un mayor nivel de cansancio que el resto de los días de la semana. También hay otros locales donde se opta por contratar a una sola persona que en ciertos casos es particular, para que brinde soporte operativo en la atención a clientes, surtido, despacho de grandes remesas, entre otras.

Hay quienes deciden permanecer todos los días al frente de su granero, pues no confían en nadie más para que le administre su negocio. Dando paso a comentarios que dejan entre ver que es realmente un tipo de negocio muy exigente: “Esto es bueno pero muy esclavizante, la única forma de que yo no esté aquí trabajando es que me enferme de cama” (entrevistado 1)

Habiendo plasmado todo este proceso narrativo y secuencial de las formas de manejo de los establecimientos ubicados dentro de la plaza de mercado de Santander de Quilichao, se logra vislumbrar que los propietarios realizan un manejo empírico – artesanal, donde la repetición diaria de las operaciones se ha convertido en un estilo de vida comercial, que desde su punto de vista resulta ser útil, y es la razón por la cual han logrado mantenerse en el mercado con el transcurrir del tiempo y sobrellevando las diversas situaciones de cambio que se van presentando.

#### **4. INDAGAR LA OPINION DE LOS PROPIETARIOS DE LOS GRANEROS FRENTE AL USO DE LA CONTABILIDAD**

Dadas las nuevas condiciones, visión y enfoques que ha traído consigo la globalización de la economía actual, se ve con asombro que las personas que manejan una microeconomía se han ido acoplado a estas variaciones, donde se ingenian estilos de operacionalidad propios, que les permite sostenerse en el mercado, guiados por el instinto comercial.

A lo largo de este capítulo se encontrará el desarrollo y respuesta de este gran interrogante ¿Cuál es la opinión de los propietarios de los graneros frente al uso de la contabilidad?, utilizando los datos recogidos en el trabajo de campo y contrastando a su vez con la teoría retomada.

En primer lugar se puede decir que la medición de las actitudes de los propietarios de los graneros se realizó por medio de:

##### **4.1. EL MÉTODO DE MEDICIÓN DE ACTITUDES E INVESTIGACIÓN MEDIANTE CUESTIONARIO.**

Se aplicó un cuestionario para recoger datos e información, a la señora LUZ BETTY LEDEZMA LARRAHONDO, OLGA SANCHEZ, AMPARO OROZCO, ADRIAN BOLAÑOS, y EDILMA GOMEZ denominándose de aquí en adelante el entrevistado uno, dos , tres, cuatro y cinco en su orden, brindando elementos importantes sobre cuál es la opinión de los propietarios frente al uso de la contabilidad, donde se toma esta información para lograr realizar una

<sup>34</sup>*aproximación de juicio social* que permitirá estipular con claridad la profundidad, de aceptación o rechazo sobre el uso de la contabilidad.

La mayoría de personas participantes en la encuesta son mujeres, dejando entrever esto, que el sexo femenino tiene gran participación dentro de este contexto económico, pues se observó que ellas son propietarias y/o administradoras de un número relevante de los graneros ubicados al interior de la plaza de mercado de Santander de Quilichao. Aquí este género encuentra una forma de subsistencia económica, y a su vez un espacio propicio para sentirse útiles y autosuficientes. "A mí siempre me ha gustado trabajar; tener un negocio propio, para no tener que pedirle a nadie para las cosas que necesito" (entrevistado 1); "mi esposo trabaja en una empresa del parque industrial; y este granero lo manejo yo, porque uno nunca sabe cuándo se puede acabar la temporada".

Por otra parte se logró percibir que el nivel académico de estos entrevistados es relativamente básico, puesto que manifestaron que fueron sus mismos padres quienes les enseñaron que el trabajo era prioridad, a tal punto que la parte académica se veía desplazada a un segundo plano. "mis padres siempre nos enseñaron a cocinar y a trabajar, cuando estábamos grandecitos nos empezaron a traer al granero, pero nunca nos pusieron a estudiar" (entrevistado 5), "mi profesor fue mi papá quien me decía que lo importante era saber manejar un negocio, y que para eso había que dedicarle tiempo" (entrevistado 3). Pero cabe resaltar que también se encontró algunas personas que tienen un nivel académico un poco más avanzado, específicamente son bachilleres. "yo estudiaba en las mañanas y en las tardes cuando salía del colegio me venía a ayudarme a mi papá en el granero" (entrevistado 2).

---

<sup>34</sup> Whittaker. Op .cit. Pág.598

Se pudo notar que estos negocios son de cierta manera una herencia, que ha ido pasando de generación en generación, y no solo en lo que se refiere a la infraestructura material de los graneros como tal (estantería, balanzones, canastas, etc.), los clientes también han sido heredados de la misma manera, y no se puede desconocer que existe una tendencia generalizada de comportamiento comercial de los actuales propietarios con respecto al estilo de sus padres, quienes fueron los fundadores de estos negocios. “Mis padres le regalaban a los clientes que venían los miércoles y sábados bananas de aguardiente, ellos decían que de esa forma los clientes estaban contentos” (entrevistado 2); “En diciembre mi papá regalaba mates de manjar blanco a sus clientes, decía que era una forma de hacer sentir a los clientes queridos, y que así le seguirían comprando a él y no a los otros graneros” (entrevistado 5).

Al momento de empezar a cuestionar respecto al uso de la contabilidad en estos graneros, nos encontramos con que la mayoría se inclina por manejar su negocio de manera práctica y empírica, sin ningún tipo de formación contable, donde el principal indicador es la necesidad de generar ventas que les permita obtener dinero, para sostener el negocio como tal y suplir las necesidades de sus familias.

Desde sus inicios se ha notado que en el ámbito comercial, ha existido una disyuntiva respecto a si la contabilidad es una ayuda útil en los negocios o no, encontrando lo siguiente:

## **4.2 DIRECCIÓN DE LA ACTITUD**

Indica lo <sup>35</sup>fuertemente desagradable y lo fuertemente agradable siendo la línea de comprensión de las actitudes, en este sentido cabe afirmar que no se puede

---

<sup>35</sup> Whittaker. Op .cit. Pág.576

generalizar una actitud exacta en el grupo de entrevistados, ya que la muestra no es muy amplia, pero se ve una tendencia en dos de los propietarios de los graneros que presentan una actitud de rechazo y predisposición, lo cual hace que se evite el uso de la contabilidad en sus graneros, esto se logra apreciar ya que para ellos la contabilidad es concebida como una obligación, de igual forma niegan toda posibilidad de ser beneficiados al utilizarla. “para poder llevar contabilidad hay que sacar mucho tiempo, y realmente yo prefiero ponerme a surtir el negocio y a atender a mis clientes” (entrevistado 3); “Llevar contabilidad es una perdedera de tiempo, yo no veo en que me beneficia” (entrevistado 4)

Pero también hay que hacer la salvedad que hay tres encuestados quienes consideran que la contabilidad es útil para el buen funcionamiento de sus negocios y son conscientes que requieren una formación en contabilidad para manejar de forma correcta esta herramienta. “Si yo entendiera como funciona lo de la contabilidad, lo haría juiciosa en las tardes, cuando no haya tanta clientela” (entrevistado 1); “mi hijo está estudiando contaduría en la universidad, y esperamos que a medida que él vaya aprendiendo podamos implementar la contabilidad aquí en el granero” (entrevistado 2); “la contabilidad es buena porque se podría llevar un mejor control del negocio” (entrevistado 5).

Por lo anteriormente nombrado se puede decir que estas tres personas muestran una actitud fuertemente agradable a la posibilidad de implementar a diario la contabilidad en sus graneros.

#### **4.2.1. Actitud Justificada**

Dos de los participantes justifican su actitud de rechazo frente al uso de la contabilidad, para no mostrar una incongruencia e incoherencia, de esta forma expresa sus actitudes con relación a su comportamiento, agregándole como soporte un argumento válido y por ende justificable a su actitud, algunas de las



justificaciones que fueron expresadas por estas personas fue que el uso de la contabilidad solo es necesaria para empresas grandes.

Sumándosele a esto que la contabilidad es concebida por ellos como una obligación que se tiene con el estado , donde más que obtener beneficios lo que se tiene son pérdidas, puesto que el hecho de tener que pagar cierta cantidad de dinero por impuestos generados por las ventas, es visto como una situación muy desmotivante, “A nosotros no nos toca llevar contabilidad porque somos pequeños, pero eso de tener que pagarle al gobierno por vender la mercancía de uno, es muy injusto” (entrevistado 3)

#### **4.2.2. Disonancia cognitiva**

Es preciso señalar que algunos de los entrevistados presentan una<sup>36</sup> disonancia cognitiva al tener relación y congruencia entre sus pensamientos (cognición) y sus acciones, (comportamiento) ya que conocen los beneficios que trae consigo el utilizar la contabilidad y no la utilizan, por alguna razón, encontrándose entre estas el hecho de no manejar tan siquiera los conceptos contables básicos, no contratar a una persona que esté debidamente capacitada para esta labor, sustentando que esos honorarios serian un gasto más para el ellos o porque consideran que eso demanda mucho tiempo. Es decir que una cosa es la que piensan y otra muy diferente la que hacen, dejando como resultado la no implementación de la contabilidad en sus graneros.

También se ve que hay quienes aseguran llevar contabilidad a diario en su negocio, por el hecho de llevar un registro diario al final del día de lo que compran y lo que venden, de lo que les entra en dinero y de lo que gastan, y es aquí donde se hace la aclaración, que hay disonancia entre lo que ellos consideran llevar

---

<sup>36</sup> Myers, Op. Cit Pág.157

contabilidad y lo que en realidad eso es, pues ese proceso que ellos hacen a diario no es contabilidad, ya que no cumple con los requisitos básicos de esta área.

Es importante resaltar que cuando un sujeto experimenta una disonancia cognitiva, este se hace consciente de la incoherencia de las actitudes que ha expresado en relación de lo que piensa y lo que hace, lo que lleva al sujeto a tomar una nueva actitud, modificando por ende su comportamiento.

Todo lo anterior sugiere que tres de los comerciantes entrevistados conocen los beneficios que se obtienen al utilizar la contabilidad, de igual forma creen que hacen uso de ella a diario en sus graneros, pero son conscientes que requieren una formación en contabilidad para llevar de forma correcta esta herramienta que es fundamental para incrementar las rentabilidad en sus graneros. Finalmente estos muestran una actitud fuertemente agradable a la posibilidad de implementar la contabilidad en sus graneros.

En este orden de ideas se pretende que los participantes que experimentan esta disonancia cognitiva a largo plazo tomen una actitud coherente y congruente con lo que piensan y hacen.

## 5. CONCLUSIONES

En la historia de cada pueblo tienen gran relevancia los sitios de interés público, y la plaza de mercado de Santander de Quilichao no es la excepción, puesto que desde sus inicios ha sido un lugar generador de historia y desarrollo, marcado por diferentes matices, esos que sin duda alguna llevan impregnados el olor a economía, política y costumbrismo cultural. Ese que aun con el paso del tiempo se conserva, sin desconocer que de una u otra manera ha sufrido modificaciones, esas que en algún momento pueden tornarse convenientes y positivas y otras que no lo son tanto.

En este caso en particular se puede ver como la plaza de mercado del municipio en mención, juega un papel definitivo y representativo en el ámbito socio económico de éste, ya que ha propiciado los espacios necesarios de cierta manera para que un número de familias obtengan su sustento. Siendo uno de ellos los graneros ubicados al interior de esta plaza de mercado.

Estos graneros por lo general son de tipo familiar, los cuales tienen sus orígenes hace mucho tiempo atrás, donde la principal actividad económica es la compra y venta de productos de la canasta familiar.

Hoy por hoy se ve con asombro como han logrado sostenerse dentro del mercado, aun con sus prácticas comerciales que se fundamentan en la experiencia, esa que a su vez ha sido transmitida de generación en generación. Atendiendo a esta última característica los actuales propietarios, deben generar el relevo generacional, inculcando en las personas más allegadas valores muy puntuales como la honestidad, transparencia, responsabilidad, compromiso, solidaridad, unidad, perseverancia y trabajo en equipo, aspectos que marcaran una pauta en su desarrollo a futuro. Donde no se debe desconocer que en el ámbito comercial

la valoración de los clientes, es lo más importante para el posicionamiento y la duración de las empresas.

Una de las fortalezas que caracteriza a los propietarios de los graneros, es su capacidad para defenderse en situaciones de crisis económica, generando sus propios ingresos, y donde ellos creen que son suficientes para la subsistencia propia y de los negocios, sin embargo la gran debilidad se encuentra del lado del control y manejo de estos, pues se fundamentan en la experiencia obtenida a través de los años y la observación de sus productos para darse cuenta, que le falta al servicio de la venta y cuando es hora de comprarlo, además no tienen una información precisa de su inventario ni del manejo de los créditos.

También se nota, como ante los cambios constantes y la globalización de la economía, la incorporación a la parte laboral y el aporte de la mujer es básico, puesto que permite la funcionalidad del núcleo familiar y su armonización, ya que genera unos vínculos de comunicación y confianza, que son fundamentales a su vez en la estabilización de la empresa.

Con el paso de los días el área comercial va imponiendo ciertos referentes de desarrollo y operacionalidad, donde quienes tienen algún tipo de empresa de este sector deben generar pautas que le permitan ir a la vanguardia de dichas exigencias. En ese sentido aparece el uso correcto de la contabilidad, la cual se torna como una herramienta de desarrollo, puesto que ésta permite potenciar la empresa en aras del éxito. Pero de manera asombrosa se ve que en la actualidad aún prevalece el paradigma de si es o no necesaria y productiva la idea de llevar contabilidad de manera correcta, en el diario funcionamiento de las pequeñas, medianas y grandes empresas.

Atendiendo a dicho interrogante se realizó una encuesta a cinco de los propietarios de los graneros ubicados al interior de la plaza de mercado de

Santander de Quilichao, donde se pretendió conocer cuál es la actitud de ellos frente al uso de la contabilidad en sus negocios.

Cabe resaltar que aun cuando la muestra a la que se le aplicó la encuesta es relativamente pequeña como para afirmar algo, se puede decir que hay una tendencia generalizada en algunos de los propietarios de los graneros ubicados al interior de la plaza de mercado de Santander de Quilichao de **rechazo y predisposición** hacia el uso de la contabilidad en sus negocios, lo cual hace que se evite el uso de ésta en sus graneros, esto se pudo apreciar debido a que ellos consideran la contabilidad como una obligación, **de igual forma niegan toda posibilidad de ser beneficiados al utilizarla en sus graneros.**

Estas personas justifican su actitud de rechazo frente al uso de la contabilidad para no mostrar una incongruencia e incoherencia, de esta forma expresan sus actitudes con relación a su comportamiento, agregándole como soporte un argumento válido y por ende justificable a su actitud. Algunas de las justificaciones que fueron expresadas por ellos es que el uso de la contabilidad solo es necesaria para empresas grandes.

Hay otros entrevistados que presentan una<sup>37</sup> disonancia cognitiva al tener relación y congruencia entre sus pensamientos (cognición) y sus acciones, (comportamiento) ya que conocen los beneficios que trae consigo el utilizar la contabilidad y no la utilizan, y rechazan toda posibilidad de implementarla en sus graneros.

Es importante resaltar que cuando un sujeto experimenta una disonancia cognitiva, este se hace consciente de la incoherencia de las actitudes que ha expresado en relación de lo que piensa y lo que hace, lo que lleva al sujeto a

---

<sup>37</sup> Myers, Op. Cit Pág.157

tomar una nueva actitud, modificando por ende su comportamiento, en este orden de ideas se pretende que los participantes que experimentaron esta disonancia cognitiva a largo plazo tomen una actitud coherente y congruente con lo que piensan y hacen.

Teniendo en cuenta todo lo anterior se puede concluir que si los propietarios de los graneros se decidieran a implementar contabilidad en sus negocios se verían altamente beneficiados, aun cuando son pequeñas empresas. Puesto que tendrían la facilidad de identificar las posibles fallas que tienen en su diario acontecer comercial, además de saber de forma inmediata si les resulta o no rentable su negocio.

Al conocer la información de forma clara, concisa y fidedigna estarían en la capacidad de diseñar nuevas estrategias que tengan de trasfondo el crecimiento de sus ventas, y por ende su permanencia en el mercado.

Mediante un trabajo de sensibilización con los propietarios de los graneros, se debe buscar formas para que ellos rompan el paradigma cultural del “NO es importante y NO sirve para nada” sientan que es trascendente e importante.

Dentro de este procedimiento es que las partes tratadas y valoradas deben entender, comprender y realizar mediante un proceso encaminado al ser humano y al manejo administrativo de sus empresas, que solo mediante la consolidación del camino en su ámbito comercial pueden competir con eficiencia y seguridad en el desarrollo de sus actividades diarias, con el pleno convencimiento de que lo logrado es lo mejor.

Por otra parte cabe resaltar que las autoridades competentes en este campo deben vincularse en dicho proceso, para que así de manera mancomunada se logren objetivos que resulten verdaderamente significativos

## 6. BIBLIOGRAFIA

Código De Comercio Colombiano.

Decreto reglamentario 2649 de 1993.

Cristóbal Gonzales. Secretaria de Recreación y Cultura. Santander de Quilichao, Cauca.

BATISTA J, Enrique E. Escala de Actitudes. Editorial Copiyepes Junio de 1982. Pág. 5.

CADENA DURÁN, Olga Lucia. Tiendas y Galerías. En: De las galerías y sus alrededores, pág.3

CORAL, Lucy; GUDIÑO, Emma. Contabilidad Universitaria. Sexta Edición, Mc Graw Hill. pág. 3.

CRISTÓBAL GONZALES. En. Secretaria de Recreación y Cultura. Santander de Quilichao, Cauca.

DAWEN. Robyn M. Fundamentos y Técnicas de Medición de Actitudes. Editorial Limusa 1975. Pág. 29.

DIAZ, Hernando. Contabilidad General, Enfoque práctico con aplicaciones informáticas. Segunda Edición. Pág. 201

HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto. Metodología de la Investigación. McGraw-Hill, Cuarta Edición. Pág. 100

LERMA GONZALEZ, Héctor Daniel. Metodología de la investigación. Propuesta, Anteproyecto y Proyecto. Eco Ediciones.

MYERS, David. Psicología social. Editorial Mc Graw-Hill Interamericana S.A. Bogotá.2000. pág.150

MOLINA GARCÍA, Amparo. Santander de Quilichao Historia, Presente y Futuro. Segunda Edición. 2007.

PAZ ZABALA. Enrique, Introducción a la contaduría Fundamentos. Onceava edición. Pág. 20.

PLAN UNICO DE CUENTAS. Decreto Reglamentario 2649 de 1993, Articulo 3. Edición 2008.

RIGOBERTO BANGUERO. En. Universidad del Cauca, Zona Norte. Santander de Quilichao. Cauca

SANZ, Carlos Javier. Diccionario económico, contable y financiero. Gestión 2000. Pág. 28.

SINISTERRA, Gonzalo V.; POLANCO, Luis Enrique; ENAO, Harvey. Contabilidad, Sistema de Información para las Organizaciones. Cuarta Edición. Mc Graw Hill. Pág. 2.

TELLO RENGIFO, Guillermo. Para la Historia Administrativa de Santander, Memorias. 1976. Pág.63.

WHITTAKER, James O. Psicología. Editorial interamericana S.A de C.V. Mexico.1971. Pág. 575.



## 7. ANEXOS

### ANEXO A.

#### ENCUESTA PARA CONOCER LA OPINION DE LOS PROPIETARIOS HACERCA DEL USO DE LA CONTABILIDAD EN SUS NEGOCIOS.

##### Primera sección

**Instrucciones:** en esta primera sección se presentaran 12 preguntas acerca de su opinión sobre contabilidad, solo se permite subrayar una sola opción, no deje respuestas sin responder ya que el cuestionario se anula. Si existe una duda con alguna palabra no dude en preguntar con gusto le respondemos. Antes señale Nombre, sexo y escolaridad cursada.

Nombre \_\_\_\_\_ Apellido \_\_\_\_\_

Sexo ( ) Masculino y/o ( ) Femenino

Escolaridad: ( ) Primaria; ( ) secundaria; ( ) Preparatoria ( ) Universidad

1. La contabilidad puede ayudarme en mi granero (positiva)

1. totalmente de acuerdo
2. De Acuerdo
3. Indiferente
4. En desacuerdo
5. Totalmente en desacuerdo

2. Si utilizo la contabilidad en mi negocio puedo tener mejores resultados en la rentabilidad de mi granero. (positiva).

1. totalmente de acuerdo
2. De Acuerdo
3. Indiferente
4. En desacuerdo
5. Totalmente en desacuerdo

3. El manejo de la contabilidad que utilizo diario en mi granero daría mejores resultados si recibiera formación en contabilidad.(positiva)

1. totalmente de acuerdo
2. De Acuerdo
3. Indiferente
4. En desacuerdo
5. Totalmente en desacuerdo

4. Es igual llevar contabilidad en mi granero que no utilizarla, obtendré las mismas ganancias (Negativa).

1. totalmente de acuerdo
2. De Acuerdo
3. Indiferente
4. En desacuerdo
5. Totalmente en desacuerdo

5. No me siento preparado para llevar de forma correcta la contabilidad en mi granero (positiva).

1. totalmente de acuerdo
2. De Acuerdo
3. Indiferente
4. En desacuerdo
5. Totalmente en desacuerdo

6. si me brindaran orientaciones de cómo utilizar de forma correcta la contabilidad en mi negocio, yo la pondría en práctica (positiva).

1. totalmente de acuerdo
2. De Acuerdo
3. Indiferente
4. En desacuerdo
5. Totalmente en desacuerdo

7. La contabilidad ayuda incrementar la rentabilidad en las empresas pequeñas como grandes (Positiva).

1. totalmente de acuerdo
2. De Acuerdo
3. Indiferente
4. En desacuerdo
5. Totalmente en desacuerdo

8. Está de acuerdo con la afirmación según la cual el uso de la contabilidad en los negocios solo beneficia al estado (Negativa)

1. totalmente de acuerdo
2. De Acuerdo
3. Indiferente
4. En desacuerdo
5. Totalmente en desacuerdo

9. Si tengo rentabilidad en mi negocio sin hacer uso de la contabilidad es por que no es necesaria. (Negativa)

1. totalmente de acuerdo
2. De Acuerdo
3. Indiferente
4. En desacuerdo
5. Totalmente en desacuerdo

10. Los contadores son los mas beneficiados cuando se utiliza la contabilidad (Negativa)

1. totalmente de acuerdo
2. De Acuerdo
3. Indiferente
4. En desacuerdo
5. Totalmente en desacuerdo

11.El éxito de la rentabilidad de un negocio no es por la contabilidad que se maneje sino por la atención que se brinde a los clientes. (Negativa)

1. totalmente de acuerdo
2. De Acuerdo
3. Indiferente
4. En desacuerdo
5. Totalmente en desacuerdo

12.Siempre en los negocios van a ver perdidas, fenómeno que la contabilidad no puede predecir ni detener. (Negativa)

1. totalmente de acuerdo
2. De Acuerdo
3. Indiferente
4. En desacuerdo
5. Totalmente en desacuerdo

## ANEXO B.

### ENCUESTA PARA CONOCER LOS PROCESOS UTILIZADOS EN EL MANEJO DIARIO EN LOS GRANEROS UBICADOS EN EL INTERIOR DE LA PLAZA DE MERCADO DE SANTANDER DE QUILICHAO

Nombre: .....

Nombre del establecimiento: .....

1. ¿Que entiende usted por Inventario?
2. ¿Cómo calcula el valor de su inventario?
3. ¿Cómo sabe cual es la rotación de su inventario?
4. ¿Cómo sabe cuales y que cantidad debe comprar de determinados productos?
5. ¿Cada cuanto lo visitan sus proveedores?
6. ¿Cuántos proveedores directos lo atienden, y cuantos son distribuidoras?
7. ¿Realiza compras de contado o a crédito?
8. ¿Cuál es el plazo de pago que le dan con la mercancía que compra a crédito?
9. ¿Cómo sabe usted cuanto fueron sus ingresos por venta diaria?

10. ¿Cómo sabe cuáles son los productos que representan un mayor nivel de venta y por ende mayor ingreso?
11. ¿Cómo calcula el precio de venta por producto?
12. ¿Como sabe usted que su negocio es rentable?
13. ¿Cuál es su principal competidor en el mercado y porque?
14. ¿Cuántas personas trabajan en su negocio?
15. ¿El nivel de gastos que tiene su negocio se pueden cubrir con los ingresos recibidos?
16. ¿Usted como propietario tiene un salario fijo mensual?
17. ¿Esta es su principal fuente de ingresos?
18. ¿Usted puede disponer de los ingresos diarios para sus gastos sin que perjudique su negocio?
19. ¿Cómo maneja los créditos con sus clientes?

## ANEXO C

### FOTOGRAFÍAS DE ALGUNOS GRANEROS UBICADOS EN EL INTERIOR DE LA PLAZA DE MERCADO DE SANTANDER DE QUILICHAO –CAUCA



