

**Fortalecimiento Financiero y Económico de Unidades Empresariales Encabezadas  
por Mujeres en el Barrio Ciudad Porfía de Villavicencio Sector 3**

**Canizalez Méndez Ingrid**

**Gacharná Diaz Geraldine**

**Universidad de los Llanos**

**Facultad de Ciencias Económicas**

**Programa de Economía**

**Villavicencio - Meta**

**2018**

**Fortalecimiento Financiero y Económico de Unidades Empresariales Encabezadas  
por Mujeres en el Barrio Ciudad Porfía de Villavicencio Sector 3**

**Canizalez Méndez Ingrid**

**Gacharná Diaz Geraldine**

**Informe final del trabajo de grado en pasantía de proyección social como Opción de  
grado para obtener el título de Economista**

**Directora**

**Luz Gladys Yarime Peña Ulloa**

**Universidad de los Llanos**

**Facultad de Ciencias Económicas**

**Programa de Economía**

**Villavicencio - Meta**

**2018**

**Universidad de los Llanos**  
**Autoridades Académicas**

**Pablo Emilio Cruz Casallas**  
**Rector**

**Doris Consuelo Pulido de González**  
**Vicerrectoría Académica**

**Giovanny Quintero Reyes**  
**Secretario General**

**Rafael Ospina Infante**  
**Decano Facultad Ciencias Económicas**

**Carlos Leonardo Ríos Viasus**  
**Director Escuela Economía y Finanzas**

**Javier Díaz Castro**  
**Centro de Investigaciones Facultad de Ciencias Económicas**

**Director de programa de Economía**  
**Ernesto Leonel Chávez Hernández**

**Nota de apreciación**

---

---

---

**Javier Díaz Castro**

**Director centro de Investigaciones**

**Facultad de Ciencias Económicas**

---

**Ernesto Leonel Chávez Hernández**

**Director programa de Economía**

---

**Luz Gladys Yarime Peña Ulloa**

**Directora Trabajo de Grado**

**Villavicencio, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del 2018**

## **Dedicatoria**

En primer lugar, Dios por permitirnos llegar a este punto y habernos dado salud para lograr cumplir este objetivo. A nuestros padres, por su dedicación y amor hacia nosotras, por su apoyo incondicional en todo momento, por sus consejos, valores que nos hicieron personas de bien y por ser nuestro más grande ejemplo.

## **Agradecimientos**

Nuestro más sincero agradecimiento a la Universidad de los Llanos, la Facultad de Ciencias Económicas, Programa de economía, y a cada uno de los docentes, quienes con su profesionalismo y ética, compartieron sus conocimientos con los que seremos útiles a la sociedad.

A nuestra directora de opción de grado la docente Luz Yarime Peña Ulloa y profesoras del proyecto de investigación María del Carmen Ruiz Sánchez y Lucila Perilla Ruiz, quienes con su experiencia nos acompañaron durante todo el proyecto, brindándonos el tiempo y las recomendaciones necesarias para que esta meta llegue a feliz término.

Por último, dar las gracias a las mujeres empresarias del barrio Ciudad Porfía que decidieron ser parte de este proyecto, por su dedicación y motivación para adquirir nuevos conocimientos, manifestamos nuestra admiración y respeto hacia ustedes.

## Tabla de Contenido

Introducción .....	10
1. Planteamiento del problema .....	12
2. Justificación .....	14
3. Objetivos.....	16
3.1 Objetivo General.....	16
3.2 Objetivos Específicos .....	16
4. Marco Referencial .....	17
5. Horizonte Metodológico.....	25
6. Resultado y Análisis de resultado.....	30
7. Desarrollo e implementación de la estrategia.....	50
8. Conclusiones .....	59
9. Referencias Bibliográficas.....	62
10. Anexos .....	66

## Lista de tablas y figuras

### Tablas

Tabla 1. Salida de campo .....	30
Tabla 2. Composición del negocio.....	36
Tabla 3. Distribución porcentual del lugar de procedencia .....	38
Tabla 4. Distribución porcentual de víctimas .....	39

### Figuras

Figura 1. Ubicación geográfica del contexto de intervención .....	24
Figura 2. Distribución porcentual por actividad económica .....	32
Figura 3. Distribución porcentual por sexo .....	32
Figura 4. Distribución porcentual del estado civil .....	33
Figura 5. Distribución porcentual del nivel de escolaridad .....	34
Figura 6. Distribución porcentual de experiencia como empresaria.....	35
Figura 7. Distribución porcentual de la motivación del negocio .....	35
Figura 8. Distribución porcentual de los aportes del negocio.....	37
Figura 9. Distribución porcentual de residencia en Villavicencio .....	38
Figura 10. Distribución porcentual de tipo de local.....	39
Figura 11. Distribución porcentual del tiempo de funcionamiento .....	40
Figura 12. Distribución porcentual de los elementos de formalización .....	41
Figura 13. Distribución porcentual de recursos del negocio .....	42
Figura 14. Distribución porcentual de seguridad social.....	42
Figura 15. Distribución porcentual de afiliación de pensiones.....	43
Figura 16. Distribución porcentual de afiliación a ARL.....	44



Figura 17. Distribución porcentual de los activos del negocio.....	45
Figura 18. Distribución porcentual de tipo de contabilidad.....	45
Figura 19. Distribución porcentual de la situación financiera .....	46
Figura 20. Distribución porcentual de dificultades.....	47
Figura 21. Distribución porcentual de financiación.....	48
Figura 22. Distribución porcentual de capacitación .....	48
Figura 23. Taller de intervención.....	50
Figura 24. Taller de intervención.....	51
Figura 25. Taller de intervención.....	51
Figura 26. Taller de intervención.....	52
Figura 27. Taller de intervención.....	52

## **Introducción**

El emprendimiento se ha convertido en una dinámica importante que impulsa el crecimiento y desarrollo de los sectores económicos y sociales de una región. A partir de este análisis, se considera el papel que tiene la mujer emprendedora dentro de la sociedad, que se constituye en un aspecto relevante para la transformación del desarrollo.

El espíritu emprendedor en las mujeres contribuye a la generación de empleo, teniendo en cuenta que una de las principales razones por la cual deciden crear su propio negocio se debe a la necesidad de emplearse, generar sus propios ingresos, que les permita una flexibilidad en el tiempo y una localización favorable, ajustándose a las necesidades de la familia y la crianza de hijos, a esto se le suma que la sociedad tuvo problemas en el pasado relacionados con crímenes y terrorismo, lo cual ocasiono la migración de las familias en busca de nuevas oportunidades, tomando al emprendimiento como una forma de vida, tal como lo afirma el Informe del Observatorio de Desplazamiento Interno (IDMC) y el Consejo Noruego para Refugiados (NRC) Colombia tiene el deshonroso primer lugar como país productor de desplazados forzosos, en donde se registran más de 7'200.000 personas desplazadas en las últimas décadas.

El presente estudio desarrolla una metodología Investigación- Acción Participativa (IAP); entendiéndose como un proceso metodológico de tipo social que rompe los moldes tradicionales de la investigación, en donde articula las actividades del conocimiento de la realidad mediante la participación de la comunidad para el mejoramiento en las condiciones de vida. Se constituye como instrumento de acción para una comunidad o

grupo social que tiene la capacidad de reconocer sus problemáticas y necesidades, lo cual hace necesaria la introducción y organización de información que fomente la discusión a manera de retroalimentación, que se reconoce como la exposición de criterios e ideas para generar análisis acerca de una situación permitiendo formular posibles soluciones de acuerdo a los propios medios y recursos de los que disponga la comunidad para la realización del proyecto.

El propósito de esta intervención es resaltar el papel de la mujer emprendedora, brindando un apoyo para que fortalezcan sus negocios financieramente. El contexto válido para la ejecución e intervención del proyecto es la ciudad de Villavicencio, particularmente en el barrio Ciudad Porfía, debido a la dinámica comercial que se presenta en este lugar.

Este informe se divide en dos secciones, en la primera se encontrará sustentada en el marco teórico, en la segunda, se analizan los resultados obtenidos de la ficha de caracterización, que para Fernández (2005) es “un recurso didáctico, que permite la compilación de opciones métricas que describen variables intrínsecas al informe de investigación y estudio de la unidad de análisis” (párr.3); la cual fue aplicada a las mujeres que decidieron hacer parte del proyecto y que se constituye en pieza clave para el desarrollo de las acciones en la población objeto de estudios. Al final se presentan los dos productos de este trabajo que se componen en una cartilla y un artículo.

## **1. Planteamiento del problema**

Con base en las propuestas de intervención y transformación de la situación de la mujer, como agente activo para el desarrollo social y económico en los contextos o territorios donde se ubique, incluidas en el Informe mundial de la OIT (2015) “La mujer en la gestión empresarial: Cobrando impulso”, y el proyecto de la OIT y UNESCO (2009) “La igualdad de género en el corazón del trabajo decente”, que busca formular acciones para mejorar el emprendimiento con el propósito de reducir la brecha tecnológica y las desigualdades de género, para empoderar a las mujeres como agentes transformadoras y de sostenimiento de su entorno y núcleo familiar.

A causa del alto grado de desempleo e informalidad de las mujeres en América Latina como lo afirma Ramirez (2016) “Las mujeres colombianas aparecen con la tasa de desocupación urbana más alta entre 115 países latinoamericanos, con el 12 por ciento” (Párra. 1). Esto demuestra que las políticas laborales en Colombia no tienen un enfoque de género, a lo cual el emprendimiento juega un rol importante brindando oportunidades en la creación y sostenibilidad de empresas creadas por mujeres; existiendo la posibilidad de reducir el índice de desempleo.

Con relación al apartado anterior, en el contexto del departamento del Meta, especialmente en Villavicencio, adolece de programas que generen estrategias para empoderar a la mujer en su acción emprendedora, máxime que esta dinámica se orienta a la contribución de la mujer en el desarrollo económico y social de esta ciudad.

## **1.1. Formulación del problema**

De acuerdo con lo antes expuesto, se formula la siguiente pregunta de intervención:

¿Cómo ayudar al fortalecimiento social y económico de las unidades empresariales encabezadas por mujeres en el sector comprendido entre la Calle 62 Sur y Calle 77 Sur con Carrera 42 a 46 del barrio Ciudad Porfía de Villavicencio?

## 2. Justificación

Este proyecto de Intervención social, pretende aportar desde conocimiento de la Economía, estrategias para el fortalecimiento de las unidades empresariales lideradas por mujeres, para su perdurabilidad.

Se parte de la premisa de cómo las mujeres han generado posibilidades para su empoderamiento, en cuanto a la creación y sostenibilidad de sus unidades empresariales, su caracterización teniendo en cuenta los siguientes aspectos: Clasificación, naturaleza de los recursos, número de empleos que genera, situación financiera, contribución social y económica al contexto inmediato y perdurabilidad empresarial.

En este sentido la OIT (2011), en el paquete de formación Género y Emprendimiento, propone la formación de las mujeres en el empoderamiento social y económico para el emprendimiento empresarial; con acciones participativas, idóneas y contextualizadas por un aprendizaje significativo, en pro de su consolidación como empresarias constituidas.

Según Ortiz, Duque & Camargo (2008), argumentan que en cuanto al emprendimiento femenino, la revisión realizada a varios estudios se pone de hecho que:

...aunque es un tema que no ha sido suficientemente estudiado, existe un interés por comprender los factores que condicionan, influyen y determinan los emprendimientos femeninos, específicamente en lo relacionado con la creación, desarrollo y mantenimiento de nuevas empresas. La tendencia nivel mundial muestra que las mujeres crean menos empresas que los hombres (en una proporción de 70 a 30), pero que esta proporción tiende a aumentar y se vuelve significativa para la economía de los países. (p. 103.)

De acuerdo con los estudios anteriores, el emprendimiento empresarial en cabeza de las mujeres o con enfoque de género ha tenido un desarrollo lento, la preocupación de instancias supranacionales y nacionales que apuestan por el empoderamiento de la mujer como sujeto protagonista del desarrollo propio de la familia y del entorno donde sus unidades empresariales se ubiquen.

La relevancia de este proyecto de intervención, se orienta a la contribución del fortalecimiento empresarial a partir del conocimiento de la Contaduría Pública y la Economía, con relación a los procesos contables y financieros. Es decir para el caso particular de este trabajo el aporte está centrado en el conocimiento de la economía, en cuanto al establecimiento de una ruta financiera pertinente y contextualizada a las características propias del contexto de intervención.

### **3. Objetivos**

Para el desarrollo del proyecto se proponen los siguientes objetivos:

#### **3.1 Objetivo General**

Desarrollar estrategias que posibiliten el fortalecimiento económico y financiero de las unidades empresariales lideradas por mujeres en el Barrio Ciudad Porfía de Villavicencio, sector comprendido entre la calle 62 Sur a 77 Sur y carreras 42 a 46.

#### **3.2 Objetivos Específicos**

- ) Definir los criterios para seleccionar la población objeto de intervención.
- ) Caracterización socio-económica de las unidades empresariales lideradas por mujeres del Barrio Ciudad Porfía de Villavicencio.
- ) Diseñar estrategias de intervención en las unidades empresariales lideradas por mujeres del Barrio Ciudad Porfía de Villavicencio.
- ) Aplicar estrategias de intervención en las unidades empresariales lideradas por mujeres del Barrio Ciudad Porfía de Villavicencio ubicadas en el sector comprendido entre la calle 62 Sur a 77 Sur y carreras 42 a 46.



## **4. Marco Referencial**

Para el propósito de este proyecto el marco referencial lo constituye: el marco teórico y conceptual, marco legal y normativo y marco contextual y geográfico.

### **4.1 Marco Teórico y Referente Conceptual**

Para aproximarse al emprendimiento y género se propone como soporte teórico del proyecto los siguientes conceptos: Emprendimiento, género, desarrollo económico, empoderamiento.

El concepto de emprendimiento, en su construcción, ha sido abordado por diferentes autores, Cárdozo (2010) y Vallmijatna (2014) (citado en Cataño y Tamanini), plantean las argumentaciones teóricas de Richard Cantillón en 1755 y Jean-Baptiste Say en 1821, que definen al emprendedor “como creador de empresa y organizador de factores de producción, reuniendo, intercambiando y coordinando recursos económicos a áreas de productividad y rentabilidad” (pág. 3).

Es así como la transformación del sistema económico a través de los años, ha visibilizado el papel de los emprendedores en la sociedad como actores de transformación económica y social. Desde una mirada económica, el emprendimiento se desarrolla cuando los individuos identifican oportunidades de negocio, con el fin de alcanzar un beneficio económico propio y un impacto en la sociedad para lo cual debe tomar riesgos dentro de la eficiencia y la eficacia. (Salinas, 2012).

Como opción de vida, el emprendimiento es ejecutado por personas que poseen habilidades de comunicación, liderazgo y actitud positiva para identificar ideas y oportunidades ante factores exógenos y endógenos. El emprendedor es la persona que asume riesgos a la hora de tomar decisiones, es decir que asume la creación de empresa aprovechando el vacío en el mercado renovando el tejido empresarial de una sociedad.

La Ley 1014 de 2006, en su artículo 1°. Definiciones hace referencia al emprendimiento como:

Una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.

Algunos elementos conceptuales del emprendimiento que acuña la Ley antes mencionada, se constituyen en aporte para este proyecto como lo es el liderazgo equilibrado, en tanto, quien es un emprendedor tiene la decisión e iniciativa para generar nuevas ideas y se considera como líder comprometido con la realización de nuevos proyectos y colaboradores en su entorno, generando un patrón de comportamiento colectivo que establezca una identidad cultural y social; otro concepto es la creación de valor, cuando este se dimensiona en la innovación, creación de empleo, la inversión y la perdurabilidad empresarial.

El emprendimiento, como concepto y dinámica social y empresarial, muestra una tendencia acentuada hacia el emprendedor en un sentido general, sin distinción de género;

es poco el conocimiento que surge de estudios acerca de las mujeres como sujeto de emprendimiento. Castiblanco (2013, citado en Cataño y Tamanini, 2015), menciona que a partir de la década de los 80 surge alguna literatura que aporta conocimiento sobre la mujer y el emprendimiento. Este conocimiento toma como eje central el perfil de las empresarias, luego aparecen otros estudios que se fundamentan en criterios socio demográfico y las diferencias entre hombres y mujeres en este ejercicio.

The Economist Intelligence Unit, en el Informe índice del entorno empresarial para emprendedoras (2013), muestra de manera significativa la contribución del emprendimiento femenino en América Latina, que en el periodo 2000 y 2010 aportan al incremento de los ingresos, que inciden en la reducción de la pobreza en un 30%.

Este informe, da sentido al aporte de la mujer como sujeto de emprendimiento, en cuanto su éxito es factor para el desarrollo social y económico; este se define según Reyes (2009) como una condición social dentro de un país en el cual las necesidades auténticas de su población se satisfacen con el uso racional y sostenible de recursos y sistemas naturales. De igual manera, el Informe antes mencionado, recomienda el desarrollo de estudios sobre emprendimiento femenino que permitan “entender mejor el ambiente para los negocios y los factores del éxito empresarial de la mujer” (p.5).

En cuanto a estudios realizados sobre emprendimiento y género se hace visible que son muy pocos los estudios encontrados y en algunos de ellos emplean muestras pequeñas que no son significativas en el área de estudio geográfico; arrojando resultados en donde se

denota que hay falencias en el área administrativa y se evidencia que son pocas las mujeres propietarias de grandes empresas debido a que sus ideas empresariales no se desarrollan en sectores que son dominados generalmente por los hombres.

En el 2005, un estudio de las Naciones Unidas que se realizó en el sur de Asia afirma que hay una cantidad de barreras que impiden a las mujeres desarrollar su potencial emprendedor para hacer contribuciones significativas en la sociedad; debido a que las obligaciones familiares generalmente van en contra de la posibilidad de iniciar un negocio, y las responsabilidades como de hijos y otros miembros de la familia impide que la mujer pueda destinar tiempo y energía a su propio negocio. Los roles tradicionales en países en vías de desarrollo dificultan la liberación de las mujeres de sus responsabilidades familiares.

Langowitz y Minniti (2007), realizaron una investigación bajo la premisa de que el espíritu empresarial se está convirtiendo en una fuente cada vez más importante de empleo para las mujeres en muchos países, aunque el nivel de participación femenina en la actividad empresarial sigue siendo significativamente inferior a la de los hombres. En este mismo estudio se encontró que las mujeres tienden a percibirse a sí mismas y al entorno empresarial en forma menos favorable que los hombres en todos los países de la muestra (17 países), independientemente de la motivación empresarial.

En cuanto al desarrollo económico, son las pequeñas y medianas empresas las que inyectan al sistema económico la flexibilidad, la astucia, la adaptación rápida y la innovación, dado que pueden enfrentar favorablemente los entornos inciertos, complejos y

cambiantes. Cuando crecen sostenidamente, generan beneficios a los países, dinamizando la producción, y contribuyen significativamente al fisco en países con altos niveles de formalidad y ayudan a combatir el mal endémico de la pobreza.

Si bien el crecimiento es clave para la reducción de la pobreza, sucede que es la “propia pobreza la que impide alcanzar tasas de crecimiento altas y sostenidas en América Latina, región que continúa siendo una de las más desiguales del mundo y donde casi la cuarta parte de la población vive con menos de dos dólares al día” (Universidad de San Martín de Porres, 2005, p. 55).

#### 4.2 Marco Legal y Normativo

El marco legal y normativo se orienta al análisis de las normas vigentes en Colombia sobre: igualdad de género y del trabajo, emprendimiento, Constitución Nacional y el marco normativo contable para pymes y micro empresas, como se presenta a continuación:

Ley o Norma	Objetivo
<b>Artículo 13 Constitución Política de Colombia</b>	Trata sobre el derecho a la igualdad
<b>Artículo 10 Código Sustantivo del Trabajo</b>	Contempla la igualdad para los trabajadores y las trabajadoras
<b>Convenio 100 de la OIT</b>	Convenio relativo a la igualdad de remuneración entre la mano de obra masculina y la mano de obra femenina por un trabajo de igual valor (Entrada en vigor: 23 mayo 1953)
<b>Convenio 111 de la OIT</b>	Convenio sobre la discriminación (empleo y ocupación)” Convenio relativo a la discriminación en materia de empleo y ocupación (Entrada en vigor: 15 junio 1960)
<b>Ley 1753 de 2015 “Por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 “Todos por un nuevo país” – Artículo 129</b>	Mediante la cual se evalúa la política pública nacional de equidad de género para las mujeres y de la política pública para la prevención de riesgos, la protección y garantía

	de los derechos de las mujeres víctimas del conflicto armado
<b>Ley 1496 de 2011</b>	Por medio de la cual se garantiza la igualdad salarial y de retribución laboral entre mujeres y hombres, se establecen mecanismos para erradicar cualquier forma de discriminación y se dictan otras disposiciones
<b>Conpes 161 de 2013</b>	En él contemplada la Política Pública Nacional de equidad de género para las mujeres y del Plan integral para garantizar una vida libre de violencias
<b>Artículo 38 Constitución Política</b>	Garantizar la libertad de asociación
<b>Artículo 333 Constitución Política</b>	Dentro de los límites del bien común, la actividad económica y la iniciativa privada son libres
<b>La ley 789 de 2002</b>	Apoyar el empleo y ampliar la protección social. . Norma por la cual se crea el FONDO EMPRENDER (Art.40).
<b>Ley 590 de 2000</b>	Promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana
<b>Decreto 2649 de 1993</b>	Por el cual se reglamenta la Contabilidad en General y se expiden los principios o normas de contabilidad generalmente aceptados en Colombia
<b>Ley 1314 de 2009</b>	Por la cual se regulan los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento. de información aceptadas en Colombia, se señalan las autoridades competentes, el procedimiento para su expedición y se determinan las entidades responsables de vigilar su cumplimiento
<b>Decreto Único Reglamentario 2420</b>	Compilar y racionalizar las normas de carácter reglamentario, expedidas en desarrollo de la Ley 1314 del 2009, que rigen en materia de contabilidad, información financiera y aseguramiento de la información y contar con un instrumento jurídico único en la materia
<b>Decreto 2706 del 2012</b>	Por el cual se reglamenta la Ley 1314 de 2009 sobre el marco técnico normativo de información financiera para las

	microempresas
<b>Decreto 624 de 1989 Art.1,2,5,12,20,22 y 499 del Estatuto Tributario</b>	Por el cual se expide el Estatuto Tributario de los Impuestos Administrados por la Dirección General de Impuestos Nacionales
<b>Art.1,2,3,5,12,20,22, 499 y 617 del Estatuto Tributario</b>	Por los que se determina el origen de la obligación sustancial tributaria, quiénes con contribuyentes y responsables de obligaciones tributarias en Colombia y su clasificación dentro de los regímenes existentes en la normatividad del país.

Fuente: Elaboración propia

### 4.3 Marco Geográfico y Contextual

#### 4.3.1 Marco Contextual

De acuerdo con el estudio realizado por la Universidad Santo Tomas de Villavicencio en el Proyecto: Caracterización contexto social y empresarial Comuna N° 8 de 2012, en el territorio del Barrio Ciudad Porfía la naturaleza del comercio se encuentra ubicada a lo ancho de su calle principal poniendo a disposición de su población gran variedad de establecimientos de comercio que ofrecen servicios como: venta de bienes (Ropa, artículos para el hogar, artículos de la canasta familiar, restaurantes, discotecas, bancos, papelerías, supermercados entre otros muchos); sin embargo el trabajo informal tiene gran oferta y se estima que en cada esquina del barrio hay un pequeño establecimiento informal de comercio como por ejemplo: venta de comidas rápidas, minutos a celular, alimentos, zapaterías, zorras, acarreos, moto taxis entre muchas otras más.

### 4.3.2 Marco Geográfico.

Para la delimitación geográfica de este proyecto, el sector 3 se encuentra comprendido desde la Calle 62 Sur y la Calle 77 Sur, con Carrera 42 hasta la Carrera 46 del Barrio Ciudad Porfía, ubicado en la Comuna 8 de la Ciudad de Villavicencio, como se presenta en la siguiente figura.



Figura 1. *Ubicación geográfica del contexto de intervención.* Fuente adaptación de Google maps (2017)



## **5. Horizonte metodológico**

### **5.1 Tipo de Estudio**

De acuerdo con el carácter del proyecto, este se define como social. Según Cerda (2001), los proyectos sociales, pretenden satisfacer o resolver necesidades de un grupo social, un contexto, organización, entre otros; criterios que se acogen para el desarrollo de esta intervención.

### **5.2 Perspectiva**

El proyecto se basó en la investigación acción, teniendo en cuenta que es una forma de investigación en la cual se vincula el estudio de los problemas en un contexto determinado con programas de acción social que logre generar conocimiento y cambio social.

“Es un método muy aplicado en los procesos de transformación actuales, para estudiar, controlar y alcanzar las modificaciones deseadas en el entorno social de aplicación. Y constituye una importante alternativa en los métodos de investigación cualitativa, muy aplicado en entornos académicos donde existe una fuerte vinculación de la teoría con la práctica, donde se producen un conjunto de espirales cíclicas de planeamiento, acción, observación y reflexión”.(Rivera, 2007, p. 4).

### **5.3 Unidad de Análisis y de Trabajo**

Se trabajó con dos unidades, la primera es la unidad de análisis que hace referencia a que los elementos en los que recae la obtención de información, es decir a quien o a

quienes se va a aplicar la muestra, para el proyecto se analizaron a 146 mujeres emprendedoras del sector.

La segunda hace referencia a la unidad de trabajo, que son las personas con las cuales se llevó a cabo el proyecto, para la cual se contó con la colaboración de 13 mujeres empresarias que participaron durante todo el proceso de las capacitaciones.

#### **5.4 Instrumentos para la recolección de información**

Para la recolección de la información de las unidades de trabajo se utilizó una ficha de caracterización, que permitió identificar aspectos, económicos, sociales, culturales e intelectuales, con el objetivo de conocer cuáles son los principales problemas que afectan sus negocios y crear estrategias que respondan a sus necesidades.

La información que se logró identificar con la ficha de caracterización es la siguiente: más de la mitad de mujeres empresarias entrevistadas no cuentan con estudios superiores; la mayoría de ellas llevan más de un año con su negocio; no llevan una contabilidad clara que les permita identificar cuáles son sus gastos, ni sus ganancias; tienen desinformación crediticia lo cual ha provocado endeudamiento con altas tasas de interés con personas externas a su negocio, conocidos como “los gota agota” ; también se encontró una falencia en cuanto al manejo de sus inventarios, que no les permite tener mayor rotación de sus productos.

## **5.5 Fases del desarrollo del proyecto**

Para el desarrollo de los objetivos propuesto en el proyecto, se organizan cuatro fases, las cuales se explican a continuación:

### ***5.5.1 Primera Fase: definición de criterios para la selección de unidades empresariales***

En la primera fase del proyecto según el método investigación - acción participativa IAP, se recoge información relevante, mediante el trabajo de campo, en donde se hace un acercamiento con el objeto de estudio.

Para iniciar el proceso de recolección de la información del proyecto, se realizan diferentes visitas de campo, para estructurar las mujeres y sus unidades como sujeto de emprendimiento, ubicadas en el sector tres del contexto de estudio, que comprende el lugar de ubicación desde la calle 62 Sur hasta la calle 77 Sur, y entre la carrera 42 y la carrera 46 del barrio Ciudad Porfía.

Se procede a describir cada una de las visitas, a evidenciar los hallazgos y características de esta población: Se realizaron tres salidas al barrio Ciudad Porfía, los días 11 de abril, 26 de abril y 4 mayo.

El objetivo de esta fase es definir los criterios para seleccionar la población objeto de intervención, con el fin de obtener el documento donde estén consignados y explícitos los criterios de selección de la población o unidad de análisis a intervenir. El instrumento de

la recolección de la información fue la ficha de análisis de contenido de fuentes secundarias.

### ***5.5.2 Segunda Fase: caracterización socio-económica de las unidades empresariales***

Después de obtener la información de la unidad de análisis se procede a hacer la caracterización socioeconómica de las unidades empresariales lideradas por mujeres del barrio Ciudad Porfía de Villavicencio en el sector comprendido entre la calle 62 Sur a 77 Sur y carreras 42 a 46, para obtener la base de datos de la población a intervenir.

Esto se logra mediante el diseño de instrumentos de recolección de información, aplicación de instrumentos y sistematización de la información. A través de la encuesta socio- económica y con la información obtenida del primer apartado “Caracterización del empresario”, se busca recabar información sobre los siguientes aspectos: Ubicación de la unidad empresarial, relación de la empresaria con el negocio, edad, nivel educativo y años con la empresa. Del segundo apartado “Caracterización del establecimiento”, que proporciona la siguiente información: Tamaño de la empresa, actividad económica, tipo de inmueble empleado para realizar las actividades económicas, personal ocupado, forma de remuneración y afiliación a seguridad social; se diseña una tabla en formato Excel, con los aspectos antes mencionados para la elaboración de la Base de datos de la población.

### ***5.5.3 Tercera Fase: diseño de las estrategias de intervención***

Con relación a lo anterior, el uso de la plantilla permite el diseño de estrategias de intervención orientadas al fortalecimiento de las unidades empresariales en cabeza de las mujeres participantes de este proyecto, cuya aplicación, una vez es organizada, sistematizada y analizada la información obtenida de la base de datos de la población sujeto de intervención, se desarrolla en espacios de talleres de capacitación y charlas didácticas; teniendo como referente, la información obtenida en las fases 1 y 2 y la sistematización y análisis de los apartados de la encuesta “Caracterización del proceso contable” y “Problemáticas detectadas”.

### ***5.5.4 Cuarta Fase: aplicación de las estrategias de intervención en las unidades empresariales lideradas por mujeres empoderadas***

Una vez diseñadas las estrategias de intervención, se aplican a las mujeres en calidad de microempresarias y se evaluará cada actividad para conocer su relevancia (aceptación y pertinencia) mediante este proceso las personas adquieren y refuerzan los conocimientos necesarios para desarrollar habilidades y competencias, formuladas en los objetivos del proyecto, elementos que se deben desarrollar con la construcción de instrumentos que permitan su aplicación efectiva en atención a las mujeres en calidad de microempresarias. Como resultado, todo lo anterior permite la construcción del informe final de las estudiantes en opción de grado de pasantía en proyección social en atención al análisis de la aplicación de las estrategias construidas.

## 6. Resultados

Inicialmente el proceso de levantamiento de información se hace por medio de un acercamiento a las mujeres propietarias, en este ejercicio se identifican algunas generalidades como: razón social, dirección, nombre de la empresaria y número de celular.

Se destacan las siguientes observaciones:

1. Las personas tienen desconfianza para entregar la información.
2. Muchos establecimientos son atendidos por encargados o administradores los cuales no proporcionaban la información que se les solicitaba.
3. En algunos negocios la información que se recogió por observación directa.
4. Los negocios brindan un fortalecimiento grupal.

Se identificaron un total de 223 establecimientos comerciales en el sector tres, junto con información propia de cada uno, que se sintetiza en la siguiente tabla:

Tabla 1.

*Salida de campo.*

		<b>Participación Total</b>	<b>Participación Específica</b>
<b>Número de negocios</b>	223		
<b>Número de Empresarios</b>	81		
<b>Número de Hombres</b>	24	10.7%	29.6%
<b>Número de Mujeres</b>	57	25.5%	70.4%

Fuente: Elaboración propia

De la información recolectada en las salidas de campo, los anteriores son los datos con mayor relevancia de los establecimientos, es decir, del total de los negocios (223), sólo se obtuvieron datos de 81 empresas, que representan el 36.3% de los establecimientos que se ubican en el contexto de estudio.

El número de hombres empresarios representan el 10.7% de participación en la totalidad de la información, es decir que solo 24 hombres aceptaron dar información de los 81 empresarios.

Las mujeres tienen el 25.5% de participación en la totalidad de la información, es decir de los 81 empresarios 57 son mujeres; esto evidencia que las mujeres tienen mejor disposición para participar y colaborar en procesos de capacitación reflejando mayor compromiso empresarial.

Como dato adicional, se establece que del total de las 57 mujeres que conforman la base de datos y unidad de análisis, 34 son madres cabeza de hogar, 12 tienen pareja estable, y 11 no brindaron ningún tipo de información.

## **6.1 Análisis de resultado**

La siguiente información proviene de la ficha de caracterización aplicada a la unidad de análisis en las visitas de campo. (Anexo 1)

Establecimientos diferenciados por Actividad económica:

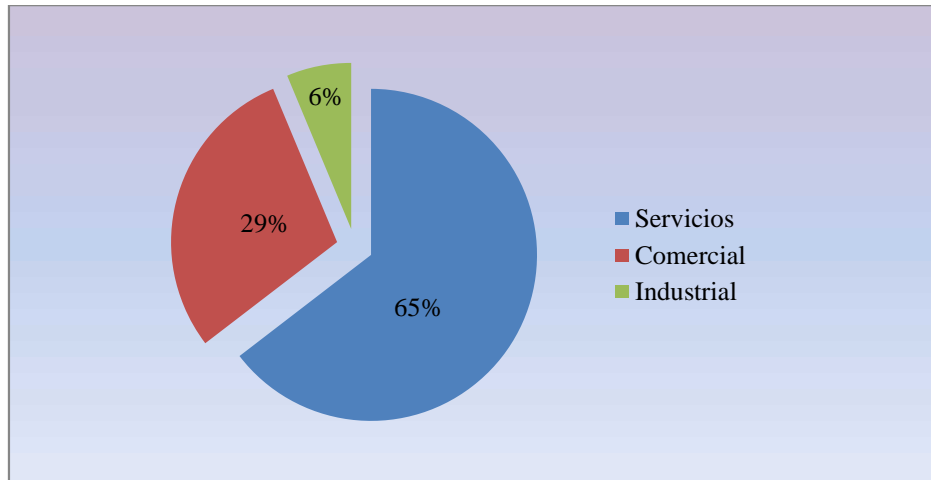


Figura 2. *Distribución porcentual por actividad económica.* Fuente: Canizalez & Gacharná, (2017).

El barrio ciudad Porfía, se caracteriza por tener en su mayoría establecimientos que se dedican a la oferta de servicios, de los 223 que conforman la base de datos general, 144 son de servicios correspondiente al 65% de participación, seguido de las empresas comerciales con 29%, para un total de 65 negocios, por último, el sector industrial con 14 establecimientos constituyen el 6% del total de las unidades empresariales.

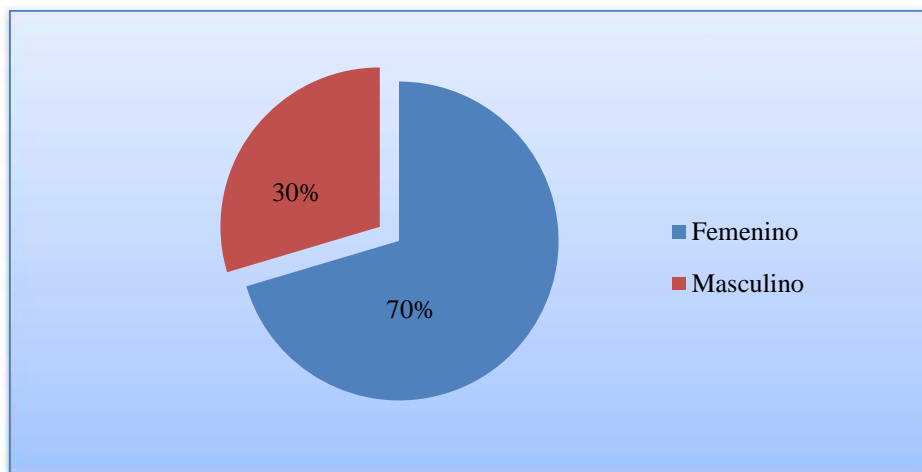


Figura 3. *Distribución porcentual por sexo.* Fuente: Canizalez & Gacharná, (2017).



En la figura 3 se puede observar que, del total de la muestra de 81 empresarios, el 70% está representado por mujeres empresarias, y el 30% corresponde a hombres empresarios, es decir que solo hay 24 hombres empresarios en el total de la muestra.

### 6.1 Datos de la muestra que aceptaron participar en el proyecto.

De 57 invitaciones realizadas a las mujeres de porfía en el sector 3, solo 10 mujeres aceptaron participar en el proyecto, lo cual representa el 17.5% de aceptación de la población objetivo.

De la caracterización de las unidades empresariales se resaltan los siguientes datos:

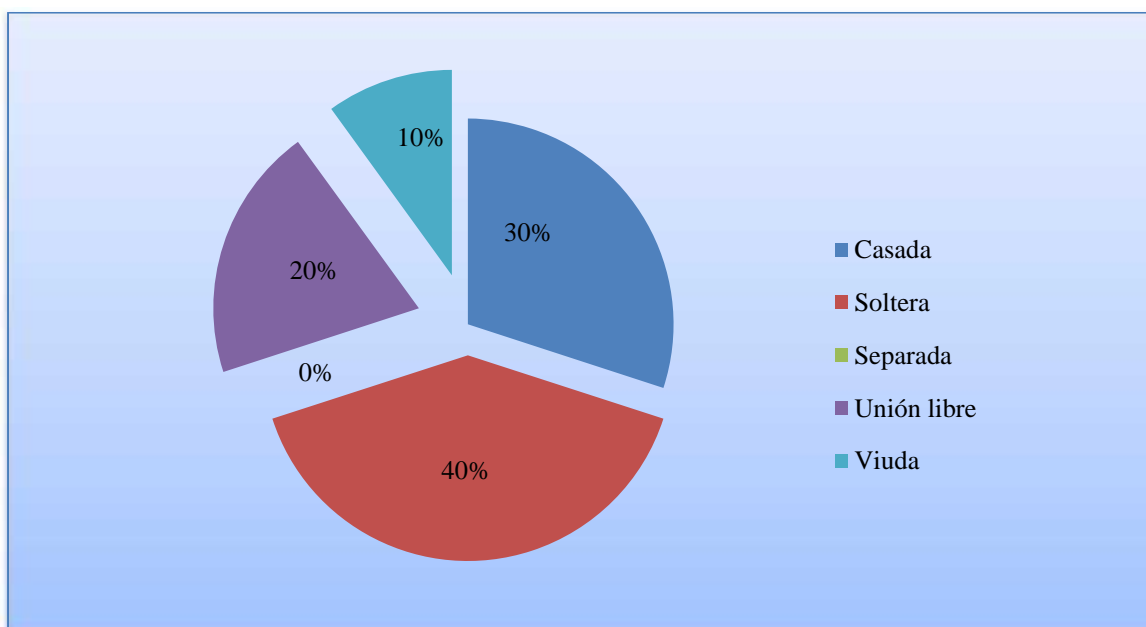


Figura 4. Distribución porcentual del estado civil. Fuente: Canizalez & Gacharná, (2017).

De las 10 mujeres que aceptaron formar parte del proyecto se encontraron que el 40% de ellas son solteras, aspecto que puede estar asociado a la juventud de la mayoría de ellas.

Algunas expresaron haber comenzado desde muy temprana edad la actividad comercial, ya sea por tradición familiar, o por la necesidad de emplearse y tener mayor independencia.

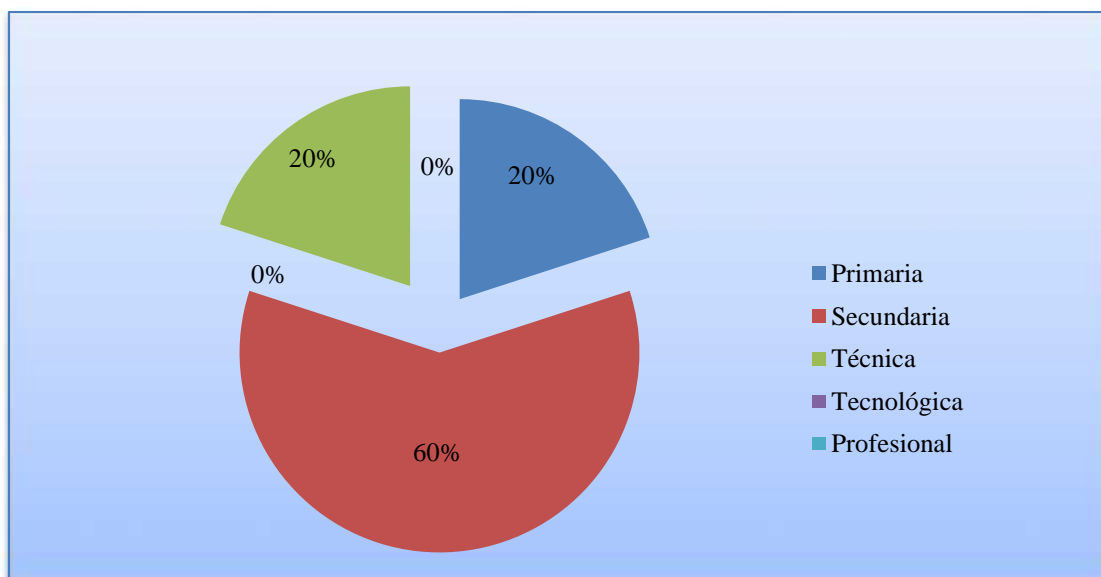


Figura 5. *Distribución porcentual del nivel de escolaridad.* Fuente: Canizalez & Gacharná, (2017).

Con relación al nivel de escolaridad se encontró que las empresarias participantes no poseen formación profesional; el 20% de las mujeres cuentan con estudios a nivel técnico; el 20% solo terminaron la primaria y el 60% culminó el bachillerato.

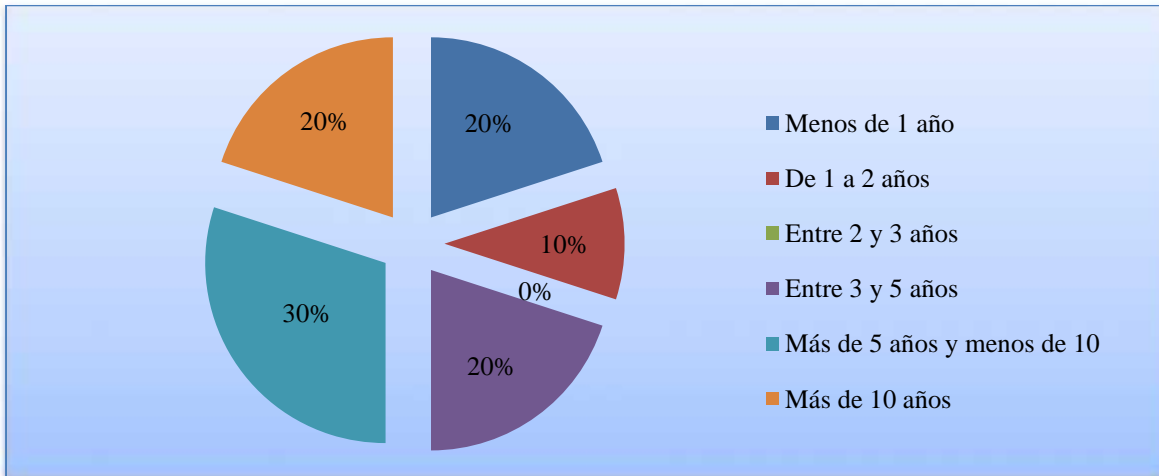


Figura 6. *Distribución porcentual de experiencia como empresaria.* Fuente: Canizalez & Gacharná, (2017).

En cuanto a la experiencia que estas mujeres han adquirido como empresarias, se encontró que el 30% de ellas llevan más de 5 años creando negocios y el 70% restante está distribuido en unos rangos de: menos de un año, de uno a dos años, entre dos y tres, entre tres y cinco.

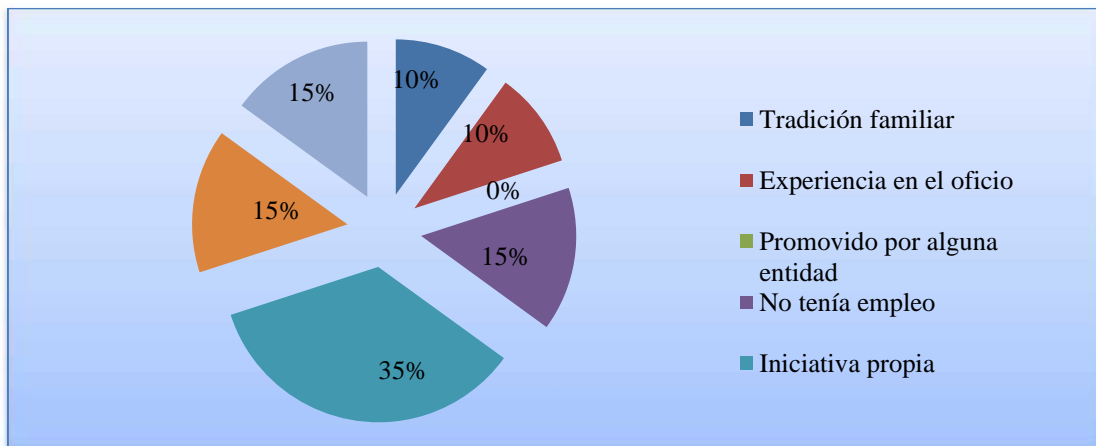


Figura 7. *Distribución porcentual de la motivación del negocio.* Fuente: Canizalez & Gacharná, (2017).

En concordancia con los datos de la figura 7, la motivación que orienta a las mujeres empresarias para comenzar su propio negocio se destaca la iniciativa propia con un 35%; seguido por tradición familiar con un 15%, al igual que la falta de empleo con un 15%; y algunas mujeres destacan la necesidad de tener ingresos que permita cubrir las necesidades básicas en el hogar.

Tabla 2.

*Composición del negocio*

<b>Promedio</b>	<b>Número de personas dependientes</b>	<b>Porcentaje de ingresos destinados al sustento familiar</b>	<b>Número de miembros del núcleo familiar que trabajan el negocio</b>
	<b>4</b>	<b>52%</b>	<b>1</b>

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado se encontró los siguientes promedios: el número de personas que dependen de cada uno de los negocios es 4, el cual está compuesto por el núcleo familiar de cada mujer; en cuanto al porcentaje de los ingresos generados por el negocio en promedio se destina el 52% para el sustento familiar, el cual es un porcentaje alto, que indica la importancia que tiene para estas familias sus microempresas; por último se encuentra el número de personas de la familia que trabajan allí y se observa que en la mayoría de negocios solo trabaja una persona lo cual determina el tamaño del mismo.

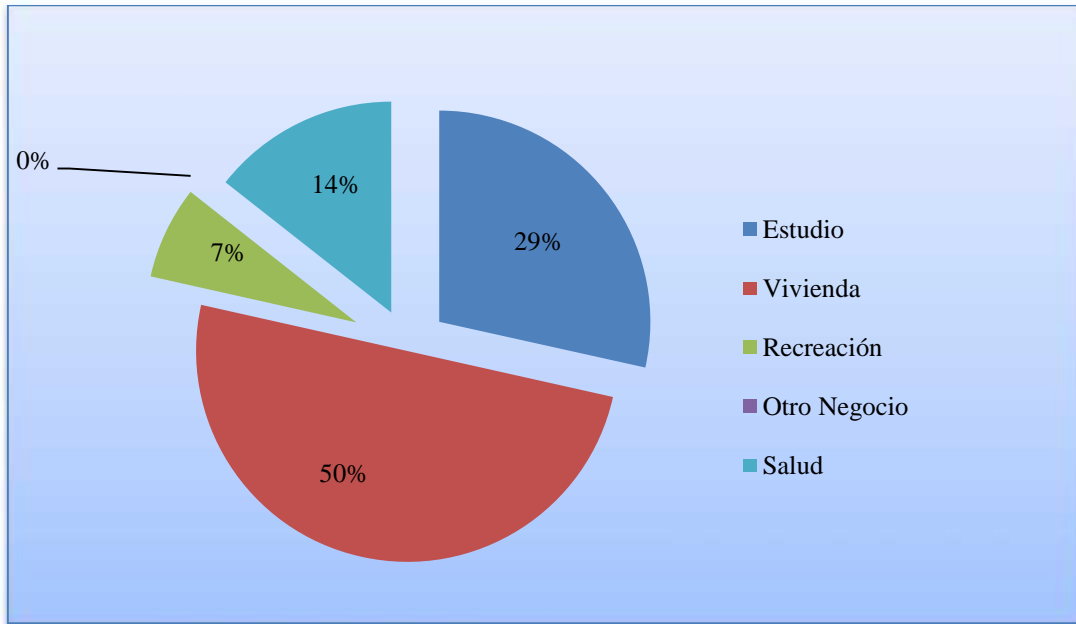


Figura 8. *Distribución porcentual de los aportes del negocio.* Fuente: Canizalez & Gacharná, (2017).

Los ingresos generados por el negocio aportan principalmente recursos a la vivienda con un 50%, teniendo en cuenta que en la mayoría de casos las familias pagan arriendo; seguido de un 29% para estudio que en algunos casos es para los hijos y en otros para ellas mismas. Se puede observar que el menor aporte está dado a la recreación con un 7%. Con esto se demuestra que los ingresos que genera el negocio son para satisfacer necesidades básicas.

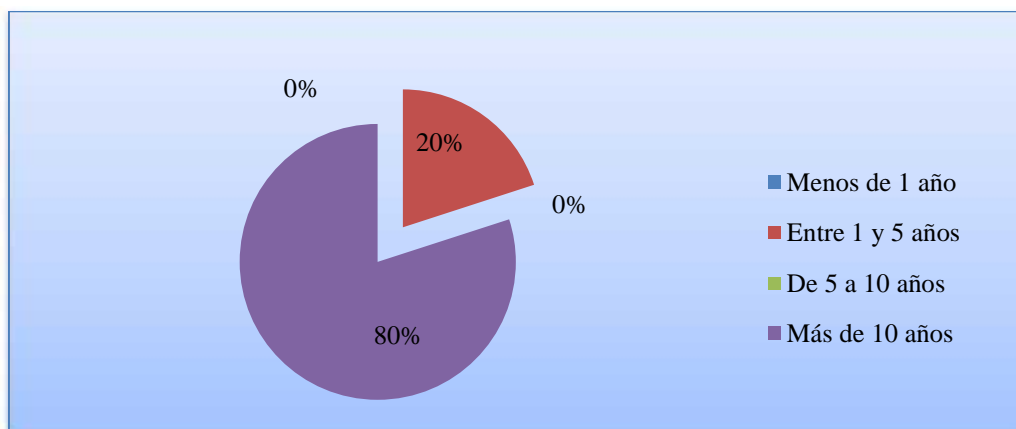


Figura 9. *Distribución porcentual de residencia en Villavicencio* .Fuente: Canizalez & Gacharná, (2017).

En cuanto al lugar de nacimiento se evidencia que la mayoría de mujeres son de otras ciudades y que varias de ellas vivieron en otros lugares antes de llegar a Villavicencio, como se muestra en la tabla 3. También es importante señalar que un 80% de ellas llevan más de 10 años residiendo en esta ciudad.

Según el sitio de procedencia de las mujeres objeto de estudio, se evidenciaron los siguientes datos:

Tabla 3.

*Distribución porcentual del lugar de procedencia*

<b>Lugar de procedencia antes de V/cio</b>	
Bogotá	30%
Lejanías	10%
Boyacá	10%
Puerto Concordia	10%
Santander	10%
Granada	10%

Fuente: Elaboración propia

El 30% de las mujeres afirma que antes de vivir en Villavicencio, procedían de Bogotá; las demás zonas de procedencia eran: departamentos de Boyacá y Santander, municipios del departamento del Meta como: Lejanías, Puerto Concordia, y Granada con el 10% respectivamente, y el 20% son nacidas en la capital del Meta (Villavicencio).

Tabla 4.

*Distribución porcentual de víctimas*

Víctima de Violencia	Víctima de desplazamiento
10%	30%

Fuente: Elaboración propia

Se encontró que un 10% de ellas han sido víctimas de violencia y un 30 son producto de desplazamiento, lo cual refleja el por qué la mayoría de ellas son de otras regiones de Colombia.

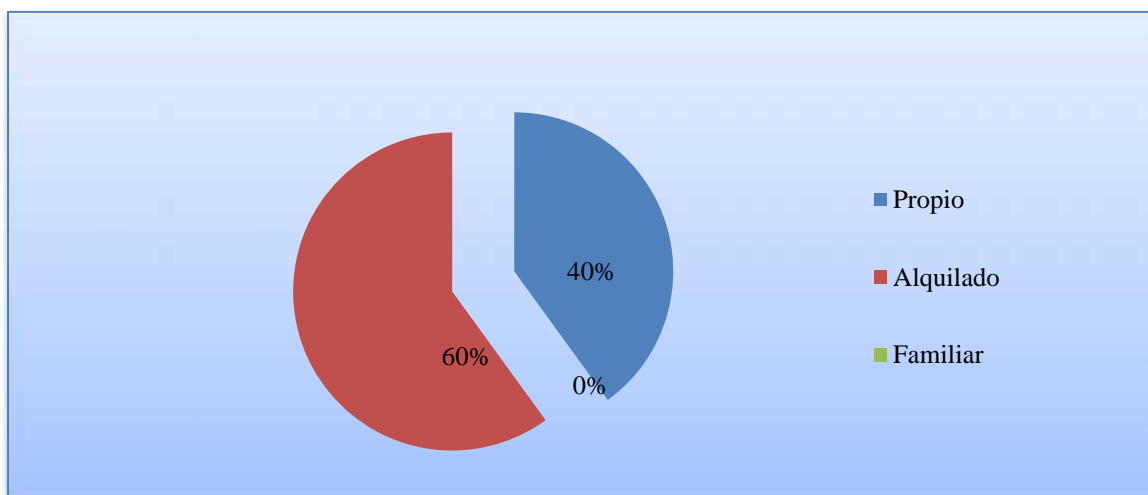


Figura 10. *Distribución porcentual de tipo de local*. Fuente: Canizalez & Gacharná, (2017).

Cuando se analiza el tipo de local, se observa que el 60% de ellos es alquilado, lo cual obedece a que necesitan tener una mejor ubicación en los sectores más comerciales, el 40% es propio y no hay locales que sean de conformación familiar.

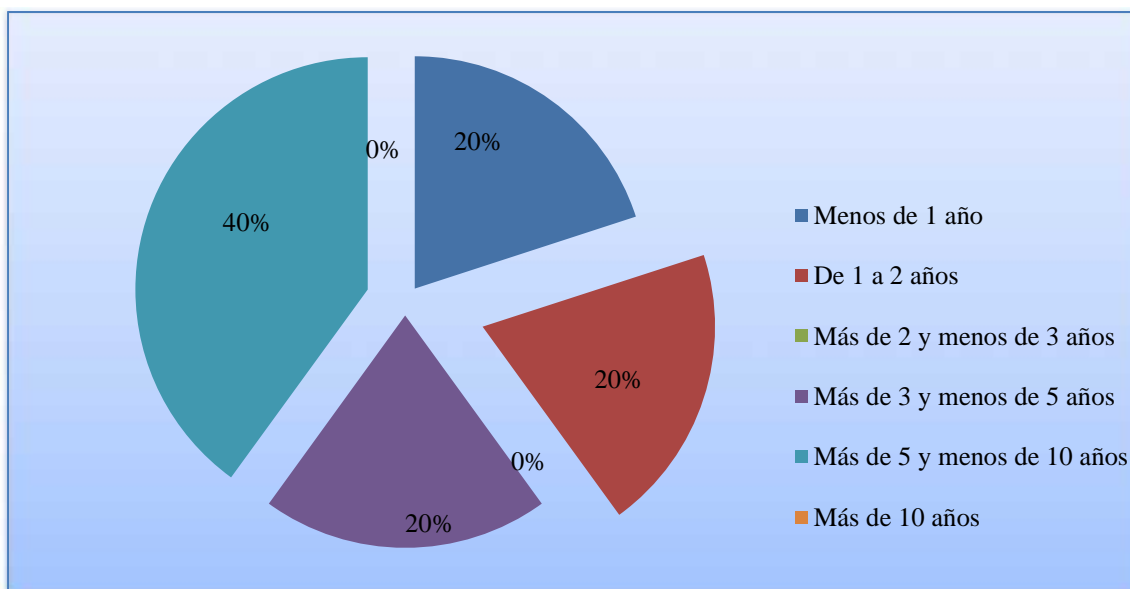


Figura 11. *Distribución porcentual del tiempo de funcionamiento.* Fuente: Canizalez & Gacharná, (2017).

Se encontró que el 40% las unidades empresariales llevan más de 5 años funcionando y tan solo un 20% lleva menos de un año; lo cual es positivo porque son negocios sustentables, estos han generado beneficio económico a las familias que dependen de él, lo cual deja ver que en el sector de Ciudad Porfía se concentra una gran parte del comercio estable que permite la perdurabilidad a largo plazo.



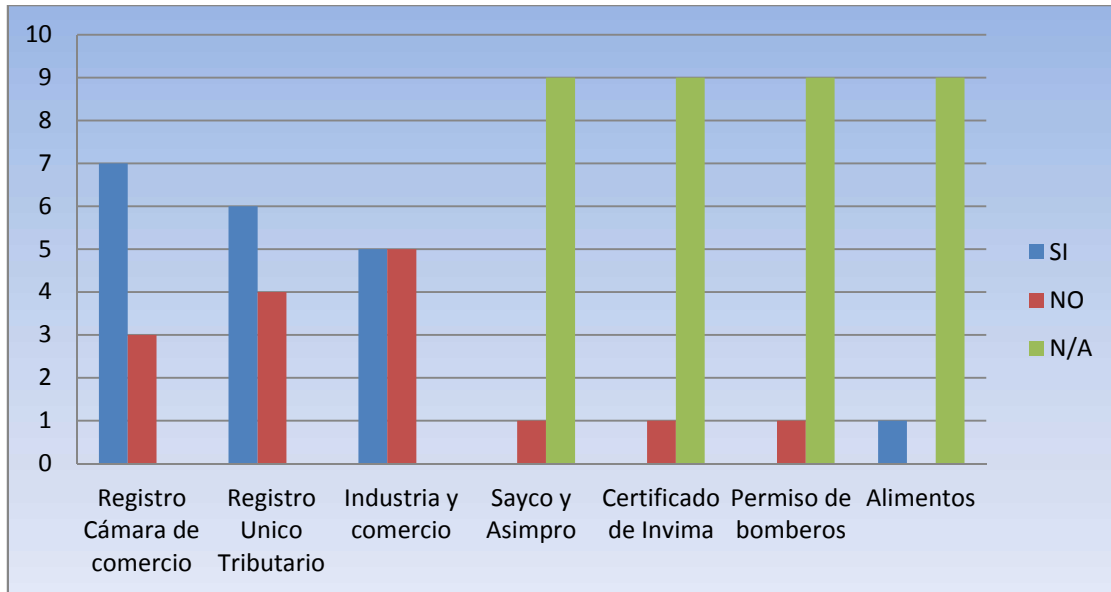


Figura12. *Distribución porcentual de los elementos de formalización.* Fuente: Canizalez & Gacharná, (2017).

La información obtenida permite conocer las condiciones y los elementos de formalización que poseen los negocios; se encuentra que de las 10 unidades empresariales 7 están registradas en cámara de comercio que es la entidad que promueve la gestión empresarial. Ningún negocio aplica a Sayco y Asimpro, debido a que las microempresas que hacen parte del proyecto en su mayoría son comerciales y prestadoras de servicio. En cuanto al certificado de manipulación de alimento lo cumple un establecimiento comidas rápidas.

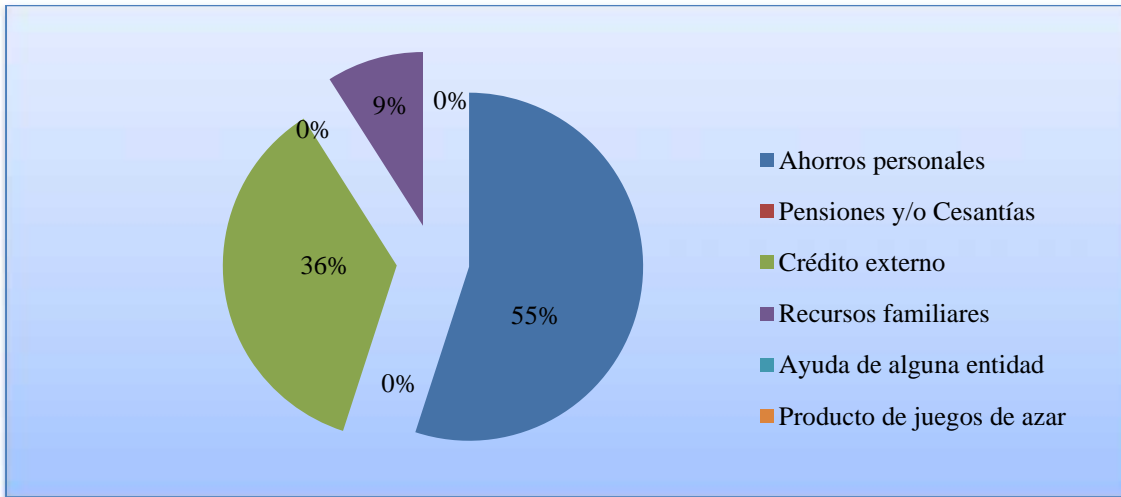


Figura 13. *Distribución porcentual de recursos del negocio.* Fuente: Canizalez & Gacharná, (2017).

En cuanto al origen de los recursos para la creación del negocio se encontró que la mayoría de ellos se han creado con ahorros personales que equivalen a un 55% de la población objeto de estudio, y un 36% han recurrido a un crédito externo. A la vez que no se evidencio ayuda económica de alguna entidad tanto de orden gubernamental como privada.

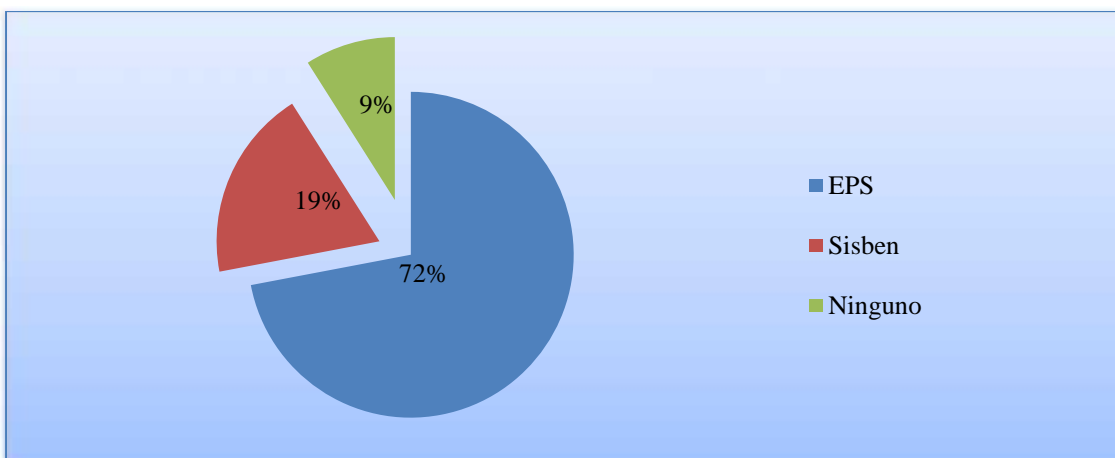


Figura 14. *Distribución porcentual de seguridad social.* Fuente: Canizalez & Gacharná, (2017).

Con relación a la afiliación de seguridad social se encontró que el 91% de las mujeres encuestadas se encuentra afiliadas a una entidad promotora de salud, este porcentaje está distribuido de la siguiente manera: el 72% se encuentra inscrito en una EPS, el 19% hacen parte del SISBEN y un porcentaje muy bajo del 9% no cuenta con seguridad social.

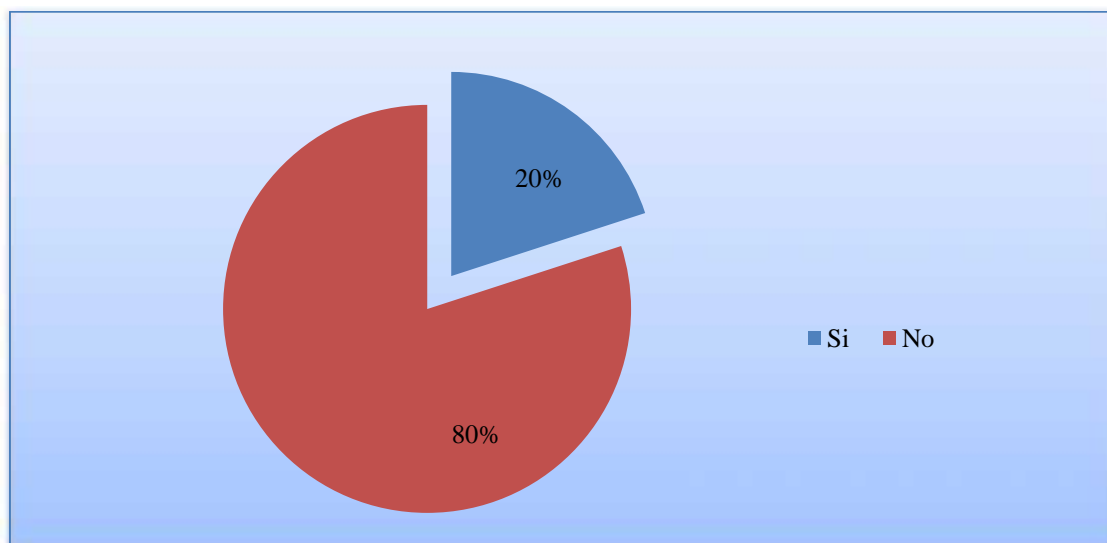


Figura 15. *Distribución porcentual de afiliación de pensiones* .Fuente: Canizalez & Gacharná, (2017).

En cuanto a la afiliación a un fondo de pensiones solo 2 mujeres que representan el 20% se encuentran cotizando la pensión, este índice tan bajo se debe a que son pequeñas empresas, que son creadas y dirigidas por ellas mismas, por lo tanto estas mujeres no cuentan con un sueldo fijo ni prestaciones de ley; los ingresos que se generan son para el sustento diario.

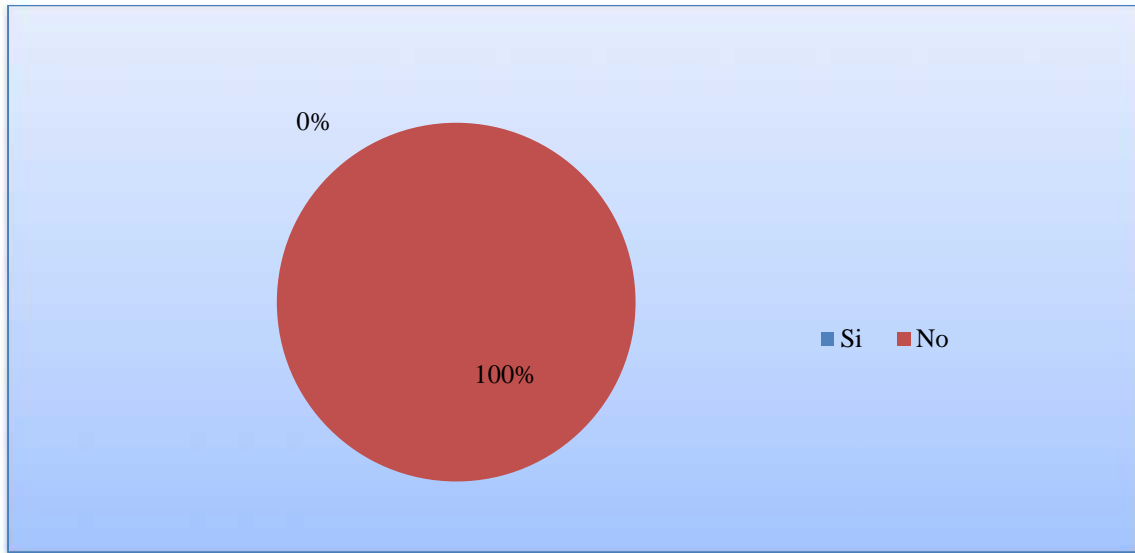


Figura 16. *Distribución porcentual de afiliación a ARL.* Fuente: Canizalez & Gacharná, (2017).

De igual modo se demostró que no se le da mucha importancia a la afiliación a una administradora de riesgos, esto se da por lo mencionado anteriormente, el tamaño de las unidades empresariales, ya que son familiares en donde trabaja una sola personas del núcleo familiar y en su mayoría son negocios comerciales o de servicios en los cuales se realizan actividades de bajo riesgo.

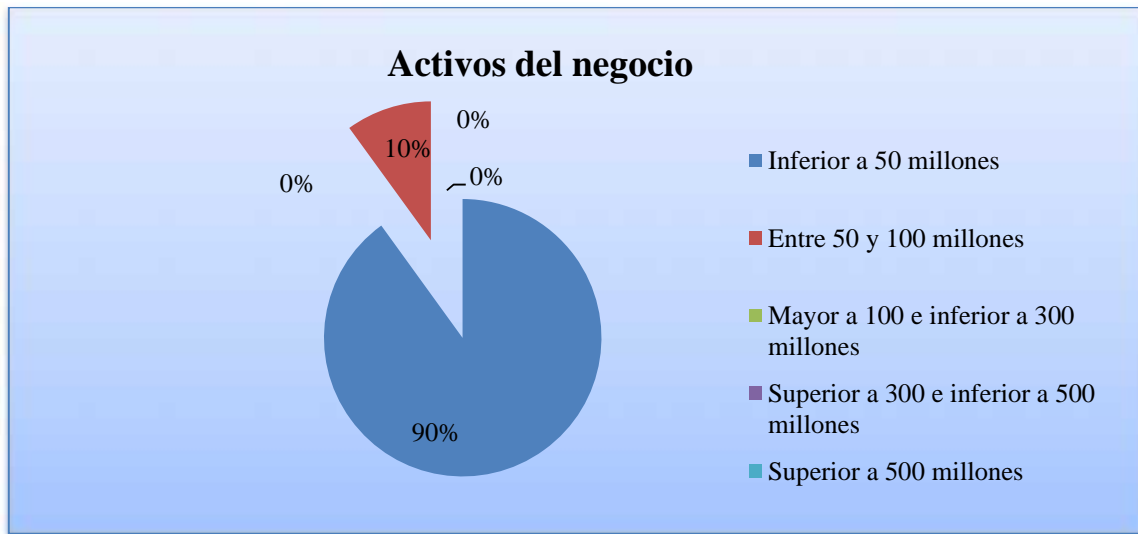


Figura 17. *Distribución porcentual de los activos del negocio.* Fuente: Canizalez & Gacharná, (2017).

La figura 17 muestra que la mayoría de negocios son pequeños y esta condición se debe a que sus activos no alcanzan a superar los 50 millones de pesos; solo se encontró un negocio que está ubicado en la misma casa de residencia, aspecto que contribuye para que sus activos sean mayores de 50 millones, mientras que los demás están ubicados en locales en arriendo.

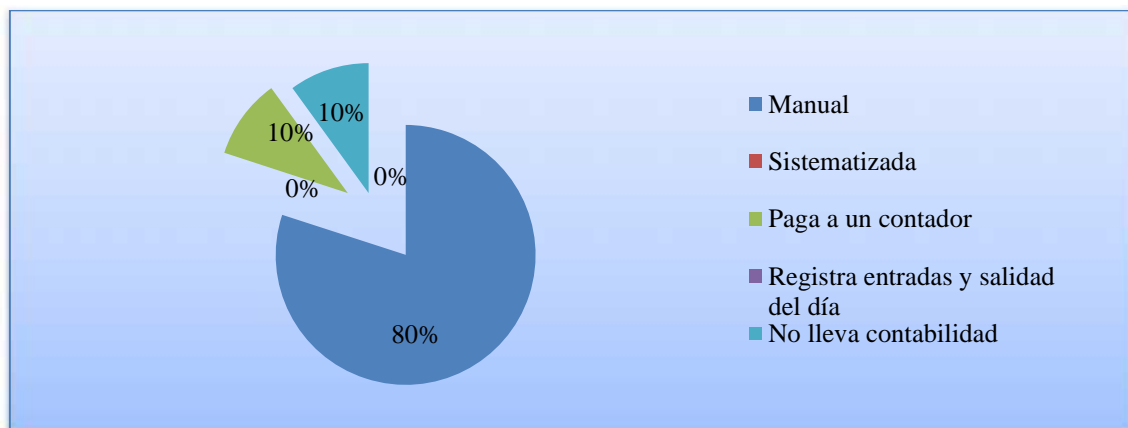


Figura 18. *Distribución porcentual de tipo de contabilidad.* Fuente: Canizalez & Gacharná, (2017).

El 80% de las mujeres de la muestra declararon que la contabilidad la llevaban de forma manual, el 10% contratan este oficio común contador y el 10% restante no lleva contabilidad; a su vez demostraron interés en aprender a manejar mejor las finanzas puesto que ellas carecen de conocimientos en áreas contables y financieras.

Dentro de este análisis también se tuvo en cuenta el dato del número de personas que declaran renta, encontrándose solo una que declara como persona natural, el resto no declaran.

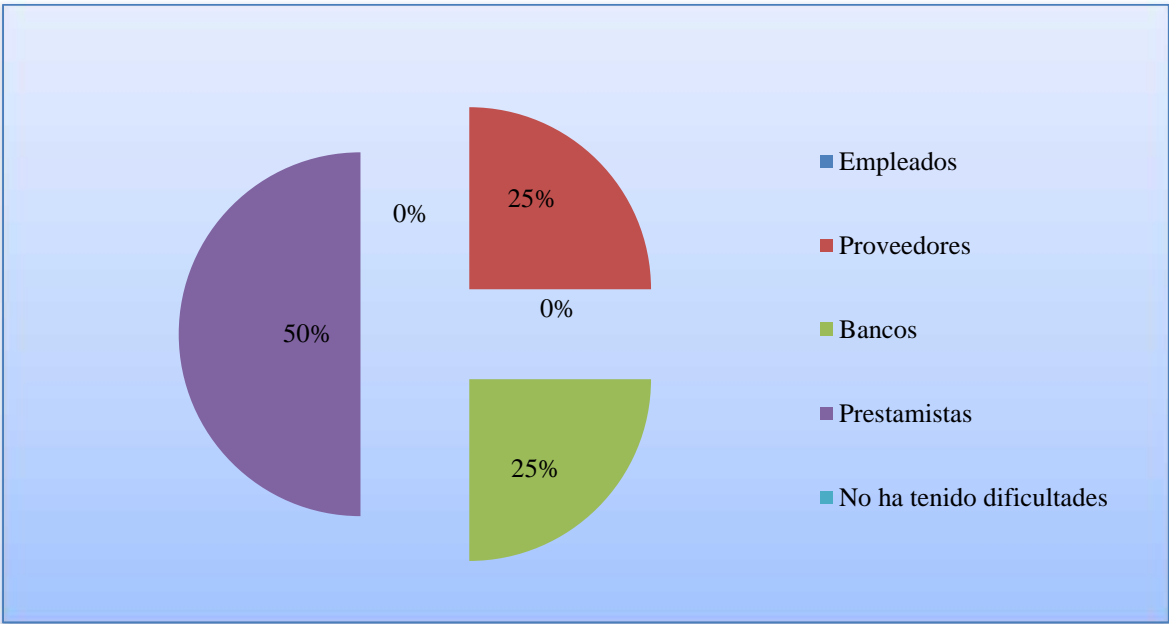


Figura 19. *Distribución porcentual la situación financiera.* Fuente: Canizalez & Gacharná, (2017).

Dentro de las falencias más encontradas que son de carácter común en un 50% se involucra con prestamistas externos sin tener clara la transacción económica que se desarrolla con ellos, el 25% de las empresarias presenta dificultades con los bancos pues no conocen la amplia variedad que cada uno de ellos ofrece a la hora de realizar cualquier

acción bancaria, ya sean préstamos para empezar o mejorar el negocio; y el 25% desea aprender a manejar a los proveedores de una manera eficiente.

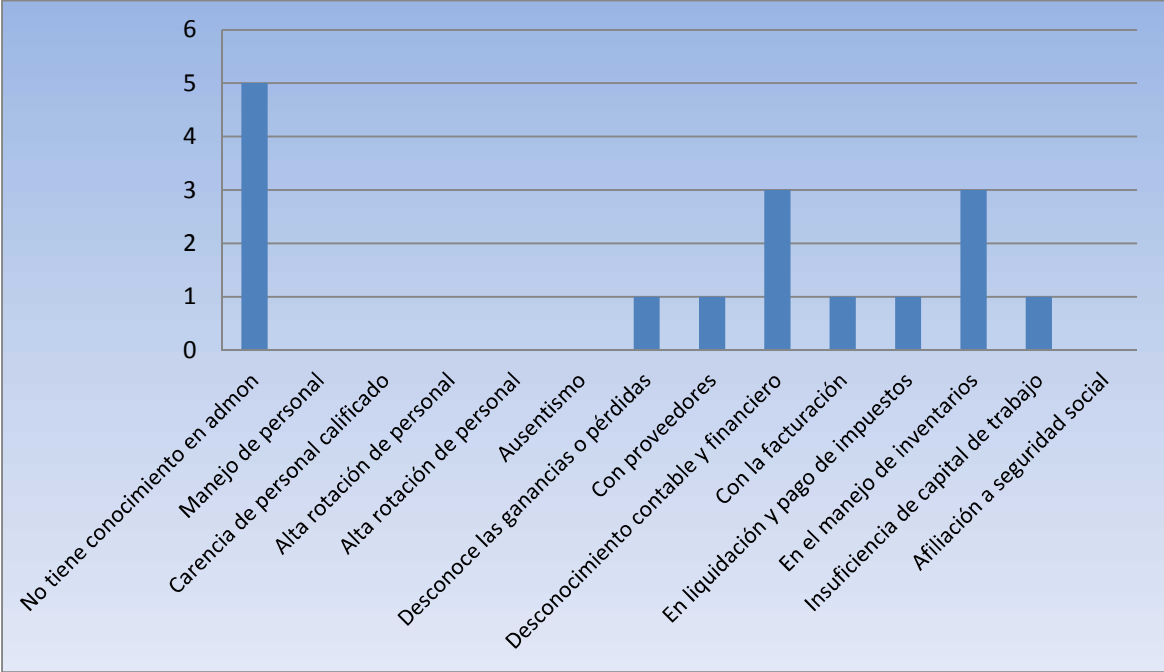


Figura 20. *Distribución porcentual de dificultades*. Fuente: Canizalez & Gacharná, (2017).

En la figura 20, se puede observar que de las mujeres de la muestra, la mayoría tiene desconocimiento en áreas administrativas y desea aprender para llevar de una mejor manera las finanzas del negocio; algunas aseguran que desconocen ganancias y pérdidas, y en gran parte desean aprender a realizar un mejor trato con proveedores y saber en qué casos se debe pagar la liquidación e impuestos para no tener insuficiencias laborales.

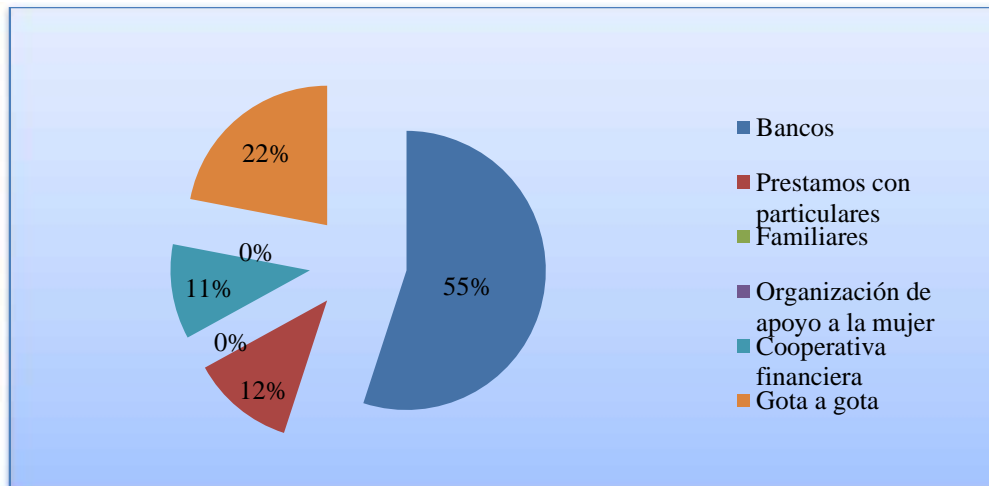


Figura 21. *Distribución porcentual de financiación.* Fuente: Canizalez & Gacharná, (2017).

El 55% de las encuestadas afirma que tienen dificultades al entender el funcionamiento bancario y demás servicios que ofrecen estas entidades bancarias, el 22% acuden a préstamos en la modalidad gota a gota, debido a la facilidad de préstamo inmediato aunque saben que no deberían hacerlo pues el cobro de los intereses son muy altos; el 11% tienen o han tenido contacto directo con cooperativas financieras y el 12% tienen préstamos con particulares.

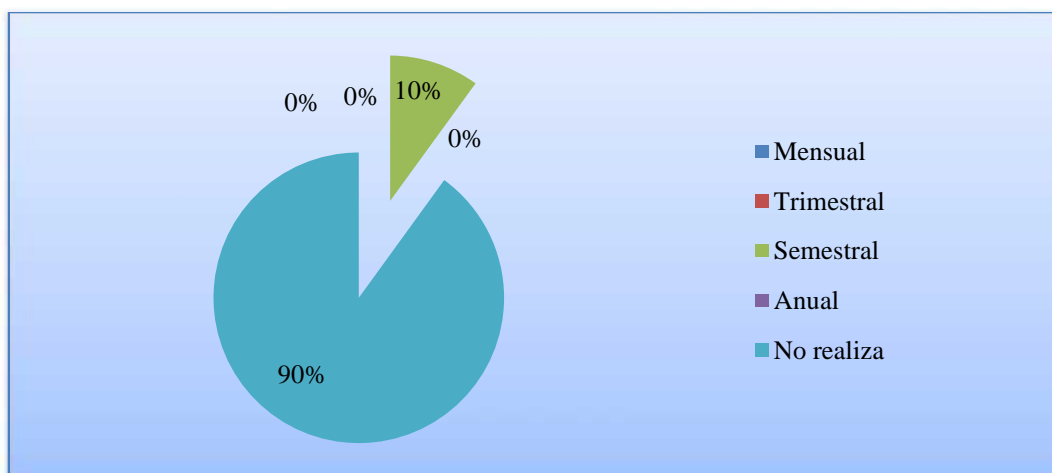


Figura 22. *Distribución porcentual de capacitación.* Fuente: Canizalez & Gacharná, (2017).



En cuanto a la periodicidad en que se realizan capacitaciones solo el 10% las realiza para sus empleados y son de manera semestral, lo cual el 90% afirma que no realiza pero si están interesadas en realizarlas.

## **6.2 Problemáticas encontradas en el proceso de análisis de información.**

Las problemáticas más destacadas según los resultados obtenidos de la ficha de caracterización aplicada en el sector de intervención del proyecto en el barrio ciudad Porfía, se encontraron:

1. Desconocimiento en administración
2. Desconocimiento contable y financiero
3. Alto grado de endeudamiento con prestamistas y bancos
4. No realizan capacitación
5. No hay interés en el manejo de inventarios
6. Hay dificultad en el pago a proveedores
7. La contabilidad que llevan en los negocios no es eficiente

Como estrategias para la contribución al tratamiento de las problemáticas mencionadas se propone el diseño y realización de una cartilla metodológica abordada en módulos en donde se profundice en fundamentos teóricos que permitan ampliar el conocimiento en las ciencias económicas para que se puedan aplicar en sus respectivos negocios. Realización de ejercicios prácticos con principios administrativos y fortalecimiento auto reflexivo.

## 7. Desarrollo e implementación de la estrategia

Las estrategias de intervención que se diseñaron en las unidades empresariales lideradas por mujeres fueron:

Talleres en forma de seminario, en donde los estudiantes de la Universidad de los Llanos que participaron en el proyecto explicaron temas básicos para la comprensión de las finanzas en los negocios, en un primer taller se expuso acerca de la obtención de recursos, endeudamiento y la composición de las entidades financieras junto con sus funciones como la obtención de un crédito y sus diferentes tipos de créditos.

Al finalizar la presentación, se realizó una actividad en donde los participantes debían realizar un ejercicio de relación de conceptos financieros, proporcionados por los estudiantes, para que ellas afiancen sus conocimientos



Figura 23. *Taller de intervención.* Fuente: Canizalez & Gacharná,(2017).



Figura 24. *Taller de intervención*. Fuente: Canizalez & Gacharná,(2017).



Figura 25. *Taller de intervención*. Fuente: Canizalez & Gacharná,(2017)

En un segundo taller se abordaron temas como la composición de la microempresa y su importancia en el contexto de estudio, los elementos constitutivos del crédito, sus características y componentes; se finalizó la jornada con la explicación y realización de

una tabla de amortización con el fin de comparar en un estado de resultados, los compromisos económicos que se adquieren con un crédito formal y un crédito con un prestamista informal o los llamados créditos “gota a gota”.



Figura 26. Taller de intervención. Fuente: Canizalez & Gacharná, (2017).



Figura 27. Taller de intervención. Fuente: Canizalez & Gacharná, (2017).

## 7.1 Cartilla

De la intervención realizada en el contexto de estudio y con la participación de las empresarias integrantes de la unidad de trabajo, en concordancia con la metodología social Investigación Acción, se construye una cartilla en donde se contextualizan los conceptos básicos para la comprensión de una ruta financiera.





### OBJETIVO

Orienta a los participantes en el conocimiento de los conceptos básicos y la aplicación práctica de la educación financiera a partir de una estrategia de taller, que contribuya a su implementación en el contexto micro empresarial.



### INTRODUCCIÓN

La necesidad de incrementar la ganancia en las unidades empresariales de los mejores participantes en el proyecto, se han desarrollado estrategias y herramientas respecto al conocimiento de una aula financiera.

En las estrategias propuestas se incluyen instrumentos que permitan fortalecer dicho conocimiento.



## Educación Financiera

### ¿Para qué sirve?

- Para saber si y cómo recibir en caso de necesitar un préstamo.
- Para definir qué tipo de deuda solicitar según necesidades.
- Establecer cómo, cuándo y a qué costo obtener recursos.
- Para saber hasta cuánto me puedo endeudar sin quedarme...

### CONCEPTOS BÁSICOS

#### Actividad económica:

Conjunto de acciones que tienen por objeto la producción, distribución y consumo de bienes y servicios generados para satisfacer las necesidades materiales y sociales.



**Presupuesto:** Es una cantidad de dinero que se estima y que está reservado para hacer frente a ciertos gastos. Ayuda a alcanzar una meta.



### Ahoro:

Es la cantidad de dinero que sobra luego de un gasto. Ahoro significa "reservar" una cantidad productiva, no empleada para las actividades del negocio que queda disponible para invertir, adquirir, producir nuevos bienes o suplir otras necesidades.

**Banco:** Es un intermediario financiero que cuenta con autorización específica para realizar actividades de ahorro y crédito de dinero del público en general.

**Cuenta Bancaria:** Son los depósitos de dinero que hace una persona en una entidad financiera para proteger su capital o solicitar beneficios de la entidad. Se pueden manejar con tarjetas o cheques.



### Débito

Dinero que es propiedad del cliente, y dispone de él en una cuenta bancaria.

### Crédito

Dinero que es dado en calidad de préstamo a una persona por parte de una institución bancaria.



### TIPOS DE CUENTAS

- **Corriente:** Efectúa operaciones bancarias del día a día y no ofrece ningún tipo de rentabilidad.
- **Ahoro:** Se deposita el dinero y se puede pedir una pequeña rentabilidad.
- **Nómina:** La abre un empleado para que la empresa le cargue el sueldo.
- **Vivienda:** Cuenta diseñada específicamente para la adquisición, construcción o rehabilitación de la vivienda habitual.



### Crédito

Es un préstamo de dinero que un banco otorga al cliente con el compromiso de pago a un futuro. Se utiliza para cumplir metas a corto, mediano y largo plazo y ofrece recursos en forma inmediata, si se cumplen los requisitos exigidos.



### Tipos de Crédito

**Microcrédito:** Es un préstamo que un banco hace a una persona o a un grupo de personas para que puedan invertir en su negocio.

**Libre inversión:** Crédito de libre destinación que le permite al cliente disponer de recursos que puede ser utilizada total o parcialmente después de su aprobación.

**Compra de Cartera:** Consolidación de las deudas en un solo crédito, con una tasa de interés específica.

**Consumo:** Opción para financiar diversos artículos o actividades, tales como tecnología o viajes, entre otros.

**Hipotecario:** Es una línea de crédito destinada para la adquisición de vivienda nueva o usada otorgando al banco como garantía la hipoteca sobre el inmueble objeto de financiación.



### Cuotas

Cuando alguien compra algún producto o servicio en varios pagos, significa que divide el préstamo en varias abonos que se conforman por el capital y el interés (día, semana, meses, años).



### Tasa de Interés

Representa el costo del préstamo, que se maneja en porcentaje y puede ser expresada de manera mensual, trimestral o anual.



### Inversión

Representa el depósito de dinero en un banco o negocio, sobre el cual una persona o empresa, espera obtener algún rendimiento a futuro. Puede darse en forma de tasa de interés o por la venta de un bien a un precio superior al que se compró.



### TALLER DE APLICACIÓN

A continuación se desarrollará un taller gráfico de relación de conceptos.

Tomará los conceptos aprendidos previamente y relacionándolos con las imágenes siguientes:

#### CONCEPTOS

Préstamo

Abono

Banco

Cuenta bancaria

Préstamo

Tasa de Interés

Inversión

Actividad económica



#### Actividad:

- |          |          |
|----------|----------|
| 1) _____ | 5) _____ |
| 2) _____ | 6) _____ |
| 3) _____ | 7) _____ |
| 4) _____ | 8) _____ |

### RUTA FINANCIERA

#### Microempresa:

No excede de 10 trabajadores y por lo general son administradas por sus propios dueños y en algunos casos los trabajadores forman parte del núcleo familiar y son ellos quienes con esfuerzo ayudan al crecimiento de la empresa.

Producto del emprendimiento y deseo de superación

#### Persona Natural

Es una persona que adquiere la calidad de comerciante por el desarrollo de una actividad económica.

Se identifica con el número de cédula y la DIAN le asigna un NIT, que es el mismo número de la cédula con un dígito adicional. (RUT)



#### Capital de Préstamo

Es la cantidad de dinero que el banco concede en calidad de préstamo y que debe ser retornado con unos intereses.



#### Periodos

Es el plazo máximo que el banco otorga para pagar la totalidad del crédito junto con sus intereses.

### Estudio de crédito



Fuente: <http://www.fgi.com.co/?p=128>

10

### Seguro de Vida

Es una garantía que ofrece el banco para pagar el préstamo en caso de que ocurra un suceso inesperado.

Es una protección contra riesgos y se puede dar:

• En caso de fallecimiento o incapacidad total por muerte o accidente.

• Para gastos funerarios.

• Edad mínima de ingreso: 18 años

• Edad máxima de ingreso: 75 años



### Tipos de Crédito



### Microcrédito

Características	Requisitos
Apoyan el desarrollo de las Microempresas formales e informales del sector comercial, industrial, agropecuario y de servicios.	Experiencia mínima de un año en su actividad económica.
Se presta desde 1 SMMLV hasta 120 SMMLV.	Activos con valor menor a 500 SMMLV.
El crédito cuenta con un seguro de vida para el deudor.	El total de endeudamiento debe ser inferior a 120 SMMLV (exceptuando crédito hipotecario).

11

### Microcrédito

Características	Requisitos
El plazo para el pago es de 12 a 60 meses, según su destinación.	Fotocopia de los extractos bancarios de los últimos tres meses, personal y/o de la empresa.
Tasa y cuota fijas durante toda la vigencia del crédito.	Fotocopia declaración de renta del año anterior cuando aplique, tanto personal como de la empresa.
No genera cobro por estudio de crédito.	Registro de Cámara de Comercio de la empresa expedido con anterioridad no superior a 30 días, si aplica.



12

### Hipotecario

Características	Requisitos
El monto máximo de financiación es de hasta el 70% del valor comercial para vivienda superior a VS (Vivienda de Interés Social) y hasta el 80% del valor comercial para Vivienda de Interés Social.	Aplica para personas mayores a 18 años.
El plazo mínimo de financiación es de 5 años y el plazo máximo es de 20 años para financiación en pesos y 30 años para financiación en UVR.	Debe tener una actividad laboral estable.
Los gastos del avalúo (según valor comercial), estudio de títulos (según la tarifa de honorarios establecida por el banco) y de escrituración (Notaría, Renta y registro) tienen un costo adicional que deben ser asumidos por el cliente.	Certificación laboral donde conste sueldo y desprendible de nómina del último mes.



13



### Compra de cartera

Características	Requisitos
Se otorga de acuerdo al endeudamiento y capacidad de pago que usted tenga.	Certificado laboral.
No requiere codeudor	Solicitud de crédito individual, pagaré firmado
Cuenta con una póliza de vida que cubre el 100% del saldo de la deuda en caso de falta o de incapacidad total permanente.	Copia de los extractos del mes anterior de las obligaciones a comprar y que estén vigentes.
Estudio del crédito gratis.	



### Tabla de amortización

Muestra el calendario de pagos que se tiene que afrontar al concederse un préstamo. Es decir, es un resumen de todos los pagos que tiene que realizar el prestatario (la persona que disfruta del préstamo) durante la vida del préstamo.

14

### Estado de resultados

#### Crédito Formal

CANDY SAS	
4 al 31 DE SEPTIEMBRE DE 2017	
EXPRESADO EN PESOS	
VENTAS	1.200.000
COSTO VARIABLE	-600.000
<b>MARGEN DE CONTRIBUCION</b>	<b>600.000</b>
COSTO FIJOS	420.000
Arrendo	300.000
servicios	100.000
personal	20.000
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>180.000</b>
gastos no operacionales	15.000
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>165.000</b>
FIRMA DUEÑA	

En el estado de resultados se puede observar la diferencia entre un crédito formal y uno adquirido por un prestamista informal en los gastos operacionales, cuando se paga el interés por un crédito adquirido, afectando directamente la utilidad neta del negocio.

Cabe resaltar que es de vital importancia el conocimiento de la ruta financiera para tomar buenas decisiones económicas que no perjudique el progreso del negocio.

16

### Tabla Amortización

VALOR DE CREDITO	1.000.000	
TASA	1,75%	Periodicidad mensual
FECHA DE VENCIMIENTO	6	Meses
COSTO	175.525	

Se puede calcular en Excel con la siguiente fórmula:  
 =PAGO(tasa de interés, N° Periodos, Valor crédito)

#### Cálculo de Forma manual:

$$P = \frac{(1+i)^n \cdot i}{(1+i)^n - 1} \cdot \frac{(1+0,015)^6 \cdot 0,015}{(1+0,015)^6 - 1} = \frac{0,01640161}{0,06344326}$$

p: 1.000.000

i: interés

n: número de periodos

$$1.000.000 \cdot 0,175525 = 175.525$$

#### Pagos "Gota a gota"

Un crédito de \$1.000.000 con una tasa de interés del 20 % para pagar a 10 días.

Interés:  $1.000.000 \cdot 0,2 = 200.000$

Total a pagar:  $1.000.000 + 200.000 = 1.200.000$

Costo diario:  $1.200.000 / 10 = 120.000$

Día	entrada	salida
0	1.000.000	
1		120.000
2		120.000
3		120.000
4		120.000
5		120.000
6		120.000
7		120.000
8		120.000
9		120.000
10		120.000

15

### Estado de resultados

#### Prestamista Informal

CANDY SAS	
4 al 31 DE SEPTIEMBRE DE 2017	
EXPRESADO EN PESOS	
VENTAS	1.200.000
COSTO VARIABLE	-600.000
<b>MARGEN DE CONTRIBUCION</b>	<b>600.000</b>
COSTO FIJOS	420.000
Arrendo	300.000
servicios	100.000
personal	20.000
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>180.000</b>
gastos no operacionales	200.000
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>-20.000</b>
FIRMA DUEÑA	

#### Señora empresaria recuerde que...

- Los préstamos gota a gota generan dependencia constante porque una parte importante de los ingresos diarios del negocio se van en el pago de la deuda, lo que no les permite ahorrar o invertir en el negocio.
- Antes de solicitar un préstamo en una entidad financiera busque y compare las alternativas de financiamiento que le resulte más beneficiosa.

17

## Referencias



Donoso, A. (2015). *Cuadro de amortización y sus componentes*. Recuperado de <http://economipedia.com/definiciones/cuadro-de-amortizacion.html>

Finanzaspracticas.com. (2017). *Tipos de crédito*. Recuperado de [https://www.finanzaspracticas.com.co/finanzaspersonales/entienda/que\\_es/tipos.php](https://www.finanzaspracticas.com.co/finanzaspersonales/entienda/que_es/tipos.php)

Subgerencia Cultural del Banco de la República. (2015). *Sectores económicos*. Recuperado de: [http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/sectores\\_economicos](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/sectores_economicos)

## 8. Conclusiones

En los últimos años el rol desempeñado por la mujer en el ámbito socio – económico cada día es más importante, lo cual ha generado en ellas un empoderamiento, que permite mayores retos y trabajos en su vida. Uno de esos retos es sostener económicamente a sus familias mediante la creación de una empresa por medio de proyectos sociales que según Elizalde (2007) son un “conjunto de acciones intencionadas para mejorar el contexto de un colectivo o de la población de un territorio dado” (p. 57).

Todas las experiencias de emprendimiento surgieron por la necesidad de obtener una entrada de recursos económicos con el fin de sustentar sus núcleos familiares, resolviendo problemáticas financieras y económicas, brindando un nivel de independencia y estabilidad, sustentando que el emprendimiento realizado por mujeres ha tenido mayor relevancia en la creación y expansión de empresas en diferentes barrios del departamento del Meta.

El barrio Ciudad Porfía de Villavicencio, es una localidad con establecimientos de comercio que ofrecen productos y servicios de todo tipo. En el sector 3 comprendido entre la Calle 62 Sur y Calle 77 Sur con Carrera 42 a 46 se evidenció que más del 50% de negocios ubicados allí son liderados por mujeres y llevan más de un año en funcionamiento. También se evidenció que los conocimientos en administración del negocio han sido adquiridos de manera empírica con el transcurso de los años. Es gratificante teniendo en cuenta que tradicionalmente la mujer era solo ama de casa; en la

actualidad las mujeres están comenzando a empoderarse y a generar desarrollo económico, que les permita mejorar su calidad de vida.

Las experiencias de emprendimiento en este sector surgieron principalmente por iniciativa propia, debido a la necesidad de obtener recursos económicos para el sustento de su familia y que a su vez les permita tener un nivel de independencia y estabilidad, en base a diferentes estrategias de negocios, que según Brenes (2012) son unidades empresariales debidamente constituidas al funcionar en el sector intervenido por más de 3 años.

Por otro lado se encontró que uno de los principales problemas que las afecta es el endeudamiento con personas externas conocidas como los “gota a gota” lo cual genera un préstamo a una tasa de interés mucho más alta que la de un banco. Esto se debe a que muchas de ellas no tienen claro las diferentes posibilidades de financiamiento que prestan las diferentes entidades bancarias y cooperativas. Otra falencia que se observó es que no llevan una contabilidad clara que les permita saber cuáles son sus utilidades, ni sus gastos.

Las unidades empresariales pertenecientes a este grupo se conforman como microempresas de acuerdo con los principios de la Ley 1314 del 2009 y el Decreto 2706 de 2012.

## **Recomendaciones**

Es importante que las empresarias pongan en práctica los formatos entregados en la aplicación de los diferentes talleres desarrollados en la investigación, para lograr

interiorizar los conocimientos dados para generar crecimiento de la unidad empresarial y mejorar los rendimientos financieros que se obtienen por parte de la unidad empresarial.

Así mismo recomendarle a la Universidad de los Llanos el cumplimiento con su obligación de responsabilidad social, a la facultad de Ciencias Económicas el apoyo a este tipo de proyectos que ayudan a fortalecer el emprendimiento y que a su vez tiene un enfoque diferencial de género, exaltando el valor y la contribución de las mujeres llaneras en el desarrollo económico y social de la región.

## 9. Referencias Bibliográficas

- Brenes, L & Bermúdez, L. (2012). *Semiformalidad de la mediana y pequeña empresa (MIPYME) en Costa Rica y su relación con la competitividad y el desarrollo. Universidad Estatal a distancia (UNED)*. Costa Rica. San José. Mercedes de Montes de Ocoa.
- Cámara de Comercio de Villavicencio. (2013). *Diagnostico sectorial empresarial de Villavicencio*. Recuperado 18 de abril de 2015 de:  
[es.slideshare.net/Skepper63/diagnostico-sectorial-empresarial](http://es.slideshare.net/Skepper63/diagnostico-sectorial-empresarial).
- Decreto 624 de 1989. *Por el cual se expide el Estatuto Tributario de los Impuestos Administrados por la Dirección General de Impuestos Nacionales*. Diario Oficial N° 38.756 de 30 de Marzo de 1989.
- Decreto 2706 de 2012. *Por el cual se reglamenta la Ley 1314 de 2009 sobre el marco técnico normativo de información financiera para las microempresas*. Diario Oficial 48657 de diciembre 28 de 2012. Recuperado de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=51148>
- Durston J., y Miranda, F (2002). Experiencias y metodología de la acción participativa. Cepa serie políticas sociales, 58. Recuperado de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6023/S023191\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6023/S023191_es.pdf)
- Elizalde, A. (2007). Políticas Sociales e Intervención. Documentación Social. (145). 71-92. Recuperado de <https://books.google.com.co/books?id=6sHU377d9-kC&pg=PA116&lpg=PA116&dq=conjunto+de+acciones+intencionadas+para+mejorar+el+contexto+de+un+colectivo>.

Fernández, L (2005). *Como elaborar un informe de investigación*. Universidad de Barcelona. Barcelona. España. Ficha,1. p. 420-426.

Finanzas personales (s.f) Las razones por las que en Colombia se habla tanto de emprendimiento. Recuperado de: <http://www.finanzaspersonales.co/trabajo-y-educacion/articulo/lasrazones-por-las-que-en-colombia-se-habla-tanto-de-emprendimiento/56241>

Ley 1014 de 2006. *De fomento a la cultura del emprendimiento*. Diario Oficial No. 46.164 de 27 de enero de 2006.

Ley 789 de 2002. *Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo de Trabajo*. Diario Oficial N° 45.046 de 27 de diciembre de 2002.

Ley 590 de julio de 2000. *Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas*. Diario Oficial 44078 de julio 12 de 2000.

Ley 1496 de 2011. *Por medio de la cual se garantiza la igualdad salarial y de retribución laboral entre mujeres y hombres, se establecen mecanismos para erradicar cualquier forma de discriminación se dictan otras disposiciones*. Diario Oficial No. 48.297 de 29 de diciembre de 2011.

OIT (2011). Género y emprendimiento, guía de formación para mujeres empresarias. Recuperado de [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-san\\_jose/documents/publication/wcms\\_179034.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-san_jose/documents/publication/wcms_179034.pdf)

OIT. (2015). *La Mujer en la Gestión Empresarial Cobrando Impulso*. Informe. Code: CAD-GRAD. Recuperado de

[http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/@publ/documents/publication/wcms\\_335674.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/@publ/documents/publication/wcms_335674.pdf).

- Ortiz, C., Duque, Y. V. & Camargo, D. (2008). Una revisión a la investigación en emprendimiento femenino. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 16 (1), 85-104 Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/rfce/v16n1/v16n1a07.pdf>
- Paz, A. (2017). *COLOMBIA País con más Desplazamiento forzado del mundo, producto del Terrorismo de Estado*. Recuperado de <https://cambiototalrevista.blogspot.com/2017/05/colombia-pais-con-mas-desplazamiento.html>
- Piza, H. Y. (2009). *Cartografía Social como instrumento metodológico en los procesos de construcción de territorio*. (Tesis de Maestría). Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia.
- Ramírez, A. (2016). *Mujeres del país, con el desempleo urbano más alto de la región*. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16614079>.
- Reyes, G. E. (2009). Teorías de Desarrollo económico y Social: Articulación con el planteamiento de desarrollo humano. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas Universidad de Nariño*, 10 (1), 117-142. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3642035>
- Salinas, F., y Osorio, L. (2012). Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 75, pp.128-151. Recuperado de [http://www.ciriecevistaeconomia.es/banco/CIRIEC\\_7506\\_Salinas\\_y\\_Osorio.pdf](http://www.ciriecevistaeconomia.es/banco/CIRIEC_7506_Salinas_y_Osorio.pdf)



UNESCO. (2009). Competencias y emprendimiento: reducir la brecha tecnológica y la desigualdad de género. Recuperado de <http://www.oei.es/pdf2/competencias-emprendimiento-brecha.pdf>.

Vidal, M., y Rivera, M. (2007). Investigación-acción. Educación Médica Superior, 21(4) Recuperado [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0864-21412007000400012&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21412007000400012&lng=es&tlng=es)

## 10. Anexos

### 10.1 Ficha de caracterización

PROYECTO PROYECCIÓN SOCIAL: Fortalecimiento contable y financiero de unidades empresariales encabezadas por mujeres en el Barrio Ciudad Porfiria de Villavicencio PROYECCION SOCIAL UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS FICHA DEL NEGOCIO No. _____			
<b>I. IDENTIFICACION</b>			
1. Departamento <input type="text" value="50"/> 2. Municipio <input type="text" value="001"/> 4. Dirección <input type="text"/> 5. Sector geográfico <input type="text" value="01"/> 6. Telefono _____			
7. Razón social o nombre del negocio _____			
8. Uso espacio: Vivienda - Negocio <input type="checkbox"/> 1 Solo Negocio <input type="checkbox"/> Varios Negocios <input type="checkbox"/> 9. Actividad Económica _____			
10. Clase de negocio: Permanente <input type="checkbox"/> Ambulante <input type="checkbox"/>			
<b>II. DATOS DE LA EMPRESARIA</b>			
<b>Identificación</b> Nombres _____ Apellidos _____ Edad _____ 11. Estado Civil a. Casada <input type="checkbox"/> <input type="text" value="1"/> b. Soltera <input type="checkbox"/> <input type="text" value="2"/> c. Separada <input type="checkbox"/> <input type="text" value="3"/> d. Unión libre <input type="checkbox"/> <input type="text" value="4"/> e. Viuda <input type="checkbox"/> <input type="text" value="5"/>	<b>Educación</b> a. Primaria <input type="checkbox"/> <input type="text" value="1"/> b. Secundaria <input type="checkbox"/> <input type="text" value="2"/> c. Técnica <input type="checkbox"/> <input type="text" value="3"/> d. Tecnológica <input type="checkbox"/> <input type="text" value="4"/> 12. e. Profesional <input type="checkbox"/> <input type="text" value="5"/> f. Posgrado <input type="checkbox"/> <input type="text" value="6"/> Cual _____	<b>Experiencia como empresaria</b> a. Menos de 1 año <input type="checkbox"/> <input type="text" value="1"/> b. De 1 a 2 años <input type="checkbox"/> <input type="text" value="2"/> c. Entre dos y tres años <input type="checkbox"/> <input type="text" value="3"/> d. Entre tres y cinco años <input type="checkbox"/> <input type="text" value="4"/> 13. e. Mas de 5 años y menos de 10 <input type="checkbox"/> <input type="text" value="5"/> f. Mas de 10 años <input type="checkbox"/> <input type="text" value="6"/>	<b>Motivaciones para crear el negocio</b> a. Tradición familiar <input type="checkbox"/> <input type="text" value="1"/> b. Experiencia en el oficio <input type="checkbox"/> <input type="text" value="2"/> c. Promovido por alguna entidad <input type="checkbox"/> <input type="text" value="3"/> d. No tenía empleo <input type="checkbox"/> <input type="text" value="4"/> 14. e. Iniciativa propia <input type="checkbox"/> <input type="text" value="5"/> f. Necesidad de ingresos <input type="checkbox"/> <input type="text" value="6"/> g. Necesidad de independencia <input type="checkbox"/> <input type="text" value="7"/> h. Otro <input type="checkbox"/> <input type="text" value="8"/> Cual? _____
<b>III. DATOS DEL NUCLEO FAMILIAR</b>			
<b>Composición</b> a. No. De personas dependientes <input type="checkbox"/> <input type="text" value="1"/> b. % Ingresos destinados al sustento familiar <input type="checkbox"/> <input type="text" value="2"/> 15. c. No. de miembros del nucleo familiar que trabajan el negocio <input type="checkbox"/> <input type="text" value="3"/>	<b>Gastos que sufraga</b> El negocio le aporta para algunas de las siguientes actividades Estudio <input type="checkbox"/> <input type="text" value="1"/> 16. Vivienda <input type="checkbox"/> <input type="text" value="2"/> Recreación <input type="checkbox"/> <input type="text" value="3"/> Otro negocio <input type="checkbox"/> <input type="text" value="4"/> Salud <input type="checkbox"/> <input type="text" value="5"/> Otro <input type="checkbox"/> Cual? _____	<b>Procedencia</b> e. Lugar de nacimiento _____ f. No. años continuos de residir en Vcio. Menos de 1 año <input type="checkbox"/> <input type="text" value="1"/> 17. Entre 1 y 5 <input type="checkbox"/> <input type="text" value="2"/> De 5 a 10 <input type="checkbox"/> <input type="text" value="3"/> Más de 10 <input type="checkbox"/> <input type="text" value="4"/> h. Lugar de residencia _____	g. Lugar de procedencia antes de Vcio. Ciudad capital _____ Municipio _____ Vereda _____ Otro <input type="checkbox"/> Cual? _____ 18. h. Ha sido victima de Violencia <input type="checkbox"/> <input type="text" value="1"/> Desplazamiento <input type="checkbox"/> <input type="text" value="2"/>
<b>III. DATOS DEL NEGOCIO</b>			
<b>Tipo de vivienda</b> 19. a. Propia <input type="checkbox"/> <input type="text" value="1"/> b. Alquiler <input type="checkbox"/> <input type="text" value="2"/> c. Familiar <input type="checkbox"/> <input type="text" value="3"/> d. Otra <input type="checkbox"/> <input type="text" value="4"/> Cual _____ 20. No. De Trabajadores del Negocio <input type="text"/>	<b>Tiempo de funcionamiento de la unidad empresarial</b> a. Menos de un año <input type="checkbox"/> <input type="text" value="1"/> b. De uno a dos años <input type="checkbox"/> <input type="text" value="2"/> c. Mas de dos y menos de tres años <input type="checkbox"/> <input type="text" value="3"/> 21. d. Mas de tres y menos de 5 años <input type="checkbox"/> <input type="text" value="4"/> e. Mas de cinco y menos de 10 años <input type="checkbox"/> <input type="text" value="5"/> f. Más de diez años <input type="checkbox"/> <input type="text" value="6"/>	<b>Elementos de Formalización</b> a. Registro Cámara de Comercio <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> No b. Registro único Tributario <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> No c. Industria y comercio <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> No 22. d. Sayco y Asimpro <input type="checkbox"/> NA <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> No e. Certificado de invima <input type="checkbox"/> NA <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> No f. Permiso de bomberos <input type="checkbox"/> NA <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> No Permiso de sanidad y manipulación de alimentos <input type="checkbox"/> NA <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> No g. alimentos _____	<b>Origen de recursos para creación del negocio</b> a. Ahorros personales <input type="checkbox"/> <input type="text" value="1"/> b. Pensiones y/o Cesantías <input type="checkbox"/> <input type="text" value="2"/> c. Credito Externo <input type="checkbox"/> <input type="text" value="3"/> d. Recursos familiares <input type="checkbox"/> <input type="text" value="4"/> e. Ayuda de alguna entidad <input type="checkbox"/> <input type="text" value="5"/> f. Producto de juegos de azar <input type="checkbox"/> <input type="text" value="6"/> g. Otro: Cual _____
<b>Afiliación a seguridad social</b> Que entidad atiende su salud y la del personal a. EPS <input type="checkbox"/> <input type="text" value="1"/> b. Sisben <input type="checkbox"/> <input type="text" value="2"/> c. Ninguna <input type="checkbox"/> <input type="text" value="3"/> 24. El personal está afiliado a un fondo de pensiones <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> No 25. El personal está afiliado a una Administradora de Riesgos laborales (ARL) <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> No 26.	<b>Activos del negocio</b> Señale el rango de activos del negocio a. Inferior a 50 millones <input type="checkbox"/> <input type="text" value="1"/> b. Entre 50 y 100 millones <input type="checkbox"/> <input type="text" value="2"/> c. Mayor a 100 e inferior a 300 millones <input type="checkbox"/> <input type="text" value="3"/> 27. d. Superior a 300 e inferior a 500 millones <input type="checkbox"/> <input type="text" value="4"/> e. Superior a 500 millones <input type="checkbox"/> <input type="text" value="5"/>	<b>Contabilidad del negocio</b> Cual es la forma de llevar contabilidad a. Manual <input type="checkbox"/> <input type="text" value="1"/> b. Sistematizada <input type="checkbox"/> <input type="text" value="2"/> c. Paga a un contador para llevarla <input type="checkbox"/> <input type="text" value="3"/> 28. d. Registra las entradas y salidas del día <input type="checkbox"/> <input type="text" value="4"/> e. No lleva contabilidad <input type="checkbox"/> <input type="text" value="5"/> f. Como declara renta: PN <input type="checkbox"/> PJ <input type="checkbox"/> ND <input type="checkbox"/>	<b>Situación Financiera</b> Ha tenido dificultades para el pago oportuno a a. Empleados <input type="checkbox"/> <input type="text" value="1"/> b. Proveedores <input type="checkbox"/> <input type="text" value="2"/> c. Bancos <input type="checkbox"/> <input type="text" value="3"/> d. Prestamistas <input type="checkbox"/> <input type="text" value="4"/> e. No ha tenido dificultades <input type="checkbox"/> <input type="text" value="5"/> f. Otros <input type="checkbox"/> <input type="text" value="6"/> 29. Cual? _____
<b>Dificultades y aspectos a mejorar</b> Cuales de las problematicas señaladas se presentan en su negocio a. No tiene conocimientos de admón <input type="checkbox"/> <input type="text" value="1"/> b. Manejo del personal <input type="checkbox"/> <input type="text" value="2"/> c. Carencia de personal calificado <input type="checkbox"/> <input type="text" value="3"/> d. Alta rotación de personal <input type="checkbox"/> <input type="text" value="4"/> e. Ausentismo <input type="checkbox"/> <input type="text" value="5"/> 30.	<b>Dificultades y aspectos a mejorar</b> f. Desconoce las ganancias o perdidas <input type="checkbox"/> <input type="text" value="8"/> g. Con proveedores <input type="checkbox"/> <input type="text" value="9"/> h. Desconocimiento contable y financiero <input type="checkbox"/> <input type="text" value="10"/> i. Con la facturación <input type="checkbox"/> <input type="text" value="11"/> 31. j. En liquidación y pago de Imptos <input type="checkbox"/> <input type="text" value="12"/> k. En el manejo de inventarios <input type="checkbox"/> <input type="text" value="13"/> l. Insuficiencia de capital de trabajo <input type="checkbox"/> <input type="text" value="14"/> m. Afiliación a seguridad social <input type="checkbox"/> <input type="text" value="15"/>	<b>Financiación externa</b> Tiene o ha realizado prestamos con: a. Bancos <input type="checkbox"/> <input type="text" value="1"/> b. Prestamos con particulares <input type="checkbox"/> <input type="text" value="2"/> c. Familiares <input type="checkbox"/> <input type="text" value="3"/> 32. d. Organizaciones de apoyo a la mujer <input type="checkbox"/> <input type="text" value="4"/> e. Cooperativas financieras <input type="checkbox"/> <input type="text" value="5"/> f. Gota a gota <input type="checkbox"/> <input type="text" value="6"/> g. Otro Cual? <input type="checkbox"/> <input type="text" value="7"/>	<b>Capacitación</b> Con que frecuencia programa capacitaciones para usted y sus empleados a. Mensual <input type="checkbox"/> <input type="text" value="1"/> b. Trimestral <input type="checkbox"/> <input type="text" value="2"/> c. Semestral <input type="checkbox"/> <input type="text" value="3"/> d. Anual <input type="checkbox"/> <input type="text" value="4"/> 33. e. No realiza <input type="checkbox"/> <input type="text" value="5"/>

Convenciones  
 C Calle C  
 K Carrera K  
 Admon Administración  
 ND No declara

# 10.2 Base de Datos

## UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



PROYECTO DE PROYCCIÓN SOCIAL: FORTALECIMIENTO CONTABLE Y FINANCIERO A UNIDADES EMPRESARIALES ENCARAZADAS POR MUJERES EN EL BARRIO CIUDAD PORPIA DE VILLAVICENCIO  
ESTABLECIMIENTOS QUE FUNCIONAN EN EL SECTOR 3 DEL BARRIO CIUDAD PORPIA calle 62 Sur y 77 Sur y carreras 42 a 46  
Eduardas Pazantes en Investigación

Miembro: Ingrid Johana Carrozzini Méndez  
Miembro: Geraldine Liveth Gachamán Díaz

Código: 147003103  
Código: 147003111

No.	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN	ACTIVIDAD ECONÓMICA	EMPRESARIO (A)	CELULAR	NÚMERO CATEGORÍA		Tiempo de permanencia
						SI	NO	
1	Fabrica de Muñecos Moreno	Calle 77 Sur N° 43-111	Realización de muñecos - industrial	Andrés Fabian Moreno	329583526			
2	La Redonda	Calle 77 Sur N° 46-108	Bar - servicios	Angélica Morales	3227388337			5 meses
3	Librería Las Palmas	Calle 77 Sur N° 43-81	Papelaría - servicios	Sairo Valencia	3142694718			1 año
4	Depósito Namo	Calle 77 Sur N° 43-46	Deposito - servicios	Leonardo Luciano S. Tolendo Betelso	39064613117			5 años
5	Cajonera Ciudad Bomba	Calle 77 Sur N° 43-14	carpentería - industrial	Juan Ferrerita	3227367350			4 meses
6	Droguaria Villa del Mar	Calle 77 Sur N° 04	servicios	Fátima Volbano	3124283461			1 año
7	Ferretería Las Palmas	Calle 77 Sur N° 42-87	servicios	María Elvira Martínez	3134889778			10 años
8	Insumet Los Tres Hermanos	Calle 77 Sur N° 42-83	servicios	Bernardo Suarez	3204097885			3 años
9	Carne y color	Calle 77 Sur N° 42-82	lamin de Bolivia - servicios	Luz Betty Diaz	3175826588			1 año
10	Autolajas Aricacho	Calle 76 Sur N° 42-87	comercio/cocina - comercial	Erica Araya	3154430725			3 años
11	Montallanero Las Palmas	Calle 76 Sur N° 42-87	montallanero - servicios	Orlando Molina Sanchez				5 años
12	Motorizer C. T. C	Calle 77 Sur N° 42-87	servicios	Angela CardBlanco	312311996			7 años
13	El esquiso de Raúl	Carrera 43 Calle 76 N° 76-01	Tienda - servicios	Rolando Amador	3202705277			1 año
14	Servicio OIM	Carrera 43 N° 76-01	Internet - servicios	Ledy Lario	3134883238			1 año
15	Drogasía Santa Laura	Carrera 43 N° 75-04 Local 3	servicios	José Antonio Acosta	3102207047			5 años
16	Solista	Calle 75 Sur N° 43-87	servicios	Mary Luz Vilés	3143836313			7 meses
17	Surtiduría	Carrera 43 N° 75-11	surtiduría - comercial	Yuliet Gomez	3143488378			2 años
18	Tienda Pan Pao	Calle 76 N° 43-20	servicios	Rogael Hernandez	310452852			14 años
19	Insumet y papelería Tita	Carrera 40 N° 74-06	servicios	Tatiana Marr	3057107580			2 meses
20	Compra línea de ropa niño	Calle 75 N° 42-50	servicios	Yolana Martínez Escobar	3194814033			3 años
21	Fruti Aninos	Carrera 45 N° 74-06	comercial	Bella Torres Irua	3204586671			15 días
22	Paradisa Los chopos	Carrera 43 Calle 77 N° 43-02	Industrial					
23	Bibores la copa de oro	Carrera 43 N° 76-21	servicios					
24	Tienda variedades la inteligencia	Calle 76 N° 43-21	servicios					
25	Tienda esquisito	Calle 77 N° 75-25	servicios					
26	Insumet	Calle 75 N° 42-78	servicios					
27	Tienda Lucy	Calle 75 N° 42-31	servicios	Lucila Aguilar	3143008658			5 años
28	Tienda Yula	Calle 75 N° 42-71	servicios	Gilberto Yolina	3135447479			17 años
29	Mixolinos y papelería	Calle 74 N° 42-09	servicios					
30	Tienda esquisito	Calle 74 N° 41-03	servicios					
31	Metalicas Karrocho	Calle 74 N° 41-53	Industrial					
32	Mini tienda Focha	Calle 74 N° 43-335	servicios	Gilberto Gomez	3239829535			7 años
33	Paradisa Deli gan	Calle 74 N° 43-142	Industrial	Diego Uriel Martinez y esposa	3143713829			
34	Autoservicio y supermercado Santa Nava	Calle 74 N° 43-451	servicios					
35	Bar los servicios del agua	Carrera 43 N° 74-26	servicios					
36	Tienda esquisito	Carrera 43 Calle 75 Sur N° 74-26	servicios					
37	Restaurante Dedicación Caseras	Carrera 43 N° 73-20	servicios					
38	Montallanero	Carrera 43 Sur N° 73-08	servicios					
39	Restaurante	Carrera 43 Sur N° 73-08	servicios					
40	Bocatería	Carrera 43 Calle 73 N° 41-143	servicios					
41	Papelería y variedades la 73	Calle 73 N° 41-140	servicios					
42	Consultorio y laboratorio dental	Calle 73 N° 41-308	servicios	Sakiedo	8007163401			
43	Tienda Bolan	Calle 73 N° 41-58	servicios	Lidia Navarro	3178917121			15 años
44	Tienda	Carrera 43 Calle 73 N° 46-37	servicios					
45	Secteria y Cachaerita el niño	Calle 72 Sur N° 43-83	servicios	Isabel Vega	313636059			12 años
46	Mentas Boutique	Carrera 43 N° 72-09	comercial		3132440699			
47	Centro reparacion automotol y lavado	Calle 72 N° 72-05	servicios		3136758092			
48	Calzado Sotrol	Carrera 43 N° 72-08	comercial					
49	Pelusería Almoneda y color	Carrera 43 N° 72-08	servicios					
50	La oficina de verano	Carrera 43 N° 72-10	Bar - servicios	Ojito Rabi	3147927880			7 días
51	Carnes Finas Majo	Carrera 43 N° 73-20	comercial					
52	Verdulería la planta	Calle 72 N° 43-144	servicios	Wilson Peña	3144073013			6 meses
53	Reparación y mantenimiento de motos	Calle 71 N° 42-63	servicios					
54	Miscelanea	Calle 71 N° 42-42	servicios					
55	Tienda JJ	Calle 71 N° 42-20	servicios	Maria Restrepo	3200736330			año y medio
56	Yardel Navas	Calle 71 N° 42-15	servicios	Audrea	3204544031			3 años
57	Tienda la bendición	Calle 69 N° 42-07	servicios	Marta Gonzalez	3222830657			2 meses
58	Sala de belleza	Calle 69 N° 42-24	servicios					
59	Papería de carne el Barrio	Carrera 43 N° 69-13	comercial					
60	Flaca del Bano	Carrera 43 N° 69-49-22	Supermercado - servicios					
61	Supermercado el Triunfo Llano	Carrera 43 N° 69-22	SERVICIOS					
62	Gremio Gyn Shaker	Carrera 43 N° 69-22	servicios					
63	Car motos S.A.S	Carrera 43 N° 70	servicios					
64	Comprovera la sabana	Carrera 43 N° 70-12	comercial					
65	Mundo sport	Carrera 43 N° 70-30	servicios	Guillermo Fernandez	3125227312			1 día
66	Clarinera el coronado	Carrera 43 N° 70-30	servicios					
67	Macromercurio y algo más	Carrera 43 N° 70-24	comercial					
68	Dico Bar Tobacco y churrul	Carrera 43 N° 68-28	servicios					
69	El palacio de la moda en la 68	Carrera 43 N° 68-18	comercial					
70	Cafes	Carrera 43 N° 68-14	servicios					
71	Paradisa Maje	Carrera 43 Calle 68 Sur N° 06	Industrial					
72	Restaurante el amonco	Calle 68 N° 42-33	servicios	Zulma Alvarez	3143407470			5 años
73	La saga Disco Bar	Carrera 43 N° 67-28	servicios					
74	Distribuidora bella	Carrera 43 N° 67-20	comercial	Luzia Lopez	3101407038			2 años
75	Heladería Terracones	Carrera 43 N° 68-20	servicios					
76	Surti Fover Doña Luz	Carrera 43 N° 77-12	comercial		3208955482			
77	Distribuidora de carnes el gran novillo	Carrera 44 N° 77-13	comercial		3132040470			
78	Sala de belleza Yalca	Calle 67 N° 42-33	servicios	Marta Cristiana	3144428833			9 meses
79	Tienda Mariana	Calle 66 N° 42-27	servicios					
80	La estrella locas	Calle 66 N° 42-52	servicios					
81	Fari Dorela AD	Calle 66 N° 42-56	servicios	Beta Lopez	3144439671			6 meses
82	Establecimiento Forestaria	Calle 66 N° 42-62	comercial	Juan Perez	3124230000			8 años
83	Calzado Sotrol	Carrera 43 N° 66-15	comercial					
84	Teléfono Expans	Carrera 43 N° 66-24	servicios		3102704181			
85	Calzado camión	Carrera 43 N° 66-27	comercial	Alejandro Varego	3045882289			2 años
86	Tienda autoservicio la espiga del llano	Carrera 43 N° 65-28	servicios					
87	Almacén todo menos de 4000 y más	Carrera 43 N° 65-20	comercial					
88	Almacén Detenido Ilustrado	Carrera 43 N° 65-14	comercial	Josay Diaz	3126419796			1 año
89	Variedades Filipas	Carrera 43 N° 65-04	comercial	Fátima Garzon	3208067126			7 años
90	Verdulería rei mastru	Calle 66 N° 42-42	servicios		3112572099			
91	Carrojería y biclettería perficillo	Calle 66 N° 42-45	servicios		3144261923			
92	Tienda	Calle 66 N° 42-02	servicios					
93	Pelusería Juliana Barreto	Calle 66 N° 42-65	servicios					
94	Supermercado Maestro Llano	Carrera 43	servicios		3126392637			
95	Restaurante el menu Dang	Carrera 43 N° 64-12	servicios					
96	Bañería y peluquería pekusa	Carrera 43 N° 64-12	servicios	Desay Rodriguez	3125120805			1 Año
97	Carri nupido plater hereros	Carrera 43 N° 64-24	comercial					
98	San frontera	Carrera 43 N° 64-28	Tienda de ropa - comercial					
99	El gran bodega de la 64	Carrera 43 N° 64-22	comercial					
100	Sol de Vilo	Carrera 43 N° 64-22	Medicina Natural - comercial					

101	Variedades Maure	Carrera 43 N° 63-16	comercial	Luz Dary	3108670914	x	8 Años
102	Danny fashion boutique	Carrera 43 N° 63-16	comercial	Monica Andrea Hoyos	3212164753	x	6 Años
103	Soply peluqueria	Carrera 43 N° 63-10	servicios	-	-	-	-
104	Almacén de ropa Black	Carrera 43 N°63-10	comercial	-	-	-	-
105	Distribuidor de belleza M & C	Carrera 43 N° 63-10	comercial	-	-	-	-
106	Disco Bar la pola	Calle 63 N°42-80	servicios	-	-	-	-
107	Peluqueria	Calle 63N° 42-87	servicios	-	-	-	-
108	Metálicas Galverc	Calle 63 N°42-95	servicios	-	3123779954	-	-
109	Consultorio odontológico	Calle 63 N°42-57	SERVICIOS	Jose Olaya	3115686584	-	-
110	Sofia shoes	Calle 63 N°42-51	cion y distribucion de calzado - industrial y com	Alfonso Lesmes	3103964767	-	1 Año
111	Hotel el descanso	Calle63 N°42-16	SERVICIOS	-	3105679665	-	-
112	Licoreria la chiquis	Calle 62 N° 42-29	servicios	-	-	-	-
113	Deposito Cerveza	Calle 62 N°42-52	comercial	-	-	-	-
114	Tienda el progreso	Calle 62 N° 42-63	servicios	Monica Romero	3118411014	x	-
115	Peluqueria Londres Mayerli	Calle 62N° 42-80	servicios	-	-	-	-
116	Panaderia tolima valle del Llano	Carrera 43 N°62-02	industrial	-	-	-	-
117	Peluqueria tendencia y estilo	Carrera 43 N° 62-12	servicios	-	-	-	-
118	Deposito huevos, arroz y panela	Carrera 43 N° 62-16	comercial	Luz Esmeralda	3125538274	x	3 Años
119	Pinturas Multifil	Carrera 43 N° 62-16	comercial	-	-	-	-
120	Billares la estacion	Carrera 43	servicios	Islanda Martinez	3214816434	x	-
121	Licoreroa la 60	Calle 62 N°43-19	servicios	-	3204446026	-	-
122	Taller de mantenimiento y reparacion J-B	Calle 62 N° 43-28	servicios	-	3124258101	-	-
123	Miscelanea	Calle 62 N° 43-34	servicios	-	-	-	-
124	Papelaria	Calle 62 N°43-38	servicios	-	-	-	-
125	Tienda	Calle 62 N° 43-93	servicios	-	-	-	-
126	Pipes sport	Carrera 43 N°62-26	Venta de calzado - comercial	-	-	-	-
127	Venta de ropa	Carrera 43 N°62-21	comercial	-	-	-	-
128	Almacén 2000 y más	Carrera 43 N° 62-21	comercial	-	-	-	-
129	El golazo express	Carrera 43 N° 62-09	comercial	-	#IVALORI	-	-
130	La bodega bebé chiquitín	Carrera 43 N° 72-15	comercial	Maria Cecilia Gomez	3213765226	x	3 Años
131	Bar Granklyn	Carrera 43 N°72-17	servicios	-	-	-	-
132	Lavautos el corabado	Carrera 43 N°72-17	servicios	-	3208465652	-	-
133	Drogueria Asproterma	Carrera 43 N°72-09	servicios	-	-	-	-
134	Taller de carros	Carrera 43 N° 72 -03	servicios	-	-	-	-
135	Bar matapalo	Carrera 43 N°72-01	servicios	-	-	-	-
136	Almacén Ruver	Carrera 43 N°70-11	Compra-venta- comercial	-	3138518315	-	-
137	Frutiverduras	Carrera 43 N°70-13	comercial	-	-	-	-
138	Distribuidora de pollos del Meta	Carrera 43 N° 70-13	comercial	Laura Saenz	3219060933	x	10 Años
139	Panaderia que ricura	Carrera 43 N° 69-27	industrial	Maria Nidia Gomez	3138508130	x	2 Meses
140	Comunicaciones FJ	Carrera 43 N°69-27	Venta de celulares y accesorios	-	-	-	-
141	Drogueria la Merced	Carrera 43 N° 69 -17	servicios	Nelly Bustos	3105788708	x	3 Años
142	Variedades To-Win	Carrera 43 N° 69-17	Accesorios para celulares - servicios	-	-	-	-
143	Asadero Delys pollo	Calle 69 N° 43-03	comercial	Edith Hernandez	3212165028	x	12 Años
144	Peluqueria Estilo Nueva Jersey	Calle 69 N° 43-11	servicios	-	3123730912	-	-
145	Distribuidora carnes J & M	Calle 69 N° 43-11	comercial	-	-	-	-
146	Venta de Peliculas	Calle 69 N°43-14	comercial	Elizabeth	3132722662	x	13 Años
147	Tienda Elizabeth	Calle 69 N°43-20	servicios	-	-	-	-
148	Barberia el Popo	Calle 69 N° 43-21	servicios	-	-	-	-
149	Barberia el Pri	Calle 69 N° 43-39	servicios	-	-	-	-
150	Barberia Lucho style	Calle 69 N° 43-32	servicios	-	3222871047	-	-
151	Servicio tecnico Dario	Calle 69N° 43-33	servicios	-	-	-	-
152	Damaris fashion ropa	Calle 69 N°43-44	comercial	-	-	-	-
153	Sexshop Dala Love	Calle 69 N° 43-50	comercial	-	-	-	-
154	Internet	Calle 69N° 43-75	servicios	-	-	-	-
155	Megadados	Calle 69 N° 43-92	Panaderia - industrial	-	3215642362	-	-
156	Tienda la 69	Calle 69 N° 44-03	servicios	-	-	-	-
157	Café internet	Calle 70 N°43-104	servicios	-	-	-	-
158	Tienda Mar de hoy	Calle 70 N° 44-03	servicios	Bryan	-	-	-
159	Hornamentacion	Calle 71 N° 44-04	Industrial	-	-	-	-
160	Tienda Tatiana	Calle 71 N° 44-03	SERVICIOS	Salvador Leon	-	-	8 Años
161	Charid. Net	Calle 69 N°44-02	Café internet - servicios	Johana Tovar	3227600350	x	5 Años
162	Tienda Dulce Maria	Calle 69 N°44-28	servicios	Maria Gomez	3209996922	x	8 Meses
163	Salleo de belleza 96	Calle 69 N° 44-50	servicios	-	3102675342	-	-
164	Papelaria	Calle 69 N° 44-87	servicios	-	-	-	-
165	Pepeleria Karen	Calle 69 N° 44-105	servicios	Franki Alvarado	3223626058	-	3 Años
166	Licoreria Santa marta	Calle 69 N° 45-02	servicios	-	-	-	-
167	Panaderia Juajno	Calle 69 N°45-03	industrial	Lizeth	3007834513	x	8 Años
168	Merca Metro	Calle 68 N°44-104	servicios	Margarita Torres	3142365456	x	5 Años
169	Tienda don chucho	Calle 68 N° 43-76	servicios	-	-	-	-
170	Cacharrería la 68	Calle 68 N° 43-76	servicios	-	-	-	-
171	Hotel	Calle 68 N° 43-07	servicios	-	3182323676	-	-
172	Beniet	Carrera 43 N° 68-19	Perfumeria - comercial	Martha Galindo	6619649	x	7 Meses
173	Comirapidas	Carrera 43 N° 68-25	servicios	-	-	-	-
174	Ferreteria RCH	Carrera 43 N°67-36	servicios	-	-	-	-
175	Drogueria Farma Vida	Carrera 43 N° 67-11	servicios	Luz Mary	3125954878	x	5 Años
176	Internet	Carrera 43 N° 67 -11	servicios	-	-	-	-
177	Panaderia la sultana	Carrera 43 N°67-03	Industrial	-	-	-	-
178	Losmi imagen y peluqueria	Calle 67 N°43-15	servicios	Leidy	3132413860	x	2 Años
179	Valentina Peluqueria	Calle 67 N°43-21	servicios	Yelson Saldana	3144179259	-	4 Años
180	Distribuidora la roca	Calle 67 N° 43-46	Insumos para panaderias - comercial	Elizabeth	-	-	10 Años
181	Quisera la fortaleza	Calle 67N° 43-05	comercial	-	-	-	-
182	Peluqueria fashion CR	Carrera 43 N°66-13	servicios	-	-	-	-
183	Comunicaciones Clemencia	Carrera 43 N° 66-15	servicios	-	-	-	-
184	Venta de Ropa el caleño	Carrera 43 N° 66-05	comercial	-	-	-	-
185	Frutería y heladería san valentino	Carrera 43 N° 65 -28	comercial	-	-	-	-
186	Pañalera Distri-Pañales	Carrera 43 N°65-23	comercial	Maria Fernanda	3203988626	x	3 Años
187	El punto de la economia	Carrera 43 N° 65-21	Variedades - servicios	Elvia Garcia	3102058264	x	10 Años
188	Papelaria Popular	Carrera 43 N° 65-13	servicios	Laura Contreras	32088840123	x	7 Años
189	Compra-venta Marquesa	Carrera 43 N°65-13	servicios	-	-	-	-
190	Variedades Yindri	Carrera 43 N° 65-03	servicios	Andrea Ramirez	3144724638	x	5 Años
191	Arepazo	Carrera 43 N° 65-03	Comidas rapidas	-	-	-	-
192	Peluqueria Styles Johana	Calle 65N°03	servicios	-	3112330951	-	-
193	Drogueria Guaviare N° 2	Carrera 43 N° 64-30	servicios	Elizabeth Hernandez	-	x	-
194	Restaurante Nicol	Carrera 43 N°64-24	servicios	-	-	-	-
195	Venta de ropa	Carrera 43N°64-20	comercial	-	-	-	-
196	Distribuidora de calzado	Carrera43 N°64-21	comercial	-	-	-	-
197	Miscelania albareque	Carrera 43N° 64-35	servicios	Manuela	3102520928	x	24 Años
198	Barberia Style	Carrera 43 N° 64-19	servicios	Paola Tabares	3022895880	x	2 Años
199	Miscelanea Jesica	Carrera43 N° 64-27	servicios	-	-	-	-
200	Fruver	Carrera 43 N°64-13	comercial	-	-	-	-
201	Carnes Popular	Carrera 43 N° 64-13	comercial	-	-	-	-
202	Pasteleria Arandanos	Carrera 43 N° 64-03	industrial	William Diaz	3203423844	-	-
203	Sastreria el progreso	Carrera 43 N°63-17	servicios	Hernan	3118953909	-	-
204	Calzado Natalis	Carrera 43 N°63-10	comercial	-	-	-	-
205	Calzado sebastian	Carrera 43 N°63-09	comercial	Andrea Rodriguez	-	x	8 Años
206	Comi rapidas Betos	Calle 63 N°43-09	servicios	-	3106662878	-	-
207	Mantenimiento de electrodomesticos	Calle 63 N° 43-09	servicios	-	3114414571	-	-
208	Carnes el Llanerazo	Calle 63N° 43-15	comercial	-	3132092150	-	-
209	Pollo y pescado el Guayabero	Calle 63 N° 43-08	comercial	-	-	-	-
210	Venta de plasticos	Calle 63 N° 43-12	comercial	-	-	-	-
211	Distrifruver el amigo Nelson	Calle 63 N° 43-21	comercial	-	3208440127	-	-
212	Distribuidora Dulce Maria	Calle 63 N° 43-58	comercial	-	3125596273	-	-
213	Salsamentaria M & T	Calle 63 N° 43-58	comercial	-	-	-	-
214	Deposito Yesid	Calle 63 N° 43-65	comercial	-	3118931077	-	-
215	Deposito el Chavo	Calle 63 N° 43-70	comercial	Jose Alvaro Torres	6694635	-	22 Años
216	Internet la 63	Calle 63N° 43-86	servicios	-	-	-	-
217	Sala de Belleza davina	Calle 63 N° 43-104	servicios	-	-	-	-
218	Tienda el esquinzazo	Calle 63 N° 27	servicios	-	-	-	-
219	Tienda el danubio	Calle 63 N° 44-02	servicios	-	-	-	-
220	Almacén tines el galapago	Calle 63 N° 44-21	comercial	-	-	-	-
221	Drogueria Valery	Calle 65 N° 44-04	servicios	-	-	-	-
222	Taller de Motos	Calle 66	servicios	Wilson Olaya	3134259811	-	-
223	Parqueadero el Bambu	Carrera 43 N° 72-15	servicios	-	-	-	-

### 10.3 Tabulación de la ficha de caracterización

PROYECTO PROYECCIÓN SOCIAL: Fortalecimiento contable y financiero de unidades empresariales encabezadas por mujeres en el Barrio Ciudad Porfía de Villavicencio  
 PROYECCION SOCIAL UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS  
 INSTRUMENTO PARA TABULACION SECTOR No. 3

Estudiantes:		Ingrid Johana Canizalez Méndez - Geraldine Lizeth Gachamá Díaz																							
Pregunta No.		8			9	10		11					12						13						
No Ficha	Opcion	a	b	c	Actividad	1	2	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	
1	Variadeses Maure		x		variedades - comercial	x			x					x										x	
2	Internet y papelería Tatis		x		servicios	x			x						x				x						
3	Ferretería las Palmas de Porfía		x		servicios	x			x						x										x
4	Corte y color		x		Peluquería - servicios	x					x				x										x
5	Tienda JJ	x			servicios	x		x						x										x	
6	Tienda Lucy	x			servicios	x			x						x										x
7	Fruti Antojos		x		servicios	x					x				x								x		
8	Mini tienda Rocha		x		servicios	x						x		x											x
9	Danny Fashion Boutique		x		servicios	x			x						x										x
10	Variadeses Yindri		x		servicios	x				x					x										x
11																									
12																									
<b>TOTALES</b>						<b>10</b>		<b>3</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>2</b>

14								15			16					17				18					19					20						21					
1	2	3	4	5	6	7	8	1	200%	3	1	2	3	4	5	1	2	3	4	g	1	2	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6			
				x				5	50%	2		x								x	Lejanias		x					1											x		
				x		x		0	60%	0	x	x								x	Bogotá		x		x			1	x												
x			x	x	x	x		1	80%	3	x	x	x							x	Boyacá				x			3												x	
				x				5	80%	1	x	x								x	erto Concordia				x			1											x		
				x				2	50%	1		x								x	Granada		x		x			1											x		
			x		x	x		3	40%	1				x						x	Santander				x			1												x	
	x			x				4	10%	1										x			x					1	x												
				x		x		1	20%	1		x								x	Bogotá		x		x			1												x	
x								2	80%	1		x								x					x			1												x	
x								4	50%	2	x			x						x	Bogotá				x			2												x	
								27	52%	1,3																															
								4,91																																	
<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>0</b>				<b>4</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>8</b>						<b>1</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>0</b>



32							33				
1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5
x											x
											x
x					x						x
x											x
	x				x						x
											x
				x							x
											x
x											x
x								x			
<b>5</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>9</b>

