

**Propuesta de una Empresa Asociativa para los Comerciantes del Barrio  
Bicentenario de la ciudad de Yopal Casanare**

**Reinaldo Salamanca**

**Universidad Nacional Abierta y a Distancia –UNAD- Escuela de Ciencias  
Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios**

**Programa de Gestión de Empresas Asociativas y Organizaciones  
Comunitarias.  
Yopal. 2016**

**Propuesta de una Empresa Asociativa para los Comerciantes del Barrio  
Bicentenario de la ciudad de Yopal Casanare**

**Proyecto de Grado para optar el título de Tecnólogo en Gestión de  
Empresas Asociativas y Organizaciones Comunitarias.**

**Reinaldo Salamanca**

**Director de proyecto de grado:  
Cristian Orlando Ávila**

**Universidad Nacional Abierta y a Distancia –UNAD- Escuela de Ciencias  
Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios**

**Programa de Gestión de Empresas Asociativas y Organizaciones  
Comunitarias.  
Yopal. 2016**

**Nota de aceptación**

---

---

---

---

---

---

**PRESIDENTE DEL JURADO**

---

**JURADO**

---

**JURADO**

**Yopal Casanare**  
**Diciembre de 2016.**

## Contenido

<b>1</b>	<b>Ubicación del problema a investigar</b> .....	<b>8</b>
1.1	<b>Planteamiento del problema</b> .....	<b>8</b>
1.2	<b>Formulación</b> .....	<b>9</b>
1.3	<b>Formulación de objetivos</b> .....	<b>9</b>
1.3.1	<b>Objetivo general.</b> .....	<b>9</b>
1.3.2	<b>Objetivos específicos.</b> .....	<b>10</b>
1.4	<b>Delimitación del problema</b> .....	<b>10</b>
1.5	<b>Justificación del problema</b> .....	<b>10</b>
<b>2.</b>	<b>Marcos de referencias y sistemas de hipótesis</b> .....	<b>11</b>
2.1	<b>Marco Conceptual</b> .....	<b>11</b>
2.2	<b>Marco teórico</b> .....	<b>17</b>
2.3	<b>Marco Legal</b> .....	<b>23</b>
2.4.	<b>Hipótesis</b> .....	<b>26</b>
2.5	<b>Operacionalización de hipótesis</b> .....	<b>26</b>
<b>3.</b>	<b>Metodología de la Investigación</b> .....	<b>27</b>
3.1	<b>Tipo de investigación.</b> .....	<b>27</b>
3.1.1	<b>Investigación de acción participativa.</b> .....	<b>27</b>
3.2	<b>Población</b> .....	<b>28</b>
3.3	<b>Muestra</b> .....	<b>28</b>
3.3.1	<b>Muestra Aleatoria Simple.</b> .....	<b>29</b>
3.4	<b>Técnicas e instrumentos para la recolección de la información</b> .....	<b>29</b>
3.4.1	<b>Investigación por Encuesta.</b> .....	<b>29</b>
3.4.2	<b>Preguntas cerradas o estructuradas</b> .....	<b>30</b>
3.5	<b>Técnicas e instrumentos para el análisis de la información</b> .....	<b>30</b>
<b>4.</b>	<b>Trabajo de Campo</b> .....	<b>31</b>
4.2.3	<b>Aspecto organizativo y sus respectivas gráficas.</b> .....	<b>41</b>
<b>5</b>	<b>Resultados</b> .....	<b>44</b>
5.1	<b>Análisis de resultado mediante matriz DOFA.</b> .....	<b>44</b>
5.2	<b>Cooperativas.</b> .....	<b>46</b>
5.3	<b>Organigrama de las Cooperativas.</b> .....	<b>47</b>
	<b>Asamblea general.</b> .....	<b>48</b>

<b>6 Recursos para la ejecución de la propuesta.....</b>	<b>49</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>50</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>51</b>
<b>Referencias Bibliográficas .....</b>	<b>52</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>54</b>
<b>Anexo A.....</b>	<b>54</b>
<b>Formato de encuesta. ....</b>	<b>54</b>
<b>Anexo B.....</b>	<b>56</b>
<b>Tabulación de la encuesta.....</b>	<b>56</b>

## **Introducción**

Desde comienzos de la historia los seres humanos sienten la necesidad de agruparse para poder sobrevivir, y es a través de la organización donde se han logrado grandes cambios sociales. El presente proyecto, considerando la situación del departamento de Casanare y en especial la de su capital Yopal, en términos económicos, se quiere fortalecer el comercio del barrio bicentenario por medio de una organización solidaria empresarial.

Las organizaciones del sector solidario surgen por iniciativa de una comunidad que decide asociarse a través de la cooperación y la ayuda mutua, uniendo recursos humanos y económicos como herramientas para resolverlos problemas y/o necesidades o desarrollar proyectos productivos comunes para el bienestar de ese colectivo.

De este modo nace la idea de crear una organización para los comerciantes del barrio bicentenario de la ciudad de Yopal, con el fin de hacer frente a la ardua competencia de la mayoría de centros comerciales presentes a sus alrededores, que les permita fortalecer el comercio del barrio y mejorar su calidad de vida. Para lo cual se llevará a cabo un estudio de mercado por medio del cual se evalué cuantitativamente y cualitativamente la situación de la población objeto de estudio y sus alrededores, identificando las necesidades a combatir y las oportunidades para mejorar condiciones.

De acuerdo a informe de Cámara de Comercio de Casanare (2014), mediante el Registro Único Empresarial y Social (RUES) en Casanare se han creado un total de 2.964 empresas de economía solidaria. Dirigiendo su estrategia hacia el fomento y fortalecimiento

del sector solidario por medio de transversalidad y articulación interinstitucional para contribuir a la competitividad, productividad, generación y formalización del empleo y el bienestar social integral. Igualmente, busca posicionar el modelo solidario y promover la aplicación de sus principios desde la generación de conocimiento y la inclusión de la racionalidad solidaria en la sociedad colombiana mediante procesos educativos y culturales.

Se espera que los resultados respondan a las expectativas y estimulan el interés del tema, fortaleciendo y desarrollando estrategias para transformar elementos personales, familiares, organizacionales y empresariales que inciden en el bienestar de muchos comerciantes, no solo en el barrio donde se centra el proyecto sino en todo el municipio.

# 1 Ubicación del problema a investigar

## 1.1 Planteamiento del problema

Según el Plan Básico de Ordenamiento territorial municipio de Yopal (2003): “El barrio bicentenario pertenece a la comuna II Calixto Zambrano”, considerado el segundo barrio en importancia en cuanto a su extensión, número de habitantes (12.000) y comercio. Se caracteriza por su dinamismo en el comercio, pertenece a los estratos 2 y 3, de los cuales un 51 % son del sexo femenino y un 49% al sexo masculino. El barrio sustenta sus recursos económicos principalmente de la actividad comercial formal, allí encontramos tienda de ropas, de bicicletas, venta de minutos, celulares, expendio de carnes, restaurantes de diferentes tipos, asaderos de pollos, tiendas, mini mercados, autoservicios entre otros.

Mediante reiteradas quejas de comerciantes dueños de establecimientos comerciales en el barrio (Bicentenario) de la ciudad de Yopal (Casanare), quejas que van desde el cierre de varios establecimientos comerciales, disminución en ventas, despido de personal, pérdida de clientes fieles y poca circulación monetaria; todo esto por la cercanía de los almacenes de cadena que están ubicados a pocas cuadras del barrio, se tiene la necesidad de llevar a cabo un proyecto de desarrollo social comunitario mediante la conformación una organización solidaria empresarial, para barrio bicentenario de la ciudad de Yopal, como una de las posibles soluciones para el fortalecimiento en el mercado local.

Este proyecto de emprendimiento social solidario es una idea que se divulgará y socializará con la comunidad del barrio en especial los comerciantes, la cual tomará gran importancia e interés debido a la necesidad que existe. El proyecto beneficiará a los



comerciantes del barrio Bicentenario conformado por 220 comerciantes aproximadamente, de los cuales la mayoría serán asociados de este proyecto.

Mediante esta agremiación se pretende obtener beneficios que trae la asociatividad tales como: Disminuir costos, acrecentar capitales e infraestructura, acceder a nuevos mercados, aplicar nuevas formas de hacer negocios, modernización empresarial, reconversión, complementar capacidades, producción y elaboración, fabricación, conjugar experiencia, competitividad, técnica, investigación, desarrollo e innovación.

Lo expuesto anteriormente permite reconocer las necesidades de realizar una investigación que permita identificar cual sería la empresa asociativa que brinde a la población en mención un mayor ingreso económico, que les permita aportar significativamente a su grupo familiar y mejorar su calidad de vida.

## **1.2 Formulación**

¿Qué empresa asociativa es la más viable, para la agrupación de los comerciantes del barrio Bicentenario de la ciudad de Yopal Casanare, que les permita fortalecer el comercio y mejorar su calidad de vida?

## **1.3 Formulación de objetivos**

### **1.3.1 Objetivo general.**

Proponer una empresa asociativa que vincule a los comerciantes del barrio Bicentenario de la ciudad de Yopal, la cual les permita fortalecer el comercio y mejorar su calidad de vida.

### **1.3.2 Objetivos específicos.**

Realizar una investigación de mercado que permita determinar los recursos, oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas en la creación de una empresa asociativa en la población estudiada.

Identificar los requerimientos legales, técnicos, administrativos y sociales, necesarios para llevar a cabo el proyecto asociativo.

Realizar un análisis económico-financiero que permita determinar la viabilidad de la creación de la empresa asociativa.

## **1.4 Delimitación del problema**

El estudio de esta propuesta se llevara a cabo, consultando a los comerciantes formales ubicados entre la carrera 25 y carrera 27 y, entre las calles 19, 20 y 21 del barrio bicentenario de la ciudad de Yopal Casanare.

## **1.5 Justificación del problema**

Para la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) la investigación es una prioridad en la tarea de potenciar el aprendizaje autónomo en los estudiantes, en tal sentido, al llevar a cabo este proyecto aplicado en el área de las empresas asociativas y organizaciones comunitarias, se podrá articular los procesos de investigación con la propuesta pedagógica, para obtener el título de tecnólogo.

La razón de esta propuesta radica en brindar una posible solución a la difícil situación actual de los comerciantes del barrio Bicentenario de la ciudad de Yopal, mediante la propuesta de creación de una empresa asociativa, que les permita fortalecer el comercio local, obtener los beneficios que trae la asociatividad, disminuir las amenazas comerciales de competencias de los almacenes de cadena por su cercanía al barrio y mejorar las condiciones de vida de sus familias.

## **2. Marcos de referencias y sistemas de hipótesis**

### **2.1 Marco Conceptual**

Ante la necesidad de conformación de una empresa asociativa para los comerciantes del barrio bicentenario de la ciudad de Yopal Casanare, la Economía Solidaria, ofrece un amplio espacio conceptual correspondiente a las necesidades de esta población.

Ley 454 de 1988. Marco conceptual de la economía solidaria, crea Dansocial, Supersolidaria y Fogacoop. Define la economía solidaria de la siguiente forma:

Artículo 2°. Definición. Para efectos de la presente ley denominase Economía Solidaria al sistema socioeconómico, cultural y ambiental conformado por el conjunto de fuerzas sociales organizadas en formas asociativas identificadas por prácticas autogestionarias solidarias, democráticas y humanistas, sin ánimo de lucro para el desarrollo integral del ser humano como sujeto, actor y fin de la economía.

Acerca de las organizaciones del sector solidario. Las organizaciones del sector solidario surgen por iniciativa de una comunidad que decide asociarse a través de la cooperación y la ayuda mutua, uniendo recursos humanos económicos como herramientas para resolverlos problemas y/o necesidades o desarrollar proyectos productivos comunes para el bienestar de ese colectivo.

Tipos de organizaciones. En Colombia puede hablarse de dos grandes sistemas que funcionan dentro del sector: primero. Organizaciones solidarias de desarrollo conformadas por Corporaciones o asociaciones, fundaciones, grupos de voluntariado y organismos de acción social. Segundo. Organizaciones de economía solidaria conformadas por cooperativas y pre cooperativas, fondos de empleados y asociaciones mutuales.



*Fuente:* ABC del sector solidario (2016). Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias

## **Organizaciones de economía solidaria**

“**Cooperativas.** Son asociaciones autónomas de personas agrupadas voluntariamente para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa que se posee en conjunto y se controla democráticamente. Su objetivo es producir o distribuir conjunta y eficientemente bienes o servicios para satisfacer las necesidades de sus asociados y de la comunidad en general.

En Colombia, las cooperativas se dividen en razón del desarrollo de sus actividades de la siguiente manera:

**Cooperativas especializadas:** Se organizan para atender una necesidad específica correspondiente a una sola rama de actividad económica, social y cultural. Estas cooperativas podrán ofrecer servicios diferentes a los establecidos en su objeto social mediante convenios con otras cooperativas.

**Cooperativas multiactivas:** Se constituyen para atender varias necesidades mediante la concurrencia de servicios (para sus asociados) en una sola entidad jurídica. Los servicios se organizan en secciones independientes según las características de cada tipo especializado de cooperativa.

**Cooperativas integrales:** Son aquellas que en desarrollo de su objeto social, realizan dos o más actividades conexas y complementarias de producción, distribución, consumo y prestación de servicios (a sus asociados).

**Pre-cooperativas.** Son grupos que bajo la orientación y participación de una entidad promotora se organizan para realizar actividades permitidas a las cooperativas. Estas

organizaciones por carecer de capacidad económica, educativa, administrativa o técnica no están en posibilidad inmediata de organizarse como cooperativas.

Las pre-cooperativas deben evolucionar a cooperativas en un término de cinco (5) años, prorrogables a juicio de la Superintendencia de la Economía Solidaria por un plazo igual.

**Pre-cooperativas y cooperativas de trabajo asociado.** Son organizaciones sin ánimo de lucro pertenecientes al sector de la economía solidaria, que asocian personas naturales que simultáneamente son dueñas y gestoras de la empresa, contribuyen económicamente y son aportantes directas de su capacidad de trabajo para el desarrollo de actividades económicas, profesionales o intelectuales, con el fin de producir en común bienes, ejecutar obras o prestar servicios para satisfacer las necesidades de sus asociados y de la comunidad en general.

**Fondos de empleados.** Son organizaciones del sector de la economía solidaria que se caracterizan por ser de derecho privado, sin ánimo de lucro y están constituidos por trabajadores dependientes, trabajadores asociados o por servidores públicos, que con el objetivo de propender por el bienestar de sus asociados, ofrecen servicios de ahorro y crédito.

**Asociaciones mutuales.** Son personas jurídicas de derecho privado, sin ánimo de lucro, constituidas libre y democráticamente por personas naturales inspiradas en la solidaridad, con el objeto de brindarse ayuda recíproca frente a riesgos eventuales y satisfacer sus necesidades mediante la prestación de servicios de seguridad social.

**Corporaciones y asociaciones** Son entes jurídicos sin ánimo de lucro que surgen de un acuerdo de voluntades entre dos (2) o más personas vinculadas mediante aportes en dinero, especie o actividad, en orden a la realización de un fin de beneficio social gremial o de utilidad común.

### **Fundaciones**

Son personas jurídicas sin ánimo de lucro que nacen de la voluntad de una o varias personas naturales o jurídicas.

Su finalidad es propender por el bienestar común y el desarrollo de actividades benéficas o de utilidad común, bien sea de un sector en particular de la población o de toda la comunidad.

### **Organizaciones comunales**

La Ley 743 de 2002 define la acción comunal como una expresión social organizada, autónoma y solidaria de la sociedad civil, cuyo propósito es promover un desarrollo integral, sostenible y sustentable, construido a partir del ejercicio de la democracia participativa en la gestión del desarrollo de la comunidad. Conjunto de acciones de interés general desarrolladas por personas naturales o jurídicas, que ejercen su acción de servicio a la comunidad en virtud de una relación de carácter civil y voluntario.

### **Voluntariado**

Los voluntarios son personas naturales que libre y responsablemente, sin recibir remuneración de carácter laboral, ofrecen tiempo, trabajo y talento para la construcción del

bien común en forma individual o colectiva, en organizaciones públicas, privadas o fuera de ellas.

A continuación relacionamos otros conceptos a fines con este proyecto”

**Autogestión.** Forma superior de participación de los trabajadores en la gestión de la economía y en la conducción del estado y de la sociedad, con lo cual se elimina la marginalidad, se construye y se consolida la democracia real.

**Comunidad.** Reunión de personas que viven juntas bajo las mismas reglas. Relación jurídica de dominio en que la propiedad de una cosa pertenece a varios dueños, sin fijación real y divisa en partes determinadas.

**Desarrollo sostenible.** Desarrollo que satisface las necesidades presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades.

**Solidaridad.** Entera comunidad de intereses y responsabilidades, sentimiento compartido por una pluralidad de individuos de pertenecer a un mismo grupo social.

**Calidad de vida.** Concepto utilizado para evaluar el bienestar social general de individuos y sociedades por sí, es decir, informalmente la calidad de vida es el grado en que los individuos o sociedades tienen altos valores en los índices de bienestar social.



## 2.2 Marco teórico

Robert Owen afirma: “La solidaridad dentro de la economía: instrumento de equidad para jugar un papel determinante en la erradicación de la pobreza y del hambre, promover la igualdad de género y la autonomía de la mujer, el logro de la educación básica primaria sin exclusión y la reducción de la mortalidad infantil, entre otros factores de inclusión social que reduzcan la brecha entre ricos y pobres” (Zabala, 1998).

Max Weber dice: “La solidaridad es la característica de aquellas relaciones sociales en que la acción de cada uno de los partícipes se imputa a todos los demás. Sus elementos son las nociones de igualdad/fraternidad, junto a la de unidad/indivisibilidad frente al exterior” (V Congreso de Pedagogía y Cultura Solidaria, 2004).

Max Weber dice: “La inmensa mayoría de las relaciones sociales participan en parte de la comunidad y en parte de la sociedad. Toda relación social, aun aquella más estrictamente originada en la persecución racional de algún fin (la clientela, por ejemplo) puede dar lugar a valores afectivos que trasciendan de los simples fines queridos. Toda sociedad que exceda en términos de una mera unión para un propósito determinado y que no estando limitada de antemano a ciertas tareas, sea de larga y de lugar a relaciones sociales de las mismas personas como las sociedades creadas dentro de un mismo cuadro militar, en una misma oficina, en un mismo taller, tiene de en menor o mayor grado a fomentar los afectos aludidos. Por el contrario, una relación que por sentido normal es una comunidad, puede estar orientadas por todos o por parte de sus partícipes con arreglo a ciertos fines

racionalmente sopesados. Hasta qué punto un grupo familiar, por ejemplo, es sentido como comunidad o bien utilizado como sociedad, es algo que se presenta como grados diversos.

“La solidaridad es lo que hace que los grupos humanos permanezcan enteros y, en consecuencia, sin solidaridad los seres humanos no actúen ni como grupos ni como humanos. La solidaridad es una forma general de la sociedad, el desarrollo humano es el desarrollo de la solidaridad” Emilio Durkheim.

De hecho, una forma de comprender el hecho cooperativo moderno es aquella que habla del equilibrio entre dos racionalidades (Azkarraga, 2007): una *racionalidad económico-instrumental*, cuyo objetivo consiste en convertir la acción empresarial en exitosa, y cuyo norte es la adaptación funcional a las reglas del mercado; otra *racionalidad valorativa*, desde la que se pretende conjugar la mencionada racionalidad económica con un fondo de humanidad, acompañarla con unos valores, unos principios democráticos, una ética comunitaria. A partir de esta segunda racionalidad, el cooperativismo representa una *comunidad de sentido*, una acción socio empresarial inserta en una visión más amplia sobre la buena sociedad.

La reapropiación material de los medios de existencia, es decir, la socialización de los medios de producción, no es *per se* una garantía de enfrentar adecuadamente la crisis socio-ecológica (aunque sí ubica al actor en una situación social de responsabilidad directa, en la medida en que es el propietario y el sujeto de decisión de la acción empresarial).

Parafraseando a Fernández Durán cuando se refería al metabolismo del capitalismo global (Fernández Durán, 2010:6), la empresa cooperativa puede crecer con un consumo creciente

de inputs biofísicos (materiales y energía), ocasionando importantes impactos en el entorno, para ser posteriormente procesados por un sistema tecnológico y organizativo con el concurso fundamental del trabajo humano (no asalariado, sino cooperativo); ambos procesos engendran importantes outputs biofísicos (residuos y emisiones) que son vueltos a lanzar al medio natural.

“La solidaridad es la responsabilidad contraída por un grupo de personas para prestarse apoyo en el proceso que surge de las prácticas de la ayuda mutua y la cooperación, como un concepto y un valor que contribuye a la integración de los miembros de una comunidad, bajo el presupuesto de la igualdad entre las personas que hacen parte de una empresa asociativa, por encima de cualquier noción de superioridad o inferioridad [...] La solidaridad en las empresas de economía solidaria es una actitud recíproca, un respaldo económico y social mutuo como resultado de las aportaciones que hacen sus asociados para constituir su propiedad social. La solidaridad se presenta en dos variables: la horizontal que hace relación a los asociados entre sí; y la vertical que se refiere a los asociados frente a su empresa y hacia otras empresas asociativas” (Zabala, 1998).

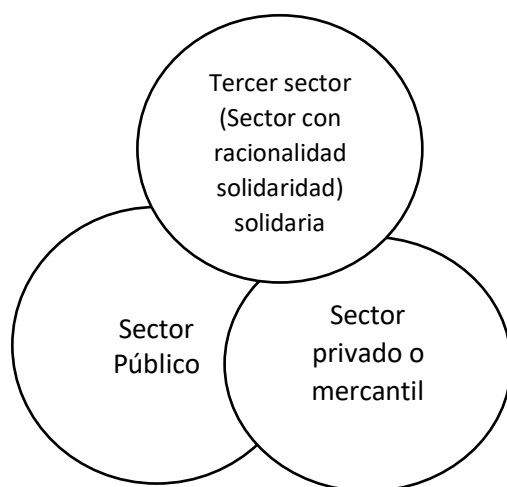
A lo largo de la historia los seres humanos han sentido la necesidad de cooperar entre ellos y asociarse para satisfacer sus necesidades y lograr sus propósitos, para ello han creado diversas y múltiples formas asociativas y de organización.

La asociatividad “es un mecanismo de cooperación por el cual se establecen relaciones y/o articulaciones entre individuos y/o grupos de personas tras un objetivo común” (Perales Laverde, 2002).

Elementos de la asociatividad	Ventajas de la asociatividad
Confianza	Disminuir costos
Comunicación permanente	Acrecentar capitales e infraestructura
Participación	Acceder a nuevos mercados
Compromiso	Aplicar nuevas formas de hacer negocios
Competencia y cultura de cooperación	Modernización empresarial y reconversión
Reciprocidad	Complementar capacidades, producción, elaboración y fabricación.
Liderazgo y trabajo en equipo	Conjugar experiencia, competitividad y técnica.
Compartir riesgos	Investigación, desarrollo e innovación.

**Sector solidario.** Las diferentes empresas existentes se pueden agrupar en tres (3) sectores de acuerdo con sus propias características económicas, sociales y culturales, es así como las empresas estatales se agrupan en el sector público, las empresas con ánimo de lucro en el sector privado y aquellas que se caracterizan por el trabajo asociativo y redistribución de sus excedentes en beneficio de sus asociados con prácticas basadas en la solidaridad, se agrupan en el sector solidario.

En el siguiente esquema representa los tres sectores en el país, sector privado, sector público y un tercer sector representado por el sector solidario caracterizado por el trabajo asociado.



La economía solidaria se plantea también como una propuesta alternativa de desarrollo, al proponer otras formas de hacer economía que involucran a los sectores sociales más pobres, eliminando su exclusión, marginalidad y discriminación. Es decir, para alcanzar un desarrollo económico comunitario y una mayor cohesión social, se propician nuevas modalidades de acción dirigidas a:

- Estimular la capacidad creativa e innovadora de los individuos organizados;
- Potenciar el capital humano y la participación social;
- Satisfacer necesidades y aspiraciones comunes;
- Favorecer la autoestima y proporcionar seguridad personal y grupal mediante el desarrollo conjunto de actividades económico-sociales.

La existencia de este tercer sector solidario de la economía contribuye a:

- La formación del tejido social.
- La generación de ingresos.
- La construcción de confianza.
- El desarrollo comunitario.
- La cohesión social.
- La distribución equitativa de la riqueza.
- El fortalecimiento del capital social.

Desde la perspectiva de la economía solidaria, se hacen además replanteamientos a los tradicionales modelos de desarrollo por cuanto se considera que la finalidad de cualquier proceso de cambio debe ser la plena realización de la persona humana (en lo

individual y social). Esta reformulación del desarrollo económico con base en la persona humana encuentra su expresión teórica en conceptos como el del “desarrollo a escala humana” planteado por Manfred Max-Neef (1993). Para ese economista, el desarrollo se asienta sobre tres pilares: la satisfacción de las necesidades humanas fundamentales tanto de naturaleza existencial (ser, tener, hacer, estar) como axiológica (subsistencia, protección, afecto, entendimiento, participación, ocio, creación, identidad y libertad); la auto dependencia (basada en la participación en las decisiones, la creatividad social, la autonomía política y la tolerancia frente a la diversidad de identidades); y la articulación orgánica de los seres humanos con la naturaleza y la tecnología (se trata de diseñar y utilizar tecnologías eco-humanistas que garanticen la sustentabilidad de los recursos naturales para el futuro).

Esa forma de concebir el desarrollo conlleva implícita la idea que deben existir diferentes proyectos políticos, individuales y colectivos, capaces de potenciarse entre sí, y no solamente un proyecto único, en manos del Estado o como expresión de una clase dominante. Un desarrollo a escala humana debe entonces conciliar la promoción desde afuera con las iniciativas desde adentro, pues difícilmente la acción espontánea de grupos locales o de individuos aislados puede trascender si no es potenciada por acciones políticas concertadas capaces de movilizar a los grupos y comunidades ya organizados, a fin de que puedan transformar sus estrategias de supervivencia en opciones de vida y sus opciones de vida en proyectos políticos y sociales.

## 2.3 Marco Legal

Fundamentos constitucionales:

- Artículo 1. Colombia es un Estado social de derecho, organizado en forma de República unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general.
- Artículo 58°. “... El Estado protegerá y promoverá las formas asociativas y solidarias de propiedad.”
- Artículo 333°. “El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial”.

Ley 79 de 1988: por el cual se actualiza la legislación cooperativa.

- Artículo 1.- El propósito de la presente ley es dotar al sector cooperativo de un marco propicio para su desarrollo como parte fundamental de la economía nacional [...].
- Ley 454 de 1998: Por la cual se determina el marco conceptual que regula la economía solidaria, se transforma el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas en el Departamento Administrativo Nacional de la Economía Solidaria, se crea la

Superintendencia de la Economía Solidaria, se crea el Fondo de Garantías para las Cooperativas Financieras y de Ahorro y Crédito, se dictan normas sobre la actividad financiera de las entidades de naturaleza cooperativa y se expiden otras disposiciones.

- Artículo 1. Objeto. El objeto de la presente ley es el determinar el marco conceptual que regula la economía solidaria, transformar el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas en el Departamento Administrativo Nacional de la Economía solidaria, crear la superintendencia de la economía solidaria, crear el fondo de garantías para las cooperativas financieras y de ahorro y crédito, dictar normas sobre la actividad financiera de las entidades de naturaleza cooperativa y expedir otras disposiciones en correspondencia con lo previsto en los artículos 58, 333 y concordantes de la Constitución Política de Colombia.
  
- Artículo 20. Reestructuración del Consejo Nacional de Economía Solidaria.
- Reestructurase el Consejo Nacional de Economía Solidaria –Cones– como el organismo que formula y coordina, a nivel nacional, las políticas, estrategias, planes, programas y proyectos generales pertinentes al sistema de la Economía Solidaria.
- Artículo 23. Del Fondo de Fomento de la Economía Solidaria-Fones. Créase el Fondo de Fomento de la Economía Solidaria –Fones– con personería jurídica, patrimonio propio y naturaleza solidaria vinculado al Departamento Nacional de la Economía Solidaria y sometido al control, inspección y vigilancia de la Superintendencia de la Economía Solidaria.



- **Parágrafo.** El Gobierno Nacional en ejercicio de su potestad reglamentaria determinará la organización y funcionamiento del Fones.
  
- **Artículo 29. Transformación.** A partir de la vigencia de la presente ley, transfórmese el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas, el cual se denominará Departamento Administrativo Nacional de la Economía Solidaria, el cual podrá identificarse también con la sigla Dansocial.
  
- **Artículo 30. Objetivos y funciones.** El Departamento Administrativo Nacional de la Economía Solidaria tendrá como objetivos: dirigir y coordinar la política estatal para la promoción, planeación, protección, fortalecimiento y desarrollo empresarial de las organizaciones de la Economía Solidaria, determinadas en la presente ley, y para dar cumplimiento a las disposiciones establecidas en la Constitución Política de Colombia.
  
- **Artículo 33. Creación y naturaleza jurídica.** Créase la Superintendencia de la Economía Solidaria como un organismo de carácter técnico, adscrito al Ministerio de Hacienda y Crédito Público, con personería jurídica, autonomía administrativa y financiera.
  
- **Artículo 34. Entidades sujetas a su acción.** El Presidente de la República ejercerá por conducto de la Superintendencia de la Economía Solidaria la inspección, vigilancia y control de las organizaciones de la Economía Solidaria que no se encuentren sometidas a la supervisión especializada del Estado. En el caso de las cooperativas de

ahorro y crédito multiactivas o integrales con sección de ahorro y crédito, las funciones serán asumidas por esta Superintendencia, mediante el establecimiento de una delegatura especializada en supervisión financiera, la cual recibirá asistencia tecnológica, asesoría técnica y formación del recurso humano de la Superintendencia Bancaria.

- Artículo 58. Normas aplicables a las entidades de la Economía Solidaria.

Serán aplicables a las entidades de naturaleza solidaria las disposiciones legales y reglamentarias establecidas en la Ley 79 de 1988 para las cooperativas, en lo no previsto en la presente ley.

Decreto 4122 de 2011: Por el cual se transforma el Departamento Administrativo Nacional de la Economía Solidaria –Dansocial en una Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias, se fija su objetivo y estructura.

## **2.4. Hipótesis**

La creación de una empresa con un enfoque comunitario en el barrio Bicentenario de la ciudad de Yopal Casanare, permitiría mejorar las condiciones de vida de la población objeto de estudio.

## **2.5 Operacionalización de hipótesis**

Variable. El número de comerciantes seleccionados de la muestra, aplicable a los comerciantes del barrio bicentenario de la ciudad de Yopal.

Variable Cuantitativa discreta.

## **3. Metodología de la Investigación**

### **3.1 Tipo de investigación.**

#### **3.1.1 Investigación de acción participativa.**

Esta forma de hacer investigación es un proceso para la transformación y el cambio de la realidad social circundante, en el cual los protagonistas son los mismos afectados por el problema objeto de la investigación, quienes se involucran como agentes activos del proceso. El aspecto novedoso de la IAP radica precisamente en la participación de los actores que de alguna manera personifican o generan el problema o están afectados por él y la aceptación de que el grado de convivencia y desarrollo de una sociedad depende del grado de participación de todos sus integrantes y de su capacidad de hallar soluciones comunes a problemas comunes, en lo familiar, lo barrial, local, regional, nacional y mundial.

Involucrarse en procesos de Investigación Acción Participativa conlleva el compromiso de solidarizarse con las personas que sufren y de trabajar conscientemente en la erradicación de la opresión y la desigualdad. Además de la información recolectada por medio del instrumento seleccionado se analizarán los resultados mediante una DOFA.

Como se comentaba anteriormente, ante reiteradas quejas de los comerciantes del barrio bicentenario por una reducción en ventas, se tuvo la gran idea de conformar una empresa asociativa para fortalecer el comercio local, fue así como un grupo de 5 comerciantes encabezado por don Florindo Gómez socializaron la idea y la divulgaron por todo el barrio con sus colegas, tomando gran fuerza y aceptación, procediendo a fortalecerla mediante reuniones preliminares donde se le dio cara a la idea de conformar una cooperativa.

### **3.2 Población**

Según ORTEGÓN PAVA Milton (2010): “Es el conjunto de medidas, individuos u objetos que comparten una característica en común. La población se basa en cuatro características: de contenido, tipos de unidades y elementos, ubicación espacial y ubicación temporal. De la población es extraída la muestra”.

Para nuestro caso la población corresponde a todos los comerciantes formales (220), ubicados en el barrio Bicentenarios de la ciudad de Yopal Casanare, por lo tanto se realizó una muestra de cálculo preliminar.

### **3.3 Muestra**

Según ORTEGÓN PAVA Milton (2010): “Es un conjunto de elementos extraídos de la población. Los resultados obtenidos en la muestra sirven para estimar los resultados que se obtendrían con el estudio completo de la población. Para que los resultados de la muestra puedan generalizarse a la población, es necesario que la muestra sea seleccionada adecuadamente, es decir, de modo que cualquiera de los elementos de la población tenga la misma posibilidad de ser seleccionados. A este tipo de muestreo se le denomina muestreo aleatorio.

La presente investigación tomo como muestra a 30 comerciantes del barrio bicentenario de la ciudad de Yopal, mediante muestra aleatoria simple, del total de 220 comerciantes dado que es una investigación directa.

### 3.3.1 Muestra Aleatoria Simple.

Sí cada posible muestra de la población, del mismo tamaño, tiene igual probabilidad de ser seleccionada.

## 3.4 Técnicas e instrumentos para la recolección de la información

La procedencia de los datos pueden originarse de dos grandes fuentes: los datos primarios y los datos secundarios. Los datos primarios son aquellos que el investigador obtiene directamente de la realidad, recolectándolos con sus propios instrumentos. En otras palabras, son los que el investigador o sus auxiliares recogen por sí mismos, en contacto con los hechos que se investigan.

Las técnicas corresponden a las distintas maneras de obtener los datos que luego de ser procesados, se convertirán en información. Entre estas se tiene: la observación (participante y no participante), **la encuesta**, la entrevista, y la discusión grupal y los instrumentos son los medios materiales que se emplean para la recolección de datos.

Por lo tanto, en este caso, la información a recolectar va ser por medio de **encuesta** directa, mediante cuestionario con preguntas estandarizadas y estructuradas que se formularan de idéntica manera a todos los encuestados para identificar el tipo de organización asociativa quemas se ajusta a los comerciante del barrio en mención.

### 3.4.1 Investigación por Encuesta.

Es la más adecuada para procurar información descriptiva. Preguntando directamente a los entrevistados se pueden hallar datos relativos a sus creencias, preferencias, opiniones, satisfacción, comportamientos, etc.

La encuesta se fundamenta en el cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas. Es decir, plantear preguntas a una muestra de sujetos de la población.

Para Álvarez (2001 PP. 122), la encuesta permite obtener la información de un grupo socialmente significativo de personas relacionadas con el problema de estudio, para luego, por medio de un análisis cuantitativo o cualitativo, generar las conclusiones que correspondan a los datos recogidos.

El propósito que se busca esta encuesta es conocer la situación actual de los comerciantes del barrio en cuanto aspecto social, económico y organizativo, para luego establecer la empresa asociativa más viable que los agrupe.

### **3.4.2 Preguntas cerradas o estructuradas**

Se llaman así porque las respuestas posibles están dadas de antemano, dentro de un rango que suele ir de lo positivo a lo negativo. Las preguntas que pueden ser respondidas con una SI o un NO solamente son llamadas “dicotómicas” y son bastante corrientes, pero es muy posible que lo que se quiere preguntar requiera de más alternativas de respuesta.

A la lista de alternativas también suelen agregárseles las posibilidades de “No Sabe” (NS) y “No Responde” (NR), cuando esas alternativas son importantes y necesarias.

## **3.5 Técnicas e instrumentos para el análisis de la información**

Comprende básicamente el estudio y análisis de los resultados obtenidos en la encuesta, al presentar dichos datos en forma de diagramas circulares y cuadros de doble

entrada, proponiendo con ello de manera asertiva el tipo de empresa asociativa que mejor dé respuesta a la necesidad de la población objeto de estudio.

## **4. Trabajo de Campo**

### **4.1 Presentación del instrumento, encuesta**

Principalmente el trabajo de campo se realizó por medio del instrumento de encuesta, la cual se enfocó en conocer la verdadera situación y las necesidades de los comerciantes del barrio bicentenario de la ciudad de Yopal para poder determinar por medio de esta propuesta cual es la empresa asociativa más viable para agruparlos. La encuesta se aplicó enfocada en aspectos social, económico y organizativo. El social pretendía conocer el rango de edad de los encuestados, nivel de escolaridad, vivienda y servicios públicos. En lo económico se indagó sobre momento actual de la economía regional, circulación de dinero, origen de los ingresos, percepción económica mensualmente, sector de la economía, empleos generados, impacto de almacenes de cadena y la afectación de los mismos al comercio del barrio. En lo organizativo se pretendía conocer sobre la necesidad de encontrar ayuda para fortalecer el comercio local, experiencia en grupos comunitario/asociativo y sobre la empresa asociativa más viable para agruparse.

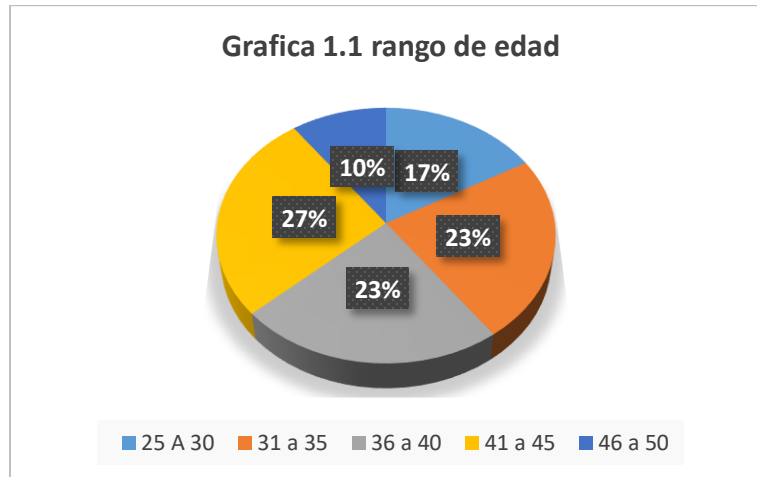
### **4.2 Tabulación y análisis de la información recolectada.**

De acuerdo a los aspectos social, económico y organizativo se establece el siguiente análisis:

#### 4.2.1 Aspecto social y sus respectivas graficas

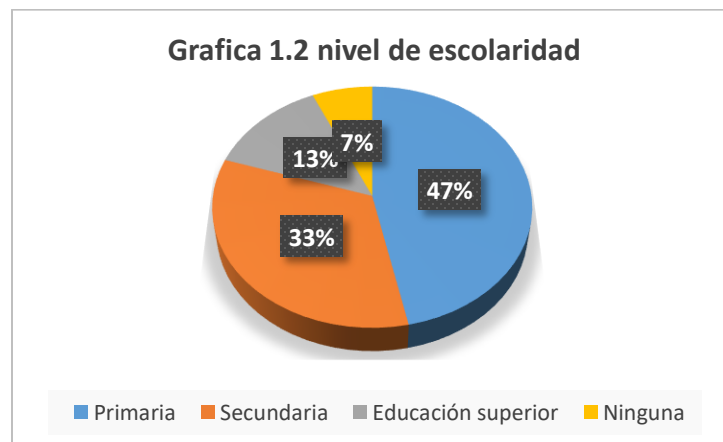
A continuación se presentara un análisis de las diferentes graficas de acuerdo al aspecto social.

##### 1.1 Cuantos años tiene?



Este grafico representa el rango de edad, se concluye que el 23% de los encuestados tiene entre 36 y 40 años de edad, lo cual también demuestra que la mayoría de los encuestados son comerciantes con una trayectoria significativa en cuanto a su madurez y tan solo el 10% son comerciantes jóvenes entre 25 y 30 años.

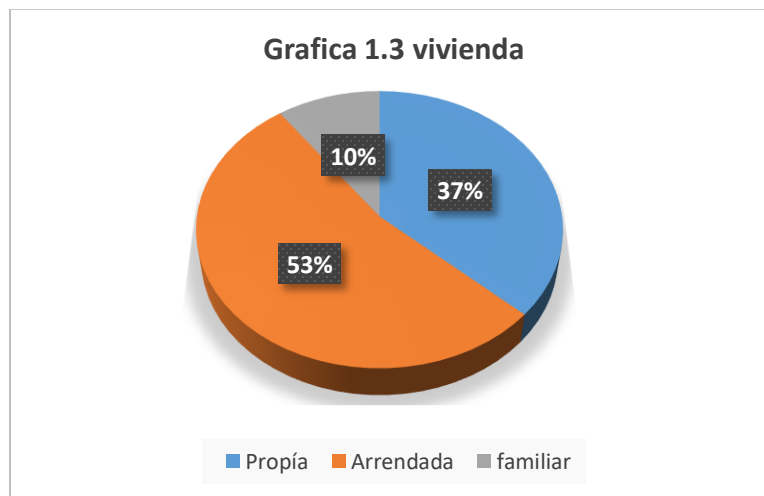
##### 1.2Cuál es su nivel de escolaridad?





Esta grafica demuestra que el 47% de los comerciantes solo cuenta con primaria y el 33 % con secundaria, lo cual es preocupante para la eficiencia en los negocios en cuanto a organización administrativa.

### 1.3 La vivienda donde usted vive es propia, arrendada o familiar?



Los resultados muestran que el 53 % de los encuestados paga arriendo y solo el 37 % tiene vivienda propia lo cual le asegura un poco de estabilidad comercial frente a los que no la tienen.

### 1.4 La vivienda donde vive cuenta con servicios públicos domiciliarios?



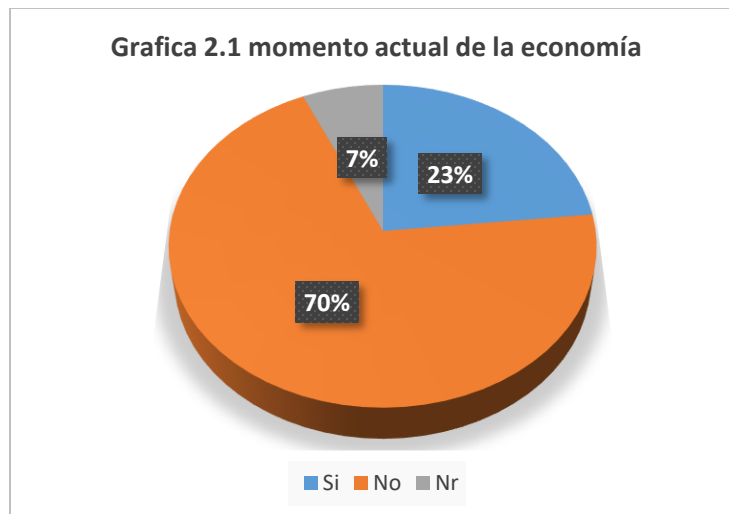
La mayoría de los comerciantes analizados cuentan con servicios públicos domiciliarios en sus viviendas, lo cual es bueno para mejorar su calidad de vida y tan solo el 3% no cuenta con servicios.

Analizando las preguntas planteadas del 1.1 al 1.4, el rango de edad que más prevalece es el que está entre los 40 a 45 años de edad, este rango obtuvo un 37 % del total de la encuesta, lo cual demuestra que los comerciantes de este sector son personas con un grado de madurez definida y suficiente experiencia, de otro lado el 47% culminó estudios de primaria y solo el 13% han culminado la formación profesional; el 37 % de los encuestados tiene vivienda propia y del total de encuestados, la vivienda donde vive afortunadamente el 96 % de estas tienen servicios públicos domiciliarios.

#### **4.2.2. Aspecto económico y sus respectivas gráficas.**

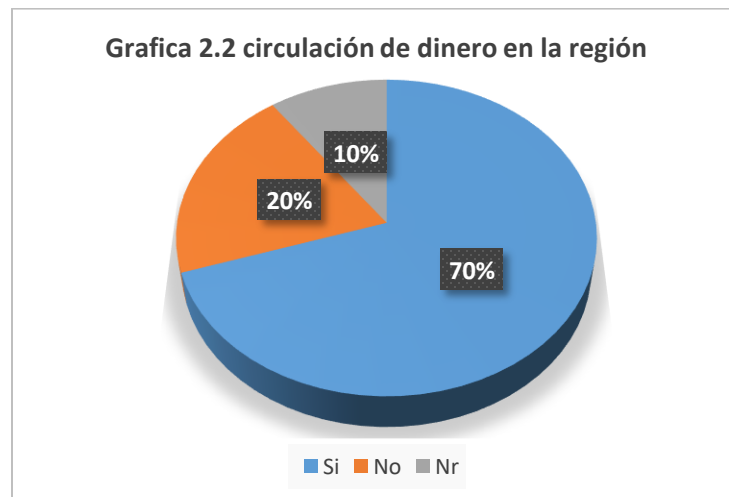
Seguido se establece una reflexión y análisis sobre este aspecto, considerado como uno de los principales por pretender conocer el actual momento económico de los comerciantes del barrio con sus respectivas gráficas de las preguntas 2.1 al 2.10.

## 2.1 Considera que el momento actual de la economía es buena?



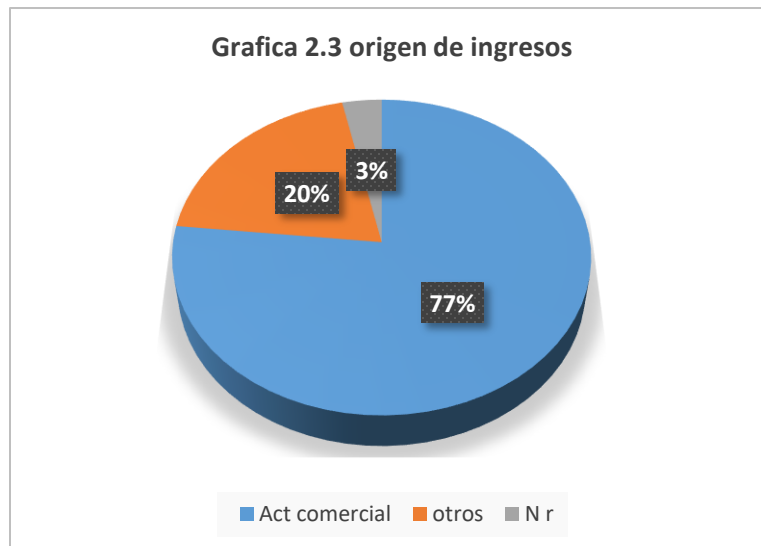
En la gráfica se puede concluir que el 70 % de los encuestados considera que el momento de la economía no es buena y por ende es un punto negativo en las actividades y solo el 23% de los encuestados considera que es buena.

## 2.2 Le ha afectado la baja circulación de dinero en el departamento?



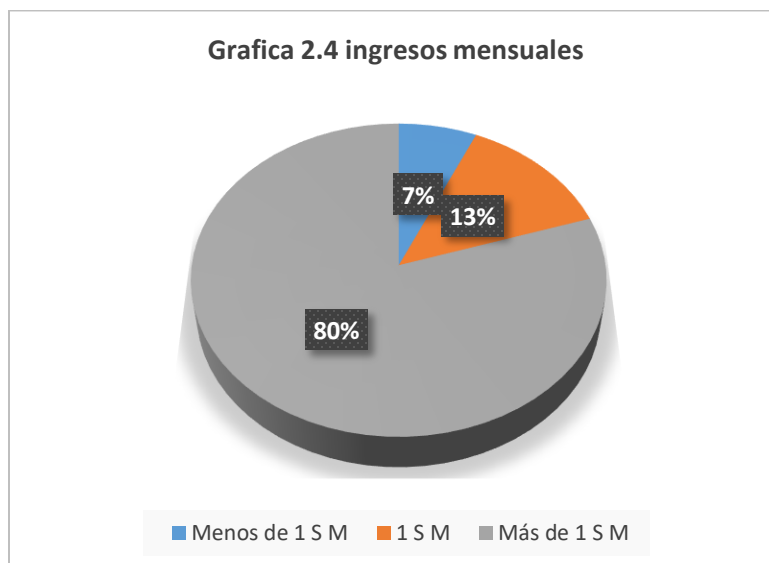
El 70 % considera que es baja la circulación de dinero, esto podría explicar un poco el bajón en las ventas y solo el 20% no le afectado.

### 2.3 De donde provienen sus ingresos?



Queda demostrado que la mayoría de los comerciantes perciben sus ingresos de la actividad comercial y tan solo el 20 % reciben ingresos de otras actividades, demostrando la actividad comercial como su principal oficio y dedicación.

### 2.4 Cuánto gana mensualmente?



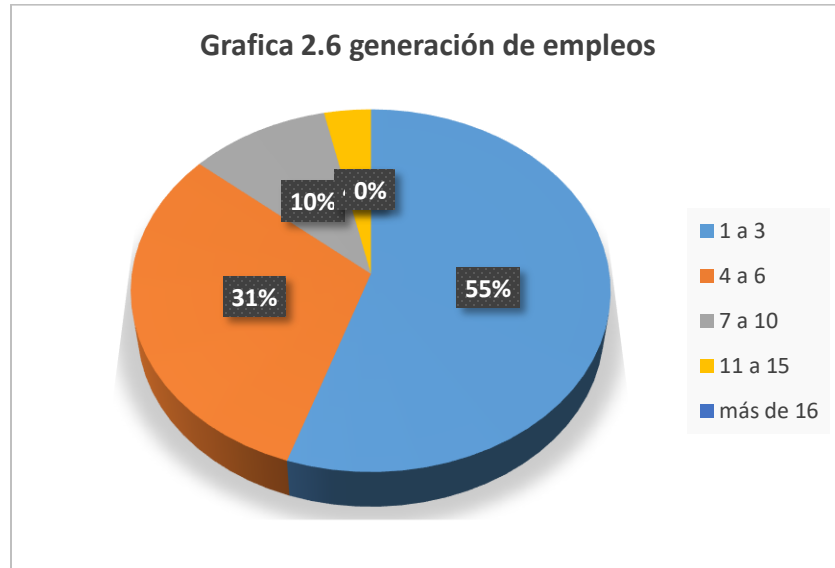
Por medio de la gráfica se concluye que el 80 % de los encuestados reciben menos de un salario mínimo mensual, lo cual demuestra una situación preocupante para en sus actividades.

## 2.5 A qué actividad económica pertenece?



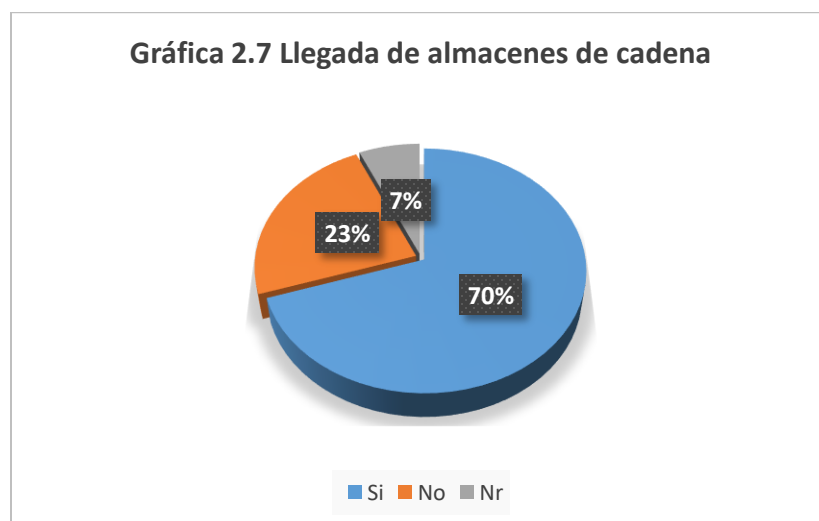
Los resultados obtenidos muestran que el 32 % del comercio del barrio Bicentenario pertenece a las tiendas de barrio, seguido por la actividad de supermercados con un 23 %, luego aparece las tiendas de ropa con un 13%, restaurantes de todo tipo de comida y droguerías con un 10 % del mercado cada uno.

## 2.6 Cuantos empleos genera su negocio?



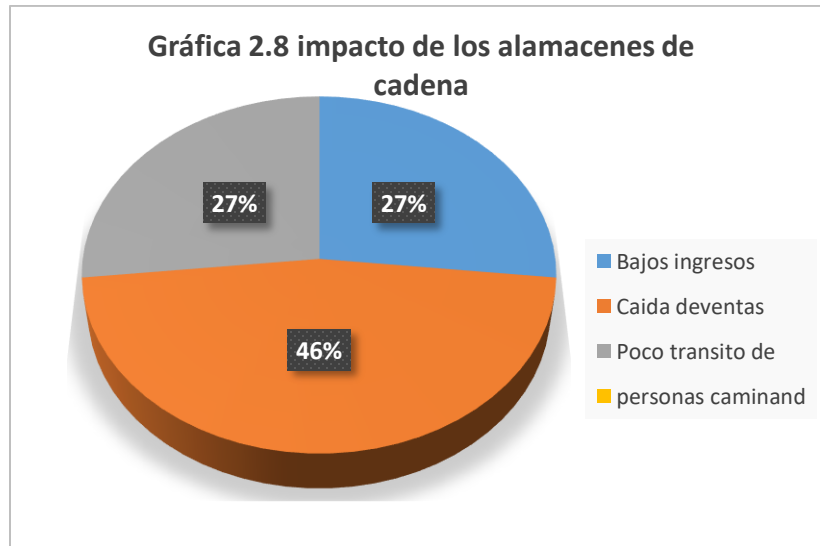
El 55 % de los comerciantes genera entre 1 y 3 empleos y tan solo el 10 % genera entre 7 y 10 empleos lo cual permite concluir un muy bajo número de empleos por cada establecimiento comercial.

## 2.7 Cómo comerciante le ha afectado la llegada de los almacenes de cadena?



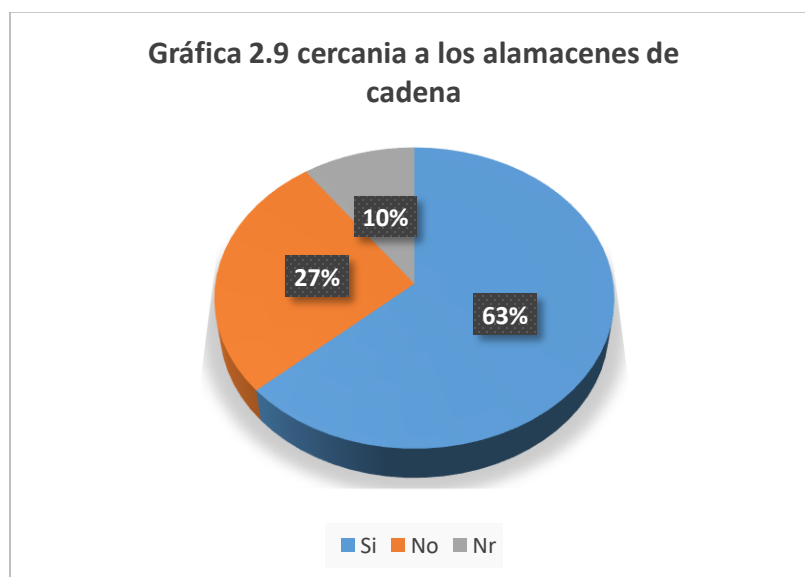
Se observa que la mayoría de los comerciantes del barrio le ha afectado la llegada de los almacenes de cadena, contra un 23 % que no le ha afectado.

### 2.8 Como percibe el impacto de estos almacenes frente a su negocio?



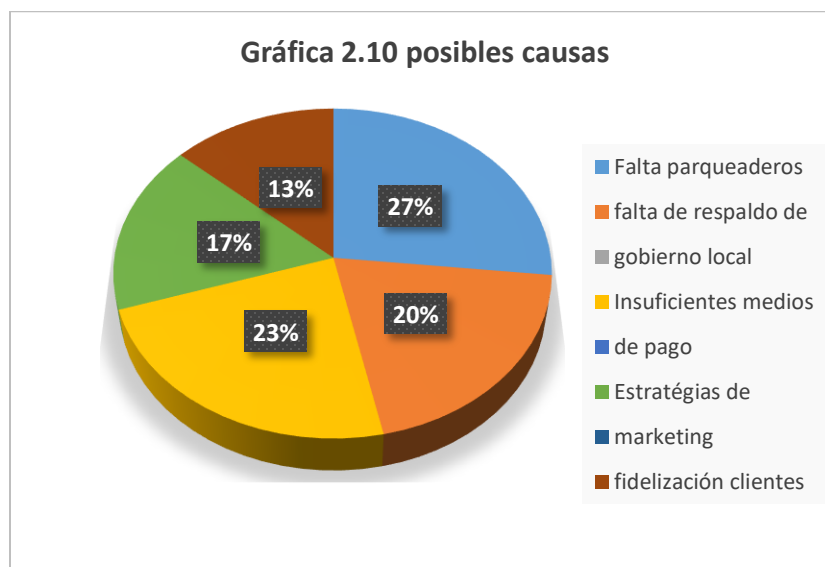
El impacto de estos almacenes representa caída en las ventas has un 46 %, el 27 % reporta bajos ingresos y otro 27% le afecta el poco tránsito de personas caminando.

### 2.9 Le ha afectado la cercanía a los almacenes de cadena?



Un 63% de los encuestados expresa que le ha afectado la vecindad a los almacenes de cadena, el 27% no le afectado y un 10% no sabe o no responde.

### 2.10 Causas posibles?



Entre las causas que más ha afectado a los comerciantes del barrio está la falta de parqueaderos, insuficientes medios de pago y falta de respaldo del gobierno local, estrategias de marketing y fidelización de clientes.

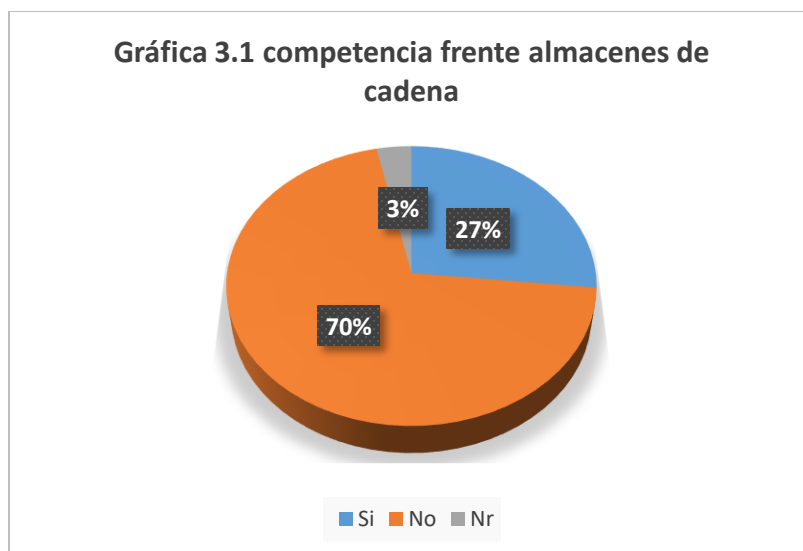
Según las preguntas 2.3, 2.5, 2.7 y 2.8. El 77 % de los ingresos de los encuestados proviene de la actividad comercial, el 80% gana más de un salario mínimo por este concepto y los negocios que más predominan son las tiendas de barrio tradicionales con un 32 % seguidos por los supermercados con un 23 % de esta modalidad, también como hecho económico para resaltar a los comerciantes del barrio bicentenario a la mayoría le ha afectado la llegada de los almacenes de cadena hasta en 70 %, con una caída en ventas por esta causa hasta un 46%.



#### 4.2.3 Aspecto organizativo y sus respectivas gráficas.

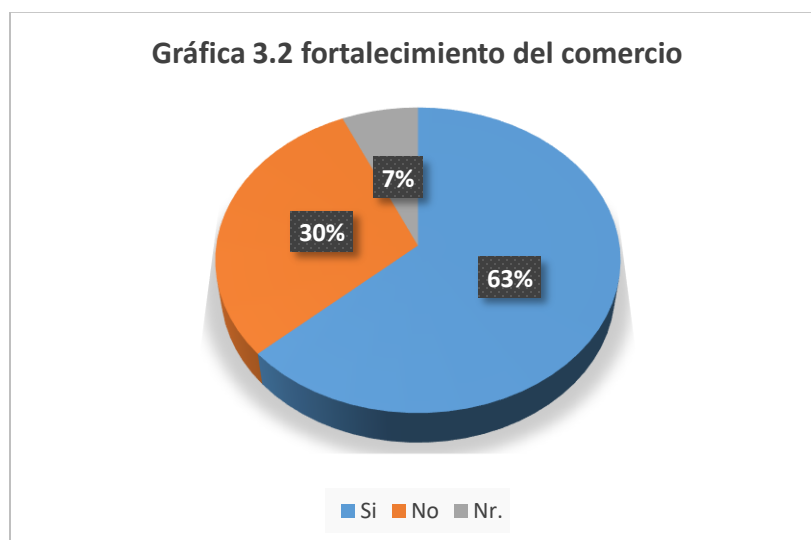
A continuación se presentan las gráficas de la respectiva encuesta de las preguntas del 3.1 al 3.6 para hacer un análisis respectivo de las mismas.

##### 3.1 Puede competir solo contra los almacenes de cadena?



El 70 % de los comerciantes expresan que no pueden competir solos contra los almacenes de cadena por lo tanto se necesita de fuerza mancomunada y solo el 27% tiene fortalezas para hacerlo solo.

##### 3.2 Cree usted que es necesario encontrar ayuda para fortalecer el comercio del barrio?



La mayoría de los encuestados considera que es importante encontrar ayuda para fortalecerse, el 30% cree que no hay necesidad de ayuda y un 7% no sabe o no responde.

### 3.3 Ha liderado grupos comunitario/asociativo?



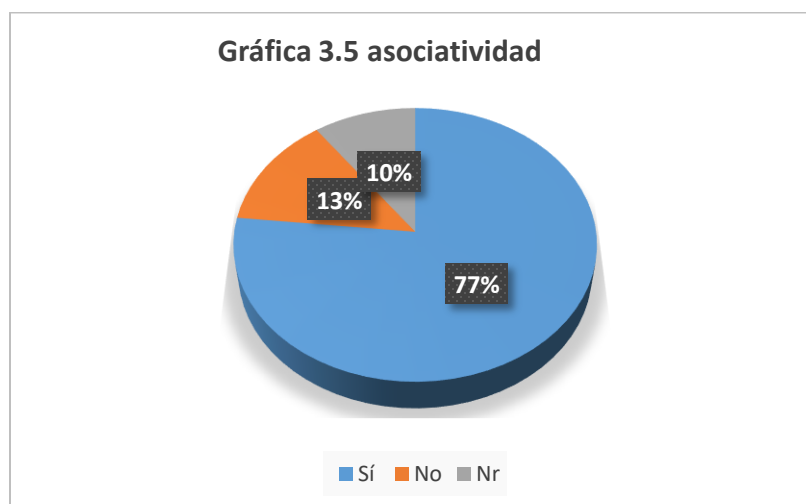
Tan solo el 20 % de los comerciantes tiene experiencia con grupos comunitario-asociativa, el 80 % de los encuestados no tiene experiencia con la asociatividad.

### 3.4 Ha participado en la constitución de empresas comunitarias/asociativas?



Un 77 % de los encuestados no ha participado en la constitución de empresas comunitarias-asociativas, el 23 % si tiene experiencia en la creación frente a estas empresas y un 3% no sabe o no responde.

3.5 Considera usted que la asociatividad es buena para fortalecer el comercio?



Una gran mayoría expresa que la asociatividad es buena para el fortalecimiento del comercio y solo un 13 % dice que no, esto daría un buen presagio para la empresa asociativa a conformar.

3.6 Qué empresa asociativa, cree usted es la más viable para fortalecer el comercio local?



Un 63 % de los comerciantes manifestó que la empresa asociativa a conformar para el fortalecimiento del comercio local es una cooperativa entendiéndose como la mayor voluntad y deseos de los encuestados.

Los resultados de las preguntas 3.1, 3.2, 3.5, y 3.6 se obtuvo que el 70% reconoció que no puede competir solo contra los almacenes de cadena, el 63 % de los encuestados dicen que es necesario encontrar ayuda para fortalecerse, el 67 % considera que la asociatividad es buena para fortalecer el comercio y el 63% cree que la empresa asociativa que más conviene es la figura de una cooperativa.

## 5 Resultados

### 5.1 Análisis de resultado mediante matriz DOFA.

Teniendo en cuenta la información recolectada y lo que se observa en las diferentes gráficas en cada uno de los tres aspectos a continuación se presenta la matriz DOFA en la cual se establecen las fortalezas y debilidades, al igual que las amenazas y oportunidades para viabilidad de la propuesta de empresa asociativa.

La siguiente matriz DOFA es generada a partir de las fuentes de información primaria mediante la utilización del instrumento de **Encuesta**, la cual resulta de gran utilidad para toma de decisiones sobre la propuesta empresarial que más se adecue a la población en estudio de los comerciantes del barrio bicentenario de la ciudad de Yopal.

**MATRIZ DOFA.**

Propuesta para creación de una empresa con un enfoque comunitario en el barrio Bicentenario de la ciudad de Yopal Casanare, permitiría mejorar las condiciones de vida de la población objeto de estudio.		
<b>FACTORES INTERNOS</b>	<p align="center"><b>Fortalezas</b></p> <p><b>F1.</b> Personal apto y dispuesto.  <b>F2.</b> Alto nivel y disposición de interés en conformación de empresa asociativa.  <b>F3.</b> Necesidad de asociarse para encontrar ayuda y fortaleza.  <b>F4.</b> Experiencia suficiente en el área comercial.  <b>F5.</b> El 37 % de los comerciantes cuenta con sede propia.  <b>F6.</b> Apoyo familiar.</p>	<p align="center"><b>Debilidades</b></p> <p><b>D1.</b> Bajos ingresos económicos.  <b>D2.</b> Poca experiencia en pertenecerá empresas asociativas.  <b>D3.</b> Bajo nivel de escolaridad.  <b>D4.</b> Carencia de estructura organizativa sería.</p>
	<p align="center"><b>Oportunidades</b></p> <p><b>O1.</b> Sector solidario en crecimiento.  <b>O2.</b> Gran apoyo por parte del estado a las empresas de economía solidaria.  <b>O3.</b> Amplias disposiciones legales en el marco de la economía solidaria.  <b>O4.</b> Créditos blandos para grupos solidarios.  <b>O5.</b> Número significativo de público objetivo.</p>	<p align="center"><b>Amenazas</b></p> <p><b>A1.</b> Fuerte competencia por parte de los centros comerciales y almacenes de cadena.  <b>A2.</b> Baja circulación de dinero regional.  <b>A3.</b> Empresas en el sector con alto nivel competitivo.  <b>A4.</b> Incertidumbre de la economía actual por ser región petrolera.  <b>A5.</b> Alto nivel de desempleo.</p>
<b>FACTORES EXTERNOS</b>		

*Fuente:* Elaboración propia, con base en informe de Cámara de Comercio de Casanare (2015)

Mediante la conclusión y análisis de la matriz DOFA por medio de los factores internos y externos, viendo las grandes fortalezas y oportunidades, observando las pocas debilidades y amenazas de los resultados observados, se afirmarí el excelente momento para la propensión y creación de una cooperativa que sirva de facilitador en la comercialización, distribución y en la compra y venta de sus productos para los comerciantes del barrio bicentenario de la ciudad de Yopal.

## 5.2 Cooperativas.

Las cooperativas son asociaciones autónomas de personas unidas voluntariamente para satisfacer sus necesidades, aspiraciones económicas, sociales y culturalmente comunes, a través de una empresa de sociedad conjunta.

Según su objeto estas pueden ser de distribución, comercialización, de trabajo asociado, agropecuarias, de educación, transporte y vivienda. Según los servicios pueden ser especializadas, multiactivas, integrales de ahorro y vivienda, Con un número de asociados de 20 personas.

### Características de las cooperativas

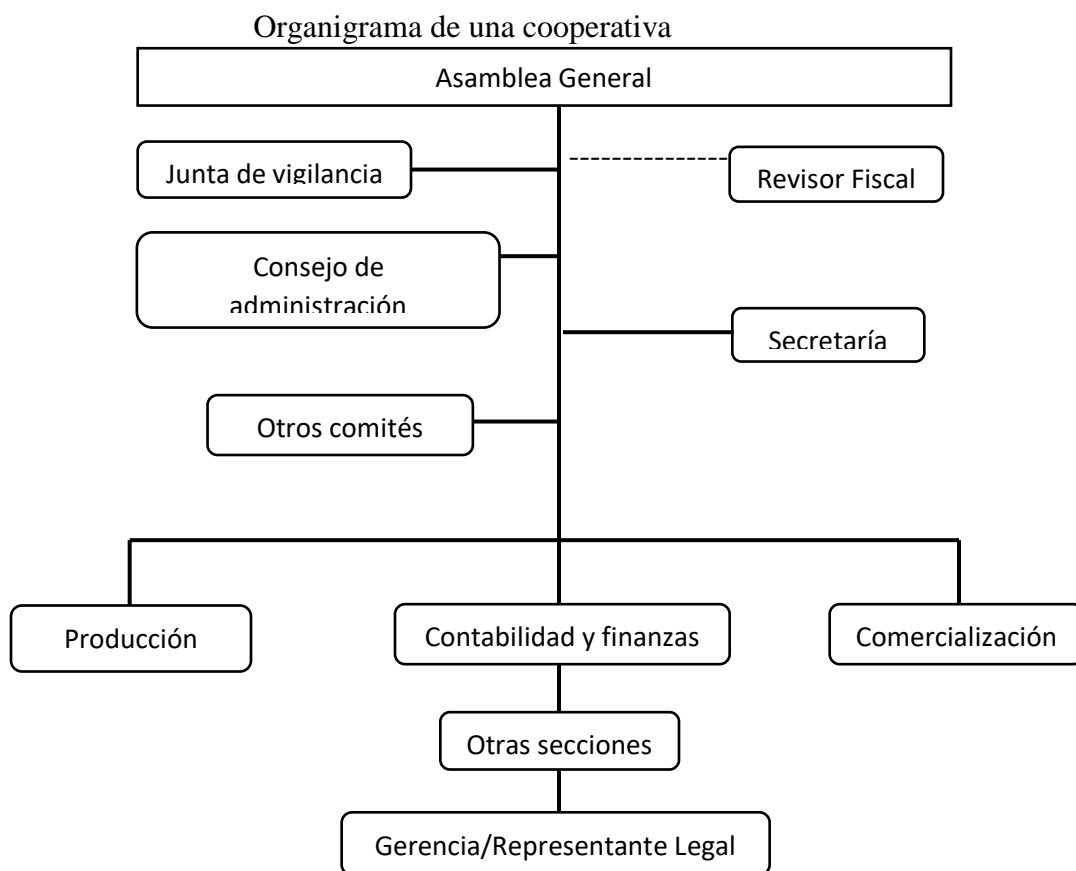
Tipo de organización	Cooperativas
<b>Definición</b>	Empresas asociativas sin ánimo de lucro, en las cuales los trabajadores o los usuarios, según el caso, son simultáneamente los aportantes y los gestores de la empresa, creada con el objeto de producir o distribuir conjunta y eficientemente bienes o servicios para satisfacer las necesidades de sus asociados y la comunidad en general.
<b>Clases</b>	<b>Según su objeto:</b> De distribución, de comercialización, de trabajo asociado, agropecuarias, de educación, de transportes, de vivienda. <b>Según los servicios:</b> Especializadas, multiactivas, integrales, de ahorro y crédito.
<b>Asociados</b>	Personas naturales que hayan cumplido 14 años, o que sin haberlos cumplido se asocien por medio de un representante legal, personas jurídicas de derecho público, personas jurídicas del sector cooperativo, personas jurídicas de derecho privado sin ánimo de lucro.
<b>No. Mínimo de socios</b>	20.
<b>Dirección</b>	Asamblea y consejo de Administración.
<b>Control</b>	Junta de vigilancia y revisoría fiscal. Los órganos de control podrán exonerar revisor fiscal cuando las circunstancias económicas o de ubicación geográfica o el número de asociados lo justifiquen.
<b>Representante legal</b>	Gerente.

<b>Actividades</b>	Todas las actividades según la clase de cooperativa.
<b>Capacitación</b>	20 horas
<b>Marco jurídico</b>	Ley 79 de 1981, ley 454 de 1998 y de decretos reglamentarios.
<b>Vigilancia</b>	Súper solidaria, ministerios y superintendencias según la actividad que desarrollan en su objeto social.

Fuente: Supersolidaria (2016). Superintendencia de economía solidaria.

### 5.3 Organigrama de las Cooperativas.

A continuación se presenta el organigrama de una cooperativa, ejemplo:



Fuente: Elaboración propia.

**Asamblea general.** La Asamblea General es el órgano máximo de administración de las cooperativas y sus decisiones son obligatorias para todos los asociados, siempre que se hayan adoptado de conformidad con las normas legales, reglamentarias o estatutarias.

**Juntad e vigilancia.** Es un órgano permanente de la cooperativa, representante directo de los asociados para el ejercicio del control social interno y técnico.

**Revisor fiscal.** Es el órgano de control establecido por ley para ciertas empresas con funciones que pueden asimilarse a las de un auditor financiero.

**Contabilidad y finanzas.**

**Consejo de Administración.** Grupo directivo de una sociedad empresarial integrado por personas elegidas por la asamblea general de accionistas. Su función es de dirección y vigilancia.

**Secretaría.** Es la persona encargada de supervisar los asuntos, sobre todo aquello que requiera confidencialidad (es decir, *lo secreto*), de personas de cierto poder.

**Contabilidad y finanzas.** Se refiere a una ciencia o una técnica cuyo objetivo es aportar información de utilidad para la toma de decisiones económicas. ... La contabilidad financiera recopila, registra, clasifica, resume e informa las operaciones que pueden cuantificarse en dinero y que realiza una entidad económica.

**Comercialización.** Conjunto de actividades vinculadas al intercambio de bienes y servicios entre productores y consumidores.

**Gerencia.** Persona o conjunto de personas que se encargan de dirigir, gestionar o administrar una sociedad, empresa u otra entidad.



## 6 Recursos para la ejecución de la propuesta

<b>Equipo Humano</b>	2 Personas encuestadoras (10 días) 2 personas para hacer estudio de mercado e investigación (10 días)	1.200.000.00
<b>Equipos y Software</b>	Compuesto por un computador de escritorio. 1Memoria USB Disco duro Impresora y fax. (alquilados) Servicio de internet	1.400.000.00 15.000.00 230.000.00 200.000.00 50.000.00
<b>Viajes y Salidas de Campo</b>	Transporte para recoger información primaria y secundaria por todo el barrio y los alrededores de la ciudad, al igual que estar yendo permanentemente a la sede de la Unad hacer consultas y despejar dudas.	600.000
<b>Materiales y suministros</b>	Una Cámara fotográfica Un celular Planillas encuestadoras para recoger información.	1.400.000.00 1.100.000.00 50.000.00
<b>Origen de recursos</b>	El total de los recursos se financiaran de manera propia y directa.	
<b>Total</b>		<b>\$ 6.245.000.00</b>

## Conclusiones

Mediante los resultados obtenidos en la encuesta y los análisis de los aspectos mediante las respectivas gráficas, se puede concluir que la propuesta de la empresa asociativa para el barrio bicentenario de la ciudad de Yopal es factible mediante una cooperativa de comercialización.

Este análisis también reflejan la difícil situación que atraviesa el comercio local del barrio bicentenario a causa del momento actual de la economía regional, representado por la baja circulación de dinero, y como si fuera poco, otro factor que contribuye a este flagelo es la cercanía o vecindad de almacenes de cadena trayendo consigo el gran reto que significa competirle a los grandes; todo lo anterior se siente evidenciado en la gran necesidad que expresaron los encuestados en encontrar ayuda y fortalecimiento pronto para salir de la crisis.

A través de la encuesta y mediante resultados del aspecto organizativo queda reflejado el interés y disposición de los comerciantes de participar de una nueva forma de trabajo asociado como lo es una cooperativa, mediante la cual puedan recuperar y fortalecer el comercio, sirviendo como facilitador o intermediario en los procesos de compra y venta, producción y comercialización de sus productos, que les permita mejorar su calidad de vida en beneficio de todos sus asociados.

## Recomendaciones

Se recomienda una socialización previa mediante reuniones preliminares explicando a todos aquellos interesados lo que constituye el trabajo asociado, sus derechos, deberes y obligaciones, para su respectiva formalización.

Para la consolidación de dicha propuesta se sugiere ahondar en estudios como de pre factibilidad y factibilidad, al igual que realizar un estudio de mercado de manera más profundo que les permita tener aspectos y datos más definidos en cuanto a oferta y demanda mediante diferentes variables.

Para las personas o asociados que van a estar en la dirección de la cooperativa se considera indispensable tener como requisitos las 20 horas de capacitación en cooperativismo y para su gerente, como requisito mínimo ser tecnólogo en gestión de empresas asociativas y organizaciones comunitarias.

Se sugiere buscar ayuda, asesorías y créditos en el Banco mundial, Banco de la República, Ministerio del Interior, Sena, Cámara de comercio y gobierno local.

Para su fortalecimiento es recomendable que la cooperativa se fortalece por un periodo superior de seis años, la cual les permita incrementar capital, infraestructura, equipo y reducir obligaciones financieras para que pueda ser una de las mejores de las tantas que existen en el oriente colombiano.

## Referencias Bibliográficas

- Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias. (2013). Revista Organizaciones Solidarias, ABC del sector Solidario. Recuperado de: [http://www.orgsolidarias.gov.co/sites/default/files/pagina-basica/pdf/RevistaOrganizacionesSolidarias\\_29\\_11\\_2013%20%282%29.pdf](http://www.orgsolidarias.gov.co/sites/default/files/pagina-basica/pdf/RevistaOrganizacionesSolidarias_29_11_2013%20%282%29.pdf)
- American Psychological Associations [APA] (2015). Frequently Asked Questions about APA Stile. Recuperado de <http://www.apastyle.org/learn/faqs/>
- Bejarano Barrera, H (1995). Estadística Descriptiva. Santa fe de Bogotá: Unisur.
- Cámara de Comercio de Casanare (2016). Recuperado de <http://casanare.org/yopal/gobierno-y-servicios-publicos/camara-de-comercio-de-casanare>.
- Centro de Escritura Javeriano [NORMAS APA] (2016). Recuperado de Entorno de conocimiento Antropología Unad.
- Congreso de Colombia. (1988). Ley 79 por el cual se actualiza la legislación Cooperativa. [Ley 79 de 1981]. Diario Oficial. Bogotá, D.C., 1988.
- Congreso de la Republica (4, agosto, 1998). Ley 454 por la cual se determina el marco conceptual que regula la economía solidaria. [Ley 454 de 1998]. Diario Oficial. Bogotá, D.C., 1998.
- Garzón, M A (2012). Módulo de Planeación Estratégica UNAD. Bogotá.
- Gómez, Carlos (2005). Módulo de Empresas Asociativas UNAD. Bogotá.

Martínez Bebcardino, C (2003). Estadística y Muestreo. Santa fe de Bogotá: ECOE Ediciones.

Martínez Ubres, Simn & Ochoa Cuadros, Nubys E. Metodología de a investigación científica. Universidad Nacional Abierta y a Distancia –UNAD.

“Plan Básico de Ordenamiento Territorial municipio Yopal (2003). *Diagnostico territorial*”.

“Plan de Desarrollo (2012 – 2015). Yopal con sentido social”.

Periódico virtual el Tiempo (2016). Noticias del Dane. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/noticias/dane>.

Propuesta organizativa de una empresa asociativa de trabajo (EAT) para las madres comunitarias del instituto colombiano de bienestar familiar centro zonal Pasto. (2005), corregimiento de El Encano, veredas Santa Clara, Santa Isabel y Santa Teresita. (Trabajo de grado). Unad, San Juan de Pasto.

Salamanca, R. (2016). *Investigación directa con Junta de acción comunal*, barrio Bicentenario Yopal (2016).

Supersolidaria (2016). Superintendencia de economía solidaria.

## Anexos

### Anexo A.

#### Formato de encuesta.

#### FORMATO DE ENCUESTA

**Fecha:** \_\_\_\_\_

**Objetivo:** Proponer una empresa asociativa que vincule a los comerciantes formales del barrio Bicentenario de la ciudad de Yopal Casanare, la cual le permitiría mejorar las condiciones de vida de la población objeto de estudio.

Muestra 30; preguntas 20.

#### 1. Aspecto social

1.1 Cuantos años tiene usted?

25 a 30 \_\_; 31 a 35 \_\_; 36 a 40 \_\_; 41 a 45; 46 a 50\_\_

1.2Cuál es su nivel de escolaridad?

Primaria: \_\_; Secundaria\_\_\_\_; Educación superior\_\_ Ninguna formación \_\_

1.3 La vivienda donde reside es Propia\_\_, Arrendada\_\_ Familiar\_\_

1.4 Su vivienda cuenta con servicios públicos domiciliarios?

Energía\_\_, Acueducto\_\_, Alcantarillado\_\_, Gas\_\_

#### 2. Aspecto económico:

2.1 Considera que el momento actual de la economía regional es buena? Si \_\_; No \_\_; Nr

2.2 Le ha afectado la baja circulación de dinero en el departamento? Si\_\_ No \_\_

2.3 De donde provienen sus ingresos? Actividades comerciales\_\_; otras \_\_.

2.4 Cuánto gana mensualmente? Menos de un salario mínimo\_\_; Un salario mínimo; \_\_Más de un salario mínimo\_\_

2.5 A qué sector de actividad económica pertenece? Restaurantes \_\_; bares\_\_; supermercados\_\_; droguerías \_\_; ropa\_\_; calzado\_\_; tienda de barrio\_\_; conceles e internet\_\_.

2.6 Cuantos empleos genera su negocio? entre 1 a 3 \_\_; 4 a 6 \_\_; 7 a 10 \_\_; 11 a 15 \_\_, más de 16 \_\_.

2.7 Como comerciante, le ha afectado la llegada de los almacenes de cadena? Si \_\_ No. \_\_  
Nr\_\_.

2.8 Como percibe el impactos de estos almacenes frente a su negocio? bajos ingresos \_\_; caída en las ventas \_\_; poca tránsito de personas caminando \_\_.

2.9 Le ha afectado la cercanía de los almacenes de cadena? Sí \_\_; No \_\_; Nr\_\_.

2.10 Causas posibles: faltante de parqueaderos \_\_; insuficientes medios de pago \_\_ respaldo por parte del gobierno local \_\_; estrategias de marketing \_\_ fidelización de clientes \_\_.

### **3. Aspecto organizativo**

3.1 Puede competir solo contra los almacenes de cadena? Sí \_\_; No \_\_; Nr\_\_.

3.2 Cree usted, qué es necesario encontrar ayuda para fortalecer el comercio del barrio?  
Si \_\_ No \_\_; Nr\_\_.

3.3 Ha liderado algún grupo comunitario/asociativo? Sí \_\_ No \_\_; Nr\_\_.

3.4 Ha participado en la constitución de pequeñas empresas comunitarias/asociativas? Sí \_\_; No \_\_; Nr\_\_.

3.5. Considera que la asociatividad es buena para fortalecer el comercio Sí \_\_; No \_\_; Nr\_\_.

3.6 Que empresa asociativa cree usted es la más viable para el fortalecimiento del comercio local?  
Asociación \_\_; Cooperativa \_\_; otra \_\_.

## Anexo B.

### Tabulación de la encuesta

NUMERO	PREGUNTA	RESPUESTA	CANTIDAD
	<b>ASPECTO SOCIAL</b>		
1.1	Cuantos años tiene?	25 A 30	5
		31 a 35	7
		36 a 40	7
		41 a 45	8
		46 a 50	3
		Subtotal	30
1.2	Cuales su nivel de escolaridad?	Primaria	14
		Secundaria	10
		Educación superior	4
		Ninguna	2
		Subtotal	30
1.3	La vivienda donde reside es?	Propia	11
		Arrendada	16
		familiar	3
		Subtotal	30
1.4	La vivienda cuenta con servicios públicos domiciliarios?	Si	30
		No	0
		Nr	0
		Subtotal	30
	<b>ASPECTO ECONOMICO</b>		
2.1	Considera que el momento actual de la economía es buena?	Si	7
		No	21
		Nr	2
		Subtotal	30
2.2	Le ha afectado la baja circulación de dinero en el departamento?	Si	21
		No	6
		Nr	3
		Subtotal	30
2.3	De donde provienen sus ingresos?	Actividad comercial	23
		Otros	6
		N r	1
		Subtotal	30



2.4	Cuánto gana mensualmente?	Menos de 1 S M	2
		1 S M	4
		Más de 1 S M	24
		Subtotal	30
2.5	A qué sector de actividad Económica pertenece?	Restaurantes	3
		Bares	1
		Supermercados	7
		Droguerías	3
		Ropa	4
		Calzado	1
		Tienda de barrio	10
		Conceles e internet	2
		Subtotal	30
2.6	Cuántos empleos genera su Negocio?	1 a 3	16
		4 a 6	9
		7 a 10	3
		11 a 15	1
		más de 16	0
		Subtotal	30
2.7	Como comerciante, le ha afectado la llegada de los almacenes de cadena?	Si	21
		No	7
		Nr	2
		Subtotal	30
2.8	Cómo percibe el impacto de estos almacenes referente a su negocio?	Bajos ingresos	8
		Caída de ventas	12
		Poco tránsito de	6
		personas caminando	4
		Subtotal	30
2.9	Le ha afectado la cercanía de los Almacenes de cadena?	Si	19
		No	8
		Nr	3
		Subtotal	30
2.10	Causas posibles?	Falta parqueaderos	8
		falta de respaldo de gobierno local	6
			7
		Insuficientes medios de pago	
		Estratégicas de marketing	5
		fidelización clientes	4

		Subtotal	30
	<b>ASPECTO ORGANIZATIVO</b>		
3.1	Puede competir solo contra los Almacenes de cadena?	Si	8
		No	21
		Nr	1
		Subtotal	30
3.2	Cree usted, que es necesario encontrar ayuda para fortalecer el comercio del barrio?	Si	19
		No	9
		Nr.	2
		Subtotal	30
3.3	Ha liderado al grupo comunitario/asociativo?	Sí	6
		No.	24
		Nr	0
		Subtotal	30
3.4	Ha participado en la constitución de empresas comunitarias/asociativas?	Sí	6
		No	23
		Nr	1
		Subtotal	30
3.5	Considera que la asociatividad es buena para fortalecer el comercio?	Sí	23
		No	4
		Nr	3
		Subtotal	30
3.6	Qué empresa asociativa, cree usted es la más viable para el fortalecimiento del comercio local?	Asociación	11
		Cooperativa	19
		Otra	0
		Subtotal	30