



**CARACTERIZACION DE LAS VENTAS A PLAZO  
PUERTA A PUERTA DE LA ECONOMIA INFORMAL  
Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DEL DISTRITO  
TURISTICO, CULTURAL E HISTORICO DE  
SANTA MARTA 2000**

**ABRAHAM DAVID HERNANDEZ GUTIERREZ  
TATIANA RUEDA HERNANDEZ**

**UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
SANTA MARTA, D.T.C.H.  
2000**

1124037

**CARACTERIZACION DE LAS VENTAS A PLAZO  
PUERTA A PUERTA DE LA ECONOMIA INFORMAL  
Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DEL DISTRITO  
TURISTICO, CULTURAL E HISTORICO DE  
SANTA MARTA 2000**

**ABRAHAM DAVID HERNANDEZ GUTIERREZ  
TATIANA RUEDA HERNANDEZ**

**Memoria de Grado como requisito  
Para optar al titulo de  
Administrador de Empresas**

**Director  
VALMIRO VIANA MUÑOZ  
Administrador de Empresas Agropecuarias**

**UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
SANTA MARTA, D.T.C.H.  
2000**

EA

00059

Nota de aceptación

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Presidente del Jurado

\_\_\_\_\_  
Jurado

\_\_\_\_\_  
Jurado

Santa Marta D.T.C.H. 14 de Abril del 2000.

## **DEDICATORIA**

*A Dios por haberme  
Brindado el don de la vida.  
A mi familia a quienes admiro, quiero y  
Respeto mucho, por su respaldo en todas las cosas  
Que he emprendido.  
A mis amistades y todas las personas que me han rodeado  
En los buenos y malos momentos.*

**ABRAHAM DAVID.**

## **DEDICATORIA**

*A Dios por haberme  
Brindado el don de la vida.  
A mi familia a quienes admiro, quiero y  
Respeto mucho, por hacer de mi lo que hoy soy.  
A mi tía Leyla quien me ayudo mucho en el  
Momento que más lo necesite.  
A mis amigos y mi novio quienes compartieron  
De cerca todas mis alegrías y penas.*

**TATIANA.**

## **AGRADECIMIENTOS**

Los autores expresan sus agradecimientos a:

- ❖ Valmiro Viana Muñoz, Administrador de Empresas Agropecuarias. Director de la memoria de grado. Por su valiosa colaboración y empeño en la realización de este trabajo.
- ❖ Miguel Fuentes Agamez, Economista. Jurado de tesis y profesor de la Universidad del Magdalena. Por sus valiosos aportes y el permanente respaldo a este trabajo.
- ❖ Telesforo Montero, Economista. Jurado de tesis y profesor de la Universidad del Magdalena. Por su constante asesoría y el apoyo incondicional al desarrollo de este trabajo.
- ❖ A todos los propietarios y trabajadores de los negocios de las ventas a plazo de la economía informal. Por su valiosa colaboración.
- ❖ Al señor Andrés Aristizabal, Por la valiosa información relacionada con los negocios de las ventas a plazo de la economía informal.
- ❖ Universidad del Magdalena.
- ❖ Cámara de Comercio.
- ❖ Alcaldía Distrital.
- ❖ Familia Peralta Peña.
- ❖ Familia López Peralta.
- ❖ Familia Jiménez Corpas.
- ❖ Familia Redondo González.
- ❖ Familia Anillo Pardo.

- ❖ Familia López Lacera.
- ❖ Familia Ovalle Ramírez.
- ❖ Familia Silva Socarras.
- ❖ Familia Viana Cortina.
- ❖ Familia Estrada Arango.
- ❖ Familia Echeverría De la Rosa.
- ❖ Familia Pineda González.
- ❖ Familia Berg González.



## CONTENIDO

	Pág
<b>1. INTRODUCCION</b>	1
1.2 Planteamiento del problema	2
1.3 Antecedentes	3
1.4 Marco teórico	4
1.5 Justificación	5
1.6 Objetivos	6
1.6.1 Objetivo general	6
1.6.2 Objetivos Especificos	7
1.7 Hipótesis	9
1.8 Diseño Metodológico	10
1.8.1 Selección y medición de variables	10
1.8.2 Determinación del Universo geográfico y espacio Temporal de estudio	11
1.8.2.1 Ubicación del espacio geográfico	11
1.8.2.2 Ubicación del espacio temporal	12
1.8.3 Formas de observar la población	12
1.8.3.1 Propietarios	12
1.8.3.2 Clientes	13
1.8.3.3 Trabajadores	13

1.8.4 Técnicas e instrumentos para la Recolección de la información	13
1.8.4.1 Recolección de la información	13
1.8.4.1.1 Información primaria	13
1.8.4.1.2 Información secundaria	14
1.8.4.1.3 Procedimiento de análisis	14
1.9 Limitaciones	14
<b>2. CARACTERIZACION DE LAS VENTAS A PLAZO PUERTA A PUERTA DE LA ECONOMIA INFORMAL</b>	<b>16</b>
2.1 Definición	16
2.2 Descripción de la actividad	16
2.3 Descripción de los negocios identificados	17
2.3.1 Almacén nuevo hogar	17
2.3.2 Decoraciones star	18
2.3.3 Inversiones Caldas	18
2.3.4 Distribuidora de Lima	19
2.3.5 Inversiones Muriel	20
2.3.6 Créditos Yonares	21
2.3.7 Créditos Chano	21
2.3.8 Créditos Elman	22
2.3.9 Inversiones Tricolor	23
2.3.10 Créditos Yampier	24
2.3.11 Créditos Brayar	24

2.3.12	Créditos J.A	25
2.3.13	Créditos Liney	26
2.3.14	Inversiones Aristizabal	27
2.3.15	Inversiones Jaibo	27
2.3.16	Variedades el Litoral	28
2.3.17	Surtimuebles de la Costa	29
2.3.18	Créditos el Triunfo	30
2.3.19	Inversiones H.R	30
2.3.20	Créditos León	31
2.4	Artículos que expenden	32
2.5	Estacionalidad de la demanda	32
2.6	Cobertura del negocio	33
2.7	Procedencia de la mercancía que expenden	34
2.8	Plazos que conceden para otorgar el crédito	36
2.9	Requisitos exigidos para otorgar el crédito	36
2.10	Procedimiento para la venta y entrega de la mercancía	38
2.11	Facturación	38
2.12	Recaudos	39
2.13	Sistemas administrativos	41
2.13.1	Formas de fijar precios	44
2.14	Descripción de la relación laboral	44
2.14.1	Vinculación laboral	45
2.14.2	Condiciones laborales de los trabajadores	46

2.14.3 Horario de trabajo	47
2.14.4 Remuneración	48
2.14.5 Prestaciones sociales	48
<b>3. INCIDENCIA DE LAS VENTAS A PLAZO PUERTA A PUERTA DE LA ECONOMIA INFORMAL EN EL DESARROLLO DEL D.T.C.H DE SANTA MARTA</b>	<b>50</b>
3.1 En los pagos de impuesto	51
3.1.1 Impuesto de industria y comercio	51
3.1.2 Cámara de comercio	53
3.1.3 Impuesto de renta y complementarios	56
3.1.4 Impuestos parafiscales	56
3.2 En la generación de empleo	57
3.3 En el poder adquisitivo de los clientes	59
3.4 Inversión social	61
3.5 Satisfacción de las necesidades del cliente	62
3.6 Mejoramiento en el nivel de vida de los trabajadores	64
<b>4. RESULTADOS</b>	<b>66</b>
<b>5. RECOMENDACIONES</b>	<b>71</b>
BIBLIOGRAFIA	
ANEXOS	

## LISTA DE TABLAS

	<b>Pág</b>
Tabla 1. Procedencia de la mercancía que expenden	35
Tabla 2. Requisitos exigidos para otorgar créditos	37
Tabla 3. Manejo contable del negocio	42
Tabla 4. Asesoría oficial para el manejo del negocio	43
Tabla 5. Propietarios que pagan impuesto de inducomercio	53
Tabla 6. Propietarios matriculados en la camcomercio	55
Tabla 7. Empleos generados vs capital invertido	58
Tabla 8. Costo de financiación de los artículos	60
Tabla 9. Valor de los artículos en el comercio informal	61
Tabla 10. Calidad de los productos	63

## LISTA DE GRAFICAS

	<b>Pág</b>
Gráfico 1. Procedencia de la mercancía	35
Gráfico 2. Requisitos exigidos para otorgar el crédito	37
Gráfico 3. Manejo contable del negocio	42
Gráfico 4. Asesoría oficial para el manejo del negocio	43
Gráfico 5. Propietarios que pagan impuesto de inducomercio	53
Gráfico 6. Propietarios matriculados camcomercio	55
Gráfico 7. Calidad de los productos	64

## LISTA DE FIGURAS

	<b>Pág</b>
Figura 1. Tarjeta de recaudo	40

## LISTA DE ANEXOS

- Anexo A. Encuesta para propietarios
- Anexo B. Encuesta para clientes
- Anexo C. Encuesta para Trabajadores
- Anexo D. Vendedor de colchones y escaparates
- Anexo E. Vendedor de tanques para ropa, peinadores, mesas
- Anexo F. Vendedor de mesas de plancha, ollas, tendidos,  
Sillas plásticas, mesitas para teléfono, etc.
- Anexo G. Vendedor de escaparates en cinta
- Anexo H. Vendedor de mecedoras en cinta

## 1. INTRODUCCION

Las ventas a plazo son préstamos a corto plazo concedidos al público para la adquisición de un artículo determinado<sup>1</sup>. Este tipo de ventas se utiliza con mucha frecuencia en nuestro medio en algunos casos, como estrategia para incrementar el volumen de las ventas.

La circunstancia de desempleo y la actual situación económica que vive el país han dificultado la adquisición de dineros para invertir en negocios organizados. Esto ha permitido el surgimiento de pequeños negocios de la economía informal dedicados a vender artículos puerta a puerta concediendo plazos para su total cancelación

Lo que se pretende a través de la presente investigación es caracterizar la incidencia de las ventas a plazos de la economía

---

<sup>1</sup> Diccionario de Economía. Brad, Salvador. Plaza & Jones.

informal y medir su incidencia el desarrollo económico del Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta.

## **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En el Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta se ha venido presentando en los últimos años un crecimiento incontrolado de las ventas a plazos puerta a puerta en el sector informal de la economía.

Como consecuencia de la apertura económica, se produjo la entrada de muchos artículos del extranjero al país, lo que ha permitido que se ofrezcan variedades de productos a los clientes que hacen uso del servicio de ventas a plazo puerta a puerta, aumentando considerablemente la demanda de artículos a los oferentes que forman parte de esta actividad en el sector informal de la economía.

En los actuales momentos no hay registros exactos del número de personas que se dedican a esta actividad, lo que no permite poder establecer cuál es el aporte real de estos negocios para el desarrollo de la ciudad.

Con todo lo anterior es necesario determinar el número de negocios de este tipo establecidos en el Distrito, la capacidad de generación de empleo que poseen y el aporte que genera, en calidad de impuesto, al tesoro del distrito.

### **1.3 ANTECEDENTES**

La ciudad de Santa Marta en la actualidad es reconocida en el ámbito nacional e internacional como destino turístico, por sus excepcionales paisajes y encantos naturales que ella ofrece.

Lo anterior ha generado las industrias sin chimeneas que ha permitido el crecimiento y desarrollo económico del Distrito. Pero distinto a la actividad turística se está presentando la práctica de una modalidad comercial como son las ventas a plazos puerta a puerta de la economía informal ejercidas por personas en su mayoría de otras ciudades del país.

A escala gubernamental y gremial los estudios realizados son casi nulos. Sin embargo, en la universidad del Magdalena existen estudios aproximados sobre este tema como son: " tipología de los pequeños vendedores estacionarios de la plaza

del mercado en Santa Marta, 1984.” Y “caracterización del sector informal en Santa Marta, 1985”. Ambos estudios realizados hace algún tiempo mantienen algunos elementos que pueden servir de apoyo para direccionar la presente investigación.

#### **1.4 MARCO TEORICO**

Las ciencias económicas, administrativas y contables son muy importantes para el manejo de cualquier actividad comercial y a la vez trascendentales para el giro normal del negocio.

En el comercio las ventas son la razón de ser de la actividad, las cuales se pueden presentar de dos maneras; de contado, cuando el vendedor y el comprador cierran el negocio dinero contra mercancía de manera inmediata. Y a plazos, cuando se conceden préstamos de corto plazo al público por la adquisición de productos determinados.

Se conoce como economía informal la actividad económica que discurre al margen de los registros, las estadísticas o los controles oficiales y es practicada por empresarios que lo hacen para aprovecharse de una situación económica de desempleo,

con el propósito deliberado de eludir el pago de impuesto y de las cuotas de seguridad social, así como evitar tener que dar cumplimiento a la normativa legal que afecta el desarrollo de su actividad,<sup>2</sup>

La creación de empresas inciden en el desarrollo de una comunidad, un pueblo o una región. Esta incidencia es la satisfacción de una necesidad de los clientes o usuarios, mejoramiento de la calidad de vida de los clientes, de sus trabajadores y el aporte de una parte de las ganancias obtenidas al municipio donde están establecidas y de la nación.

## **1.5 JUSTIFICACION**

Toda investigación debe buscar aportar una posible solución a un problema planteado.

Caracterizar las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal y su incidencia en el desarrollo económico del Distrito, le sirve al gobierno local como parámetro para medir cual es el aporte y el beneficio que recibe el Distrito y la comunidad en general con la práctica de este tipo de comercio.

---

<sup>2</sup> Estructura Economica de Colombia. Arango, Gilberto. Pag 389.

Al comercio organizado le sirve de apoyo para trazar adecuadas políticas de créditos y ventas que permitan el acercamiento comercial con la comunidad que no tiene la solvencia económica para acceder a los bienes y/o servicios que ofrece.

A los propietarios de estos negocios le permite aplicar algunos principios administrativos que lo ayuden a mejorar su situación financiera.

A la Universidad del Magdalena le permite cumplir con sus objetivos de extensión a través de asesorías a los propietarios de estos negocios

## **1.6 OBJETIVOS**

### **1.6.1 OBJETIVO GENERAL**

Caracterizar las ventas a plazos puerta a puerta de la economía informal y su incidencia en el desarrollo económico del distrito.

### 1.6.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ✓ Identificar los negocios de este tipo establecidos en la ciudad.
- ✓ Establecer cuantos de estos negocios están registrados ante la cámara de comercio y si cumplen con el pago del impuesto de industria y comercio.
- ✓ Conocer las políticas de precios y de recaudo utilizados.
- ✓ Determinar los requisitos para otorgar créditos.
- ✓ Determinar el número de empleos generados por este negocio.
- ✓ Conocer condiciones de remuneración de los trabajadores, estabilidad laboral y seguridad social.

## 1.7 HIPOTESIS

La prosperidad de las relaciones del sector comercial en los últimos años en la ciudad de Santa Marta, se debe al modelo económico aperturista que ha obligado a las empresas nacionales y del extranjero ubicadas en el país a elevar sus niveles de productividad, acelerando la circulación masiva de productos de buena calidad y a precios módicos que se encuentran en tiendas, almacenes y supermercados al alcance del público en general.

Paralelamente a este tipo de negocios organizados han surgido otros tipos de negocios informales que no han alcanzado mayor desarrollo, dentro de estos se encuentran las ventas a plazos puerta a puerta de la economía informal.

Si en Santa Marta D.T.C.H. ha surgido un considerable número de empresas dedicadas a las ventas a plazo puerta a puerta, debe haberse producido una generación de empleos acorde con el capital invertido en ellas, los cuales representan un mejoramiento de la calidad de vida de los favorecidos y al mismo tiempo representa un ingreso adicional e importante para el



- Trabajadores
  - Tiempo de vinculación
  - Jornada de trabajo
  - Salario devengado
  - Prestaciones sociales
  - Estabilidad laboral
  - Beneficios recibidos con la relación laboral
- Variable dependiente
  - Aporte al desarrollo económico del Distrito

## **1.8.2 DETERMINACION DEL UNIVERSO GEOGRAFICO Y ESPACIO TEMPORAL DE ESTUDIO**

### **1.8.2.1 Ubicación del espacio geográfico**

La cabecera municipal y capital departamental esta ubicada a orillas de la bahía de santa marta en el mar caribe, localizada a los 11° 14' 50" de latitud norte y 74° 12' 06" de longitud oeste. Altura sobre el nivel del mar: 2 metros. Temperatura media: 28°C. precipitación media anual: 362 mm. Dista de la capital de la república 1.286 km. El área municipal es de 2.369 kms<sup>2</sup> y

limita por el norte y oeste con el mar caribe, por el este con el departamento de la guajira, y por el sur con aracataca y ciénaga. Según datos del censo de 1993, la población de la cabecera municipal era de 210.915 habitantes<sup>3</sup>.

#### 1.8.2.2 Ubicación del espacio temporal.

El estudio se realizará durante los meses de octubre, noviembre y diciembre de 1999. Enero, febrero y marzo del año 2000.

### 1.8.3 FORMAS DE OBSERVAR LA POBLACION

Teniendo en cuenta las variables seleccionadas, estas se observarán de la siguiente manera.

#### 1.8.3.1 Propietarios

Para el caso de los propietarios de los negocios de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal hay que identificar cuantos de estos negocios están establecidos en la actualidad en el Distrito de Santa Marta.

---

<sup>3</sup> Diccionario Geográfico de Colombia, Instituto Geográfico Agustín Codazzi. IGAC.

### 1.8.3.2 Clientes

Forman parte de esta variable todas aquellas personas que de una forma directa o indirecta adquieren los artículos a los vendedores a plazo de la economía informal, por lo tanto puede realizarse una muestra poblacional.

### 1.8.3.3 Trabajadores

Forman parte de esta variable todas las personas vinculadas laboralmente con los propietarios de los negocios de ventas a plazos la información provendrá de una muestra poblacional.

## **1.8.4 TECNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCION DE LA INFORMACIÓN**

### 1.8.4.1 Recolección de La Información

#### 1.8.4.1.1 Información primaria

La información primaria se obtuvo mediante encuestas, para el caso de los propietarios se le aplicó a la totalidad de los

negocios identificados. A los clientes se aplicó a tres clientes por propietarios y a los trabajadores uno por negocio, en ambos casos se escogieron por el método de números aleatorios.

#### 1.8.4.1.2 Información secundaria

La información secundaria se obtuvo de charlas informales con personal especializado acerca del tema.

#### 1.8.4.1.3 Procedimiento de análisis

Una vez recolectada la información se procedió a analizarla mediante la interpretación de indicadores.

### **1.9 LIMITACIONES**

Para elaborar el proyecto se encontró limitantes, como la poca colaboración prestada por los propietarios y trabajadores de los negocios de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal.

La escasa documentación bibliográfica existente sobre el tema en la Universidad, en las agremiaciones comerciales y en la administración distrital.

## **2. CARACTERIZACION DE LAS VENTAS A PLAZO PUERTA A PUERTA DE LA ECONOMIA INFORMAL.**

### **2.1 DEFINICION**

Las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal es una forma de comercio en el cual se ofrecen variedades de artículos a domicilio, otorgándole el oferente un tiempo determinado al demandante para efectuar la cancelación, mediante cuotas generalmente pactadas de común acuerdo.

### **2.2 DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD**

Las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal es una actividad realizada por personas que deambulan por las calles ofreciendo artículos a domicilio los cuales satisfacen necesidades. Esta actividad se realiza transportando los artículos en pequeñas carretas que son maniobradas por sus respectivos vendedores, presentando un catalogo que muestra los productos ofrecidos o en el menor de los casos utilizando un pequeño vehículo.

## **2.3 DESCRIPCION DE LOS NEGOCIOS IDENTIFICADOS**

### **2.3.1 ALMACEN NUEVO HOGAR**

Se encuentra ubicado en la avenida del ferrocarril No. 5-15, este almacén esta funcionando desde 1995 y según lo manifestado por su propietario tiene invertido un capital de \$15.000.000 y el cual lleva un sistema de contabilidad. También esta matriculado en la cámara de comercio y actualmente se encuentra al día en los pagos con el impuesto de industria y comercio en la tesorería del Distrito, comento que recibió una asesoría por parte de la cámara de comercio de la ciudad, considera que las ganancias obtenidas han sido buenas a pesar de la difícil situación que vive el país. Cuenta con 4 trabajadores, de los cuatro, tres son vendedores y una secretaria. Los productos que expende son camas, mesas, comedores, neveras, recipiente de plástico, vajillas, plateros, etc. Los requisitos que exigen para otorgar un crédito es una mínima cuota inicial y dos referencia, concede plazos de 12 meses para cancelar los productos. Manifiesta que se encuentra muy satisfecho con el negocio por que le dado la posibilidad de con seguir el sustento y poder así educar bien a sus hijos.

### **2.3.2 DECORACIONES STAR**

Este negocio se dedica a la comercialización de cuadros decorativos, consolas y gabinetes para cocinas. Se encuentra ubicado en la avenida del río No. 18ª-33 tiene un capital invertido cercano a los \$30.000.000 según lo manifestado por el administrador. Este negocio labora desde 1994 y no aparece matriculado en la cámara de comercio de la ciudad de santa marta y en los actuales momentos no aparece ante la tesorería del Distrito como aportante en el pago del impuesto de industria y comercio, además de esto lleva su propio sistema de contabilidad y han contratado asesoría externa para el mejoramiento de su negocio.

Los requisitos exigidos para otorgar un crédito son la firma de una letra, y los plazos que concede para la cancelación total de artículos que venden son de 6 meses a los cuales ellos le llaman una venta credi-contado. En la actualidad cuentan con 6 empleados, distribuidos así: un administrador, una secretaria, un cobrador y 3 vendedores.

### **2.3.3 INVERSIONES CALDAS**

Este negocio funciona desde 1995 y posee un capital de \$4.000.000 según lo manifestado por su propietario. Se encuentra matriculado ante la cámara de comercio, pero no es contribuyente del impuesto de industria y comercio en la tesorería Distrito. Lleva su propio sistema de contabilidad y hasta la fecha no ha recibido ningún tipo asesoría para el desarrollo y mejoramiento de su negocio, en los actuales momentos cuenta con un solo trabajador que es el vendedor mientras que el propietario hace las veces de cobrador. Los productos que expende son sillas, camas y mesas de bar, todos estos en línea tubular y a demás también vende almohadas, colchones y colchonetas, el requisito que exige para otorgar el crédito es la firma de una letra de cambio y para la cancelación de la deuda concede un plazo hasta de 12 meses. Este negocio se encuentra ubicado en la calle 8 No. 8-173.

#### **2.3.4 DISTRIBUIDORA DE LIMA**

Este almacén comenzó sus operaciones en 1993 y posee un capital invertido de \$12.000.000, en la actualidad se encuentra matriculado en la cámara de comercio y cancela puntualmente el impuesto de industria y comercio en tesorería del Distrito, no

matriculado en la cámara de comercio y cancela puntualmente el impuesto de industria y comercio en tesorería del Distrito, no lleva ningún sistema de contabilidad y hasta el momento no ha recibido ningún tipo asesoría, aunque no tiene una técnica exacta para calcular sus ganancias considera que son buenas. Cuenta con tres trabajadores de los cuales hay dos vendedores y un cobrador, los productos que expende son; juegos de alcoba, algunos electrodomésticos y muebles. Para otorgar los créditos exige un fiador y el pago de una cuota inicial, para la total cancelación del producto que vende concede un plazo hasta 12 meses. Este almacén se encuentra localizado en la calle 14 No. 7-88.

### **2.3.5 INVERSIONES MURIEL**

Este negocio se encuentra localizado en la calle 7 no. 5-103 e inicio sus actividades en 1991 y cuenta con un capital cercano a los \$10.000.000. No se encuentra matriculado ante la cámara de comercio y tampoco cancela el impuesto de industria y comercio ante la tesorería del Distrito y no lleva ningún sistema de contabilidad, al igual no ha recibido ningún tipo de asesoría y manifiesta que por eso sus ganancias son regulares, cuenta en la

actualidad con tres trabajadores todos vendedores y el propietario hace las veces de cobrador, los productos que expende son muebles tubulares y mecedoras tubulares, los requisitos que exige para otorgar un crédito son nulos y el plazo que concede para su recaudo es hasta 12 meses.

### **2.3.6 CREDITOS YONARES**

Dicho negocio se encuentra ubicado en la Kra 8 No. 4-78. Está operando en el mercado desde 1990, sí se encuentra matriculado ante la cámara de comercio, pero no cancela el impuesto de industria y comercio ante la tesorería del Distrito, como tampoco lleva ningún sistema de contabilidad y un método que le demuestre la utilidad del negocio, de igual manera no ha recibido ningún tipo de asesoría para el desarrollo de su negocio, cuenta en la actualidad con tres trabajadores todos vendedores y el propietario se encarga de los cobros.

Los productos que expende son sillas, mesas y camas, todos en la línea tubular. El plazo que concede para recaudar el crédito es de 24 meses y el requisito que exige para otorgar un crédito son dos fiadores.

### **2.3.7 CREDITOS CHANO**

Este negocio esta funcionando desde 1990, se encuentra localizado en la kra 8 No. 4-87 según su propietario tiene invertido un capital \$ 7.000.000. y se encuentra matriculado ante la cámara de comercio pero no cancela el impuesto de industria y comercio en la tesorería del Distrito, no lleva ningún sistema de contabilidad que le permita calcular en un momento determinado la situación del negocio, hasta el momento no ha recibido ningún tipo asesoría para el desarrollo de su negocio, cuenta en estos momentos con tres trabajadores y el plazo que concede para recaudar el crédito es de 12 meses y para otorgar el crédito exige una cuota inicial y la firma de una letra. Los productos que expende son: abanicos, sillas, camas y mesas.

### **2.3.8 CREDITOS ELMAN**

El tiempo que tiene este negocio de estar funcionando data desde 1992 y posee un capital invertido de \$15.000.000. según no lo manifestó su propietario, esta localizado en la calle 8 No. 7-29. Se encuentra matriculado ante la cámara de comercio y no cancela el impuesto de industria y comercio en la tesorería del

Distrito. Lleva un sistema de contabilidad sistematizado, además recibe continua asesoría de un contador público, el número de trabajadores con los que cuenta es de tres y todos son vendedores, los recaudos son efectuados por el propietario del negocio. Expende productos relacionados con muebles tubulares y Concede plazo para el pago total del crédito desde días hasta meses y no exige ningún requisito para otorgar el crédito.

### **2.3.9 INVERSIONES TRICOLOR**

Este negocio esta operando a partir de 1992 en charla sostenida con el dueño nos manifestó que tiene invertido un capital de \$10.000.000. No lleva ningún sistema de contabilidad y se encuentra matriculado ante la cámara de comercio y no cancela el impuesto de industria y comercio en la tesorería del distrito, hasta la fecha no ha recibido ningún tipo de asesoría para el desarrollo y crecimiento de su negocio. Considera que las ganancias son regulares a pesar de no manejar ninguna técnica para calcularlas. Cuenta con tres trabajadores actualmente y se encuentra ubicado en la calle 8 No. 8-57. Los productos que expende son: escaparates, mecedoras, sillas, etc. No exige ningún requisito especial para otorgar un crédito y concede

plazos por semanas para que los clientes que sus ingresos estén sujetos a los pagos semanales.

### **2.3.10 CREDITOS YAMPIER**

Se encuentra localizado en la calle 7 No. 16C-07, este negocio esta operando desde hace aproximadamente tres meses su capital invertido esta por el orden de los \$5.000.000. Se encuentra matriculado en la cámara de comercio pero no cancela el impuesto de industria y comercio. Hasta el momento no ha recibido ningún tipo de asesoría para el desarrollo del negocio, al no llevar un sistema contable que le permita conocer la situación real de su negocio considera que le esta generando perdidas, hasta la fecha cuenta con dos trabajadores y los productos que expende son en la línea tubular tales como: sillas, mesas, mecedores, camas, mesitas de noche, tocadores, bibliotecas, mesitas de bar y de teléfono. Para otorgar un crédito exige únicamente un fiador y el plazo que concede para su total cancelación es de 12 meses.

### **2.3.11 CREDITOS BRAYAR**

Este pequeño negocio esta funcionando a partir de 1995 con la inversión de un capital cercano a los \$10.000.000. Y se encuentra localizado en la calle 6ª No. 16D-24, actualmente se encuentra matriculado en la cámara de comercio y no cancela el impuesto de industria y comercio en la tesorería del distrito. No lleva ningún tipo de sistema contable, en el tiempo que tiene de estar funcionando no ha recibido ninguna asesoría para el desarrollo de su negocio. Ante la escasez de un sistema contable no conoce la situación financiera de su negocio pero cree que las ganancias son regulares, hasta el momento cuenta con un solo trabajador y los productos que expende son camas y mecedores en madera. Los requisitos para otorgar créditos son las referencias familiares de los clientes y el plazo que concede para su total cancelación es de 8 meses.

### **2.3.12 CREDITOS J.A**

Este negocio se encuentra ubicado en la calle 6 No.13-77 esta operando en el mercado desde 1995, tiene un capital invertido de \$6.000.000 y se encuentra matriculado ante la cámara de comercio, pero no cancela el impuesto de industria y comercio en la tesorería del distrito. No posee ningún sistema de

contabilidad que le permita conocer en cualquier momento al propietario la situación real de su negocio, como tampoco no ha recibido ningún tipo de asesoría para el mejoramiento y crecimiento de su negocio, no cuenta con una técnica exacta que le permita calcular sus utilidades. Tiene en estos momentos a tres trabajadores, todos vendedores y los recaudos los realiza el propietario del negocio. Los productos que expende son en la línea de mueblería tubular y escaparates de madera. Para otorgar un crédito solo exige una mínima cuota inicial y el plazo concedido para su total cancelación es de 12 meses.

### **2.3.13 CREDITOS LINEY**

Este negocio esta localizado en la calle 5 No. 14-19 y funciona desde 1995. Cuenta con un capital invertido aproximado de \$5.000.000. Se halla matriculado en la cámara de comercio, pero no paga el impuesto de industria y comercio en la tesorería del distrito. Hasta el momento no maneja ningún sistema contable que le permita determinar la real situación de su negocio y por esta misma razón no conoce una manera para calcular sus utilidades. En la actualidad cuenta con tres trabajadores y el propietario se encarga de realizar los cobros respectivos, los

productos que expende son en la línea tubular. El plazo que concede para otorgar un crédito es de 6 meses y el requisito que exige es una mínima cuota inicial al cliente.

#### **2.3.14 INVERSIONES ARISTIZABAL**

Este negocio se encuentra localizado en la kra 16D No. 6-36, esta funcionando desde 1989 y su inversión asciende a los \$20.000.000. En la actualidad no se halla matriculado en la cámara de comercio y no paga el impuesto de industria y comercio en la tesorería del Distrito, tampoco maneja ningún sistema contable. Hasta el momento no ha recibido ningún tipo de asesoría para desarrollo de su negocio, considera que las ganancias obtenidas han sido buenas a pesar de no manejar un sistema informativo contable. Cuenta con 5 trabajadores y todos son vendedores, los productos que expende esta en la línea de muebles tubulares. Los requisitos que exige para otorgar un crédito son nulos aunque los plazos para cancelar el crédito esta dado en meses al tiempo que el cliente los determine.

#### **2.3.15 INVERSIONES JAIBO**

El tiempo que tiene de estar dedicado ha este negocio es de 8 años y el capital invertido esta por el orden de los \$10.000.000. Se encuentra matriculado en la cámara de comercio y no paga el impuesto de industria y comercio en la tesorería del distrito. No lleva ningún sistema contable que le indique en cualquier momento como marcha su negocio, al igual no ha recibido ningún tipo de asesoría para el crecimiento y desarrollo de su negocio. Manifiesta su propietario que las ganancias obtenidas son regulares y en la actualidad cuenta con tres trabajadores que se encargan de las ventas y el propietario se encarga de los recaudos. Los productos que expende son camas y mesas tubulares y Los requisitos para otorgar el crédito son nulos y el plazo que concede para su recaudo es de 12 meses.

### **2.3.16 VARIEDADES EL LITORAL**

Se encuentra localizado en la calle 11 No.5-96 este negocio esta funcionando desde 1990 y en los actuales momentos posee un capital invertido cercano a los \$18.000.000. Se encuentra matriculado ante la cámara de comercio y paga el impuesto de industria y comercio en la tesorería del distrito, no maneja un sistema contable que le permita en cualquier momento conocer la

situación real de su negocio. Hasta el momento no ha recibido ningún tipo de asesoría de alguna entidad pública o privada que le permita desarrollar su negocio. Considera que las ganancias le han sido buenas según sus cálculos matemáticos. Cuentan con cinco trabajadores todos vendedores y los productos que expende son en la línea plástica. Para otorgar créditos basta con solo un fiador y la cuota inicial, el plazo que concede para su total cancelación es de doce meses, los cobros lo realiza el propietario del negocio.

### **2.3.17 SURTIMUEBLES DE LA COSTA**

Este almacén se encuentra localizado en la calle 11 No. 6-06 y esta funcionando desde 1992 con un capital invertido de \$20.000.000. Se encuentra matriculado en la cámara de comercio y también paga puntualmente el impuesto de industria y comercio ante las arcas del distrito y maneja un eficiente sistema contable, hasta el momento no ha recibido ningún tipo de asesoría para el desarrollo de su negocio pero según sus estados financieros las ganancias obtenidas hasta el momento han sido buenas, en la actualidad posee cuatro trabajadores todos vendedores, los recaudos están a cargo del dueño del

negocio. Entre los productos que expende están: juegos de alcoba, escaparates, colchonetas y muebles en bambú. Los requisitos que exige para otorgar el crédito son únicamente un fiador y la cuota inicial, el plazo que concede para la total cancelación del crédito es de 12 meses.

### **2.3.18 CREDITOS EL TRIUNFO**

Este negocio esta funcionando desde 1990 y cuenta con un capital invertido de \$2.000.000. No se encuentra matriculado en la cámara de comercio y no le cumple al distrito con el pago del impuesto de industria y comercio en la tesorería del distrito, lleva su propio sistema de contabilidad y hasta el momento no ha recibido ninguna asesoría para el desarrollo de su negocio.

Considera que sus ganancias han sido de algún modo regular y en la actualidad cuenta con tres trabajadores, todos vendedores, y los productos que expende son: canastos para ropa, mesas para teléfono y mecedoras. No exige ningún requisito para otorgar algún crédito y el plazo que concede para su total recaudo esta entre 6 y 12 meses, el recaudo de los cobros están a cargo del dueño del negocio.



### **2.3.19 INVERSIONES H.R**

Este almacén esta funcionando desde 1988 y cuenta con un capital invertido de \$18.000.000. Este negocio se encuentra matriculado en la cámara de comercio y a partir del presente año paga el impuesto de industria y comercio en la tesorería del distrito, lleva su propio sistema contable y hasta el momento no ha recibido ningún tipo de asesoría para el desarrollo de su negocio. Se encuentra ubicado en la calle 6 No. 8-42. considera que las ganancias obtenidas han sido buenas hasta el momento y el número de trabajadores con los que cuenta es de cinco. Comercializa todo lo relacionado con muebles en forma tubular. Para otorgar un crédito únicamente exige un fiador y el plazo que concede para el recaudo total del crédito es de 12 meses.

### **2.3.20 CREDITOS LEON**

Este negocio está funcionando desde 1994 con una inversión en su capital de \$8.000.000. No se encuentra matriculado en la cámara de comercio y no paga el respectivo impuesto de industria y comercio en la tesorería del distrito, no lleva un

sistema contable y hasta el momento no ha recibido ninguna asesoría para el desarrollo de su negocio y considera que las ganancias son regulares. En los actuales momentos cuenta con tres trabajadores y los productos que expende son muebles y mecedores tubulares, los requisitos que exige para otorgar un crédito son nulos y el plazo que concede para su total cancelación es de 12 meses.

#### **2.4 ARTICULOS QUE EXPENDEN**

Los negocio de las ventas aplazo puerta a puerta de la economía informal ofrecen una variedad de productos que satisfacen las necesidades de los consumidores o usuarios. Estos artículos son: Ollas a presión, valdes, manteles, ollas en aluminio, colchones, colchonetas, almohadas, canastos para ropa, abanicos, tendidos para camas, plateros, vajillas, mesas de plancha, espejos, cuadros, sillas plásticas, poncheras, mecedores en madera y metálicos, camas tubulares, descansos, escaparates, mesas para teléfono, lámparas de lujo, adornos en porcelana, mesas para bar, mesas para televisor, jarrones, juegos de alcobas, manteles y libros.

## **2.5 ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA**

De los artículos que expenden los vendedores a plazo, algunos no se venden durante todo el año, hay unos que aumentan su demanda en determinadas épocas del año tal es el caso de los manteles, los descansos, las cortinas, los libros y los adornos que son muy solicitados en la época decembrina; en el mes de mayo por celebrarse el día de las Madres aumenta la demanda de ollas a presión, planchas, licuadoras, juegos de vasos, y abanicos entre otros.

Los negocios estudiados, caracterizados por no tener grandes volúmenes de mercancías, tienen la facilidad de responder rápidamente a la estacionalidad presentada en la demanda. Por lo cual se encontró que estos negocios expenden diferentes productos en las distintas épocas del año, de acuerdo a las preferencias de los clientes.

## **2.6 COBERTURA DEL NEGOCIO**

El negocio de las ventas a plazos puerta a puerta de la economía informal frecuentan los estratos tres y cuatro, pero hacen mayor su presencia en los sectores de escasos recursos de la ciudad, concretamente en los estratos uno y dos que acuden a esta modalidad de venta por no tener los ingresos

suficientes y ante la ausencia una cultura de ahorro que les permita reunir el capital para comprarlos al contado en los distintos establecimientos comerciales de la economía formal. En los estratos tres y cuatro, por contar con la facilidad de acercarse a los almacenes de la ciudad para comprar los artículos que son mas demandados por los clientes de los estratos uno y dos, deciden comprar a los vendedores a plazo puerta a puerta de la economía informal artículos como; los mecedores en madera y tubulares, los cuadros, los jarrones, las sillas de descanso, los muebles tubulares y en bambú, los espejos, las mesitas para teléfono, los libros, las mesitas para bar, entre otros. Los estratos cinco y seis adquieren los artículos al contado o en dinero plástico (tarjetas crédito o débito) en los distintos almacenes exclusivos de la ciudad.

Esta situación es conocida por los propietarios de los negocios a plazo puerta a puerta, por lo cual tienen el mercado segmentado.

## **2.7 PROCEDENCIA DE LA MERCANCIA QUE EXPENDEN**

Los propietarios de los negocios de ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal de la ciudad de santa marta son en un 80% distribuidores. Estos comerciantes se trasladan a la ciudad de Maicao para traer, planchas, licuadoras, manteles, juegos de sábanas, cortinas y otros. Luego se trasladan a la ciudad de Barranquilla donde traen espejos,

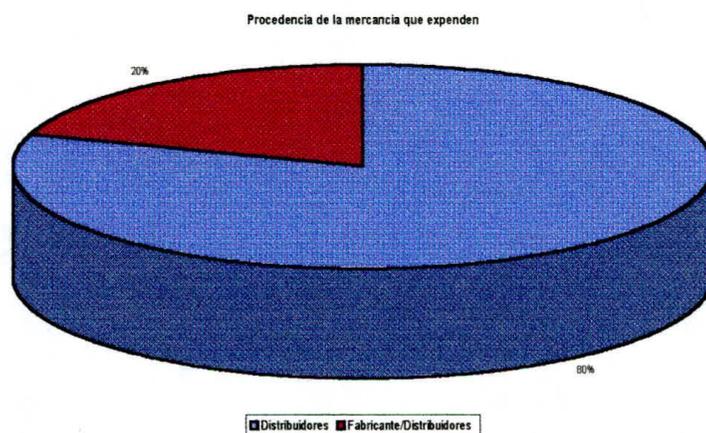
adornos, mesas para teléfonos, sillas, entre otros. Para el caso de los muebles en mimbre y los canastos en cinta para ropa, los propietarios de las ventas a plazo acuden a los artesanos de la ciudad, el resto de la mercancía que distribuyen son adquiridas en el mercado local. El restante 20% son fabricantes-distribuidores que producen y distribuyen todo lo relacionado con la línea tubular. Ver tabla 1.

**Tabla 1.**

<b>Procedencia de la mercancía que expenden</b>		
<b>Variables</b>	<b>Valor absoluto</b>	<b>Valor porcentual</b>
Distribuidores	16	80%
Fabricante/Distribuidores	4	20%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente: autores

**Gráfico 1.**



## **2.8 PLAZOS QUE CONCEDEN PARA OTORGAR EL CREDITO**

En el negocio de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal las ventas en su totalidad se realizan a crédito. Algunos propietarios de estos negocios exigen una cuota inicial que esta en un promedio por el orden de un 50% del valor de su precio de costo y esto varia según el valor del artículo que venda, para el pago de la diferencia de la mercancía concede un plazo que va desde 6 meses hasta 24 meses, fraccionando el valor de las cuotas de acuerdo al nivel de ingresos del cliente. Para el caso de artículos de menor cuantía no se exige cuota inicial y el número de cuotas es pequeño.

## **2.9 REQUISITOS EXIGIDOS PARA OTORGAR LOS CREDITOS**

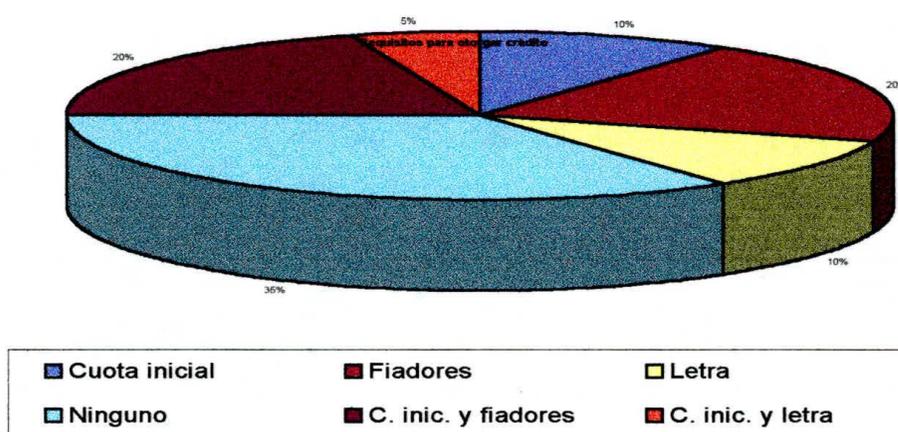
En los negocios de ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal los requisitos exigidos para otorgar créditos se hallan distribuidos así; 10% exige una mínima cuota inicial, el 20% exige uno o dos fiadores, el 10% exige la firma de una letra, el 35% no exige nada, el 20% exige cuota inicial y fiadores y el 5% exige cuota inicial y la firma de una letra. Ver tabla 2.

Tabla 2.

<b>Requisitos exigidos para otorgar el crédito</b>		
Variables	Valor absoluto	Valor porcentual
Cuota inicial	2	10%
Fiadores	4	20%
Letra	2	10%
Ninguno	7	35%
C. inic.y fiadores	4	20%
C. inic. y letra	1	5%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente : Autores

Gráfica 2.



## **2.10 PROCEDIMIENTO PARA LA VENTA Y ENTREGA DE LA MERCANCIA**

El proceso de la venta de la mercancía se inicia con la visita al cliente por parte del vendedor instaurando una breve charla con el cliente donde se les ensañan los artículos que venden a través de un catálogo para el caso de los vendedores de adornos, espejos, muebles y jarrones. Otros vendedores llevan una muestra de los productos para el caso de artículos como; ollas, calderos, juegos de sábanas, planchas, mesitas, sillas, poncheras, bañeras, etc. El proceso para la entrega del producto realiza cuando el vendedor y el cliente llegan un acuerdo de cuanto es el valor de la cuota inicial a cancelar, el periodo y número de cuotas pactadas y su respectivo valor. Al momento que el cliente cancela la cuota inicial se procede a entregar el producto en forma inmediata.

## **2.11 FACTURACION**

En los negocios de las ventas a plazos puerta a puerta de la economía informal después de haberle entregado la mercancía por parte del vendedor al comprador, hay vendedores que no hacen entrega al comprador de una factura donde se describa el artículo negociado, el costo, el nombre de quien lo vende, el Número de Identificación Tributaria ni el Régimen Tributario a

que pertenece, número consecutivo preimpreso. Los vendedores que entregan factura esta no cumple con los requisitos como lo exige el Departamento de Impuestos y Aduanas Nacionales.

## **2.12 RECAUDOS**

Para el recaudo de los créditos otorgados a los clientes que hacen uso del servicio de las ventas a plazos puerta a puerta de la economía informal, se realiza mediante el previo acuerdo que hicieron las partes, determinando que el cobro se efectúe de forma semanal, quincenal o mensual. El pago de las cuotas se realiza en dinero efectivo a un cobrador del negocio en los días de visita que se acordaron. Si por algún motivo un cliente no tiene el dinero para el día de la visita del cobrador, al cliente se le concede otro plazo para cancelar, mostrando así que no existe una estrategia que presione al cliente para el cumplimiento de las cuotas. Por tal motivo no hay cobro de interés por mora en las cuotas como tampoco el incentivo a los clientes que realizan sus pagos de manera puntual.

El control de los pagos se lleva a través de una tarjeta pre-impresa membreteada con el nombre del negocio, el nombre del cliente y el número de cuotas a cancelar y así como su monto van escritos a tinta, al cliente no



### **2.13 SISTEMAS ADMINISTRATIVOS**

El bajo nivel de formación educativa que poseen los propietarios de los negocios a plazo puerta a puerta de la economía informal, le dificultan la consecución de mecanismos o estrategias para adoptar sistemas contables y administrativos que lo ayuden a mejorar su situación. A lo anterior hay que sumarle la ausencia de políticas claras para el mejoramiento de la calidad del microempresario por parte del gobierno local y los gremios de la ciudad, que no han procurado el desarrollo y crecimiento de este tipo de negocio por la falta de asesorías que le permitan manejar eficientemente los recursos del negocio.

Los propietarios de estos negocios el 40% lleva un sistema contable y el restante 60% no lleva ningún sistema de contabilidad. Ver tabla 3.

Para el caso de las asesorías solo el 15% ha recibido alguna asesoría contratada particularmente, mientras el restante 85% no lo ha recibido asesoría de ningún tipo. El mecanismo mas utilizado para saber como marcha el negocio es a través del número de tarjetas de cobro que se hayan hecho efectivas. Ver tabla 4.

Tabla 3.

<b>Manejo contable del negocio</b>		
<b>Variables</b>	<b>Valor absoluto</b>	<b>Valor porcentual</b>
Lleva contabilidad	8	40%
No lleva cont.	12	60%
Total	20	100%

Fuente : Autores.

Gráfico 3.

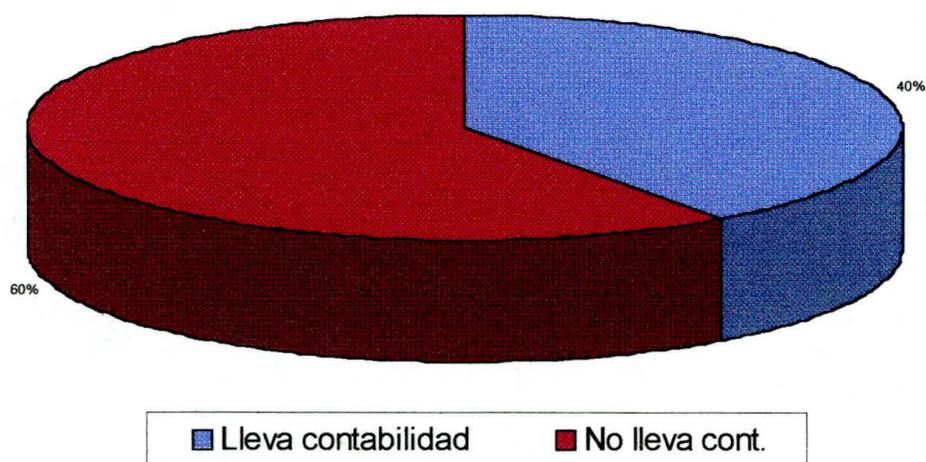
**Sistemas administrativos contables**

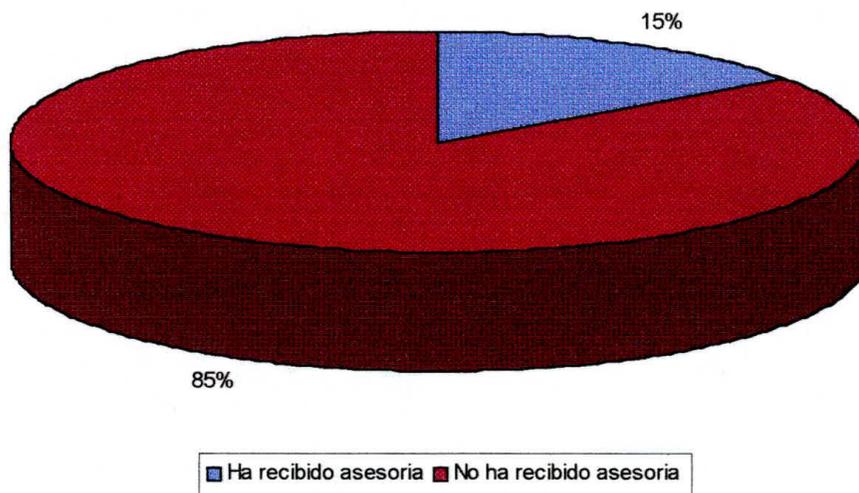
Tabla 4.

<b>Asesoría oficial para manejo del negocio</b>		
Variables	Valor absoluto	Valor porcentual
Ha recibido asesoría	3	15%
No ha recibido asesoría	17	85%
Total	20	100%

Fuente : Autores.

Gráfico 4.

Sistema administrativo de asesoría



### **2.13.1 FORMA DE FIJAR PRECIOS**

En las empresas que pertenecen al sector de la economía formal poseen sistemas financieros que determinan el precio de cualquier artículo. Los negocios de las ventas a plazos puerta a puerta de la economía informal no manejan una técnica que le arroje financieramente el precio exacto de los productos a expender. Pero muy a pesar de que conocen el precio del costo de la mercancía, establecen a su antojo el precio y el porcentaje de financiación que les proporciona el margen de utilidad. En el próximo capítulo se hará más claridad sobre este tema.

### **2.14 DESCRIPCION DE LA RELACION LABORAL**

En el negocio de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal, las relaciones obrero-patronales están enmarcadas por un clima de incumplimiento por parte de los patronos hacia los derechos legales que tienen todos los trabajadores. Por las circunstancias de desempleo y la actual situación económica que vive el país, muchas personas se han visto obligadas a aceptar cualquier forma de trabajo que les permita conseguir ingresos para poder subsistir. Otro factor que incide para que las personas de escasos recursos económicos acudan a esta forma de trabajo, es la ausencia de oportunidades que ofrece el estado.

Otro aspecto importante para mencionar en la relación laboral de los negocios de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal es la carencia de métodos y aplicaciones para que el desarrollo de la actividad que desempeñan los trabajadores sea lo más productiva y rentable tanto para los trabajadores como para los patronos. A continuación se describen las características de las relaciones laborales encontradas en el estudio.

#### **2.14.1 VINCULACION LABORAL**

La forma de vincular a los trabajadores de los negocios de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal se realiza de manera rápida y sin la exigencia de mayores requisitos para desempeñar el trabajo, para la vinculación del personal a estos negocios no se exige hojas de vida, referencias laborales, exámenes médicos, ni tampoco la experiencia en el trabajo. En la vinculación el aspecto más importante para los propietarios es la recomendación personal. Después de seleccionar a la persona que va a trabajar en el negocio de las ventas a plazo puerta a puerta no se le presta ningún tipo de inducción sobre las labores a desarrollar, simplemente basta con una breve charla de cómo son las actividades a realizar, no existe la obligación de firmar un convenio donde quede constancia de los ingresos a recibir, las condiciones laborales, los derechos y los deberes a que tiene el trabajador, el horario de trabajo y el periodo de permanencia en el trabajo.

Por la ausencia de mecanismos que le garanticen al empleador que la persona que va a vincular al negocio reúne las condiciones para cumplir con las funciones que se le van a encomendar, así mismo al potencial trabajador no se le garantiza que la función a desempeñar le va permitir colmar con las expectativas que tiene con respecto al trabajo.

#### **2.14.2 CONDICIONES LABORALES DE LOS TRABAJADORES.**

Los trabajadores que laboran en el negocio de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal, en las condiciones que desenvuelven la actividad no esta amparada por sistemas que le garanticen un buen desempeño del trabajo. Es decir no existe talleres capacitación dirigidos a aumentar sus conocimientos relacionados con técnicas y estrategias para elevar los niveles de venta. Como tampoco existen mecanismos diseñados para mejorar su crecimiento y desarrollo personal. En lo relacionado a la higiene, salud mental y ocupacional, son escasos los cuidados que se tienen para que el trabajador se sienta bien protegido y seguro en la labor que desempeña, porque los trabajadores maniobran por las calles con una carretilla llena de artículos en muchos casos arriesgando su vida.

En cuanto a la dotación que se necesita para que los trabajadores cumplan con su labor es inexistente por lo tanto no se le suministra uniforme y calzado

para que puedan ejecutar su faena cabalmente. Ante la ausencia de un contrato de trabajo que establezca las condiciones y el tiempo de duración del trabajo, la estabilidad laboral se ve afectada por las circunstancias en que se realiza el contrato laboral.

### **2.14.3 HORARIO DE TRABAJO**

La jornada laboral para cualquier trabajador es de 8 horas máximo, en caso de ser excedida incurre en horas extras y tiene que ser remunerada como lo señala el código sustantivo del trabajo, el horario de los trabajadores de los negocios de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal es de 9 horas, por lo tanto labora 1 hora mas y no es remunerada. Además excede el numero de horas semanales que debe laborar una persona según la ley, que no debe sobrepasar las 48 horas semanales de trabajo. La jornada de trabajo de los vendedores a plazo puerta a puerta de la economía informal se inicia a partir de las 8:00 a.m. cuando se dirigen al inmueble donde retira la carretilla con su respectiva mercancía inventariada, luego se dirigen hacia las calles a expender sus productos en jornada continua hasta las 5:00 p.m. de lunes a sábado, sin trabajar los domingos y festivos. Diariamente a partir de las 5:00 p.m. regresan al lugar donde funciona el negocio, que muchas veces es la casa del propietario, después se procede a

realizar la liquidación parcial de la venta diaria, así mismo se vuelve a *inventariar* la mercancía.

#### **2.14.4 REMUNERACION**

Los ingresos que perciben los trabajadores de los negocios de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal, no esta determinado por un salario mínimo como esta establecido en las leyes del código sustantivo de trabajo. El ingreso que recibe esta contemplado en un acuerdo que realizan las partes, entiéndase patronos trabajadores y este oscila en unos porcentajes que van del 8 al 10% del total de las ventas efectuadas en la semana transcurrida.

#### **2.14.5 PRESTACIONES SOCIALES**

Los trabajadores de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal no reciben ningún beneficio en cuanto a seguridad social por la relación laboral, no reciben el pago de cesantías que corresponde al 8,33% del salario devengado, ni los intereses de las mismas que corresponde al 1% mensual sobre el valor de las cesantías. No reciben primas que corresponden al 8.33% del salario devengado, no disfrutan de las vacaciones que deben ser 15 días de descanso por cada año de servicio o 4.17% del

salario. Con respecto a la afiliación a una Empresa Promotora de Salud no la hay, en la cual al patrono le corresponde aportar las  $2/3$  partes del valor de la afiliación y al trabajador le corresponde cancelar  $1/3$  del valor de la misma en cuanto a la salud. Para los casos de invalidez, vejez y muerte los propietarios de los negocios de las ventas a plazos no hacen los respectivos aportes que le corresponde cancelar en sus  $3/4$  partes del 13.5% del salario del trabajador y este debe aportar  $1/3$  de la parte del anterior porcentaje. Dado que si algún trabajador obtiene una de las tres condiciones, como invalidez, vejez o muerte pueda disfrutar de la pensión. En los negocios de las ventas a plazos los trabajadores no están afiliados una Administradora de Riesgos Profesionales que los proteja en caso de un accidente de trabajo por la actividad que realiza.

Los trabajadores de los negocios de las ventas a plazo de la economía informal no gozan de los beneficios que ofrece el estar afiliado a una caja de compensación familiar.

### **3. INCIDENCIA DE LAS VENTAS A PLAZO PUERTA A PUERTA DE LA ECONOMIA INFORMAL EN EL DESARROLLO DEL DISTRITO TURISTICO DE SANTA MARTA.**

La incidencia es un factor que esta sujeto a la aparición de hechos, sucesos o actividades que determinan en cualquier momento si benefician o perjudican el desenvolvimiento de algo que se tiene planeado. El desarrollo de un pueblo, una comunidad, una región y hasta de un país esta sujeto al cumplimiento de las metas programadas en un plan.

El desarrollo en parte se ve reflejado en el crecimiento y en la satisfacción de las necesidades de la sociedad, con la aparición de los negocios de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal en el Distrito, Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta el presente estudio muestra que beneficios ha recibido la ciudad con el surgimiento de estos negocios en los siguientes aspectos.

### **3.1 EN LOS PAGOS DE IMPUESTOS**

#### **3.1.1 Impuesto de Industria y Comercio**

Los negocios de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal, los aportes que realizan no son muy representativos para las arcas del distrito por que solamente un 20% de estos negocios cancela el impuesto de industria y comercio. Mientras que el restante 80% no efectúa este tipo de pagos, que para este tipo de negocios están obligados a cancelar una tarifa mensual de \$10 de cada mil que registren por ingresos en el mes, equivalente al 1% del valor total del ingreso mensual que generan. De acuerdo a los ingresos que perciben los trabajadores de estos negocios que son por el orden del 10% del total de la venta que realizan en el mes, traducidos a valor absoluto según lo manifestado por ellos es de aproximadamente \$250.000. en los actuales momentos. Si el total de trabajadores de los negocios de las ventas a plazos es de 66 estos reciben \$16.500.000. que corresponden a sus ingresos – 10% de las ventas totales- se presume que el ingreso total mensual por venta en promedio de todos los negocios es de \$165.000.000.

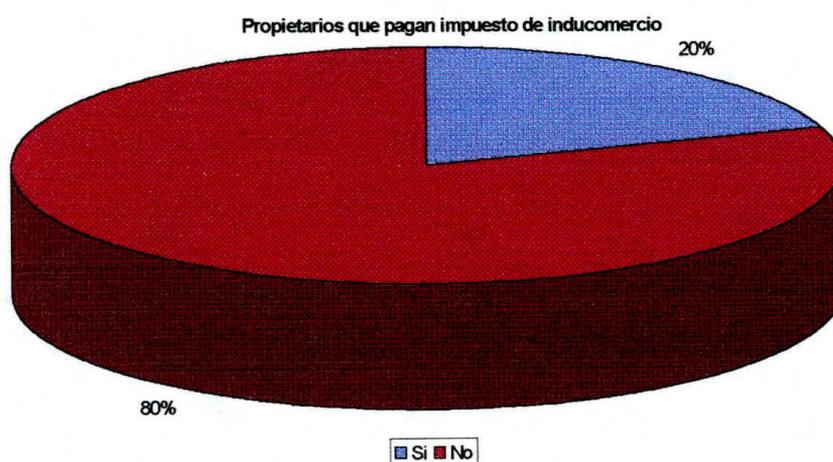


Si multiplicamos este valor por 12 que corresponden al número de meses que tiene un año nos arroja el valor de \$1.980.000.000. cifra que al aplicarle el 1% - cobro del impuesto de industria y comercio- nos resultaría la suma de \$19.800.000. si los señores propietarios de los negocios de las ventas a plazos puerta a puerta de la economía informal se decidieran a cumplir con los tributos del impuesto de industria y comercio de seguro se podrían adelantar unas series de obras que beneficiarían a la comunidad samaria. Ver tabla 5.

**Tabla 5.**

<b>Propietarios que Pagan Impuesto Inducomercio</b>		
<b>Variable</b>	<b>Valor absoluto</b>	<b>Valor porcentual</b>
<b>Si</b>	4	20%
<b>No</b>	16	80%
<b>Total</b>	20	100%

Fuente: Alcaldía Distrital.

**Gráfico 5.**

### 3.1.2 Cámara de Comercio.

Para el caso de la Cámara de Comercio solamente el 75% se encuentra matriculado, pero no tienen actualizada su matrícula mercantil, el restante 25% no se encuentra matriculado.

Ver tabla 6.

La matrícula Mercantil es el registro que deben obtener ante la Cámara de Comercio todas aquellas personas naturales o jurídicas que desarrollan en forma permanente actividades

mercantiles y por lo tanto deben obtener su matricula y la de sus establecimientos de comercio, esta matricula mercantil se debe renovar todos los años en el mes de marzo y se obtiene diligenciando un formulario y cancelando la suma de \$10.000. para las personas que declaren activos inferiores a \$100.000.000. En caso de superar la cifra anterior debe cancelar \$25.000.

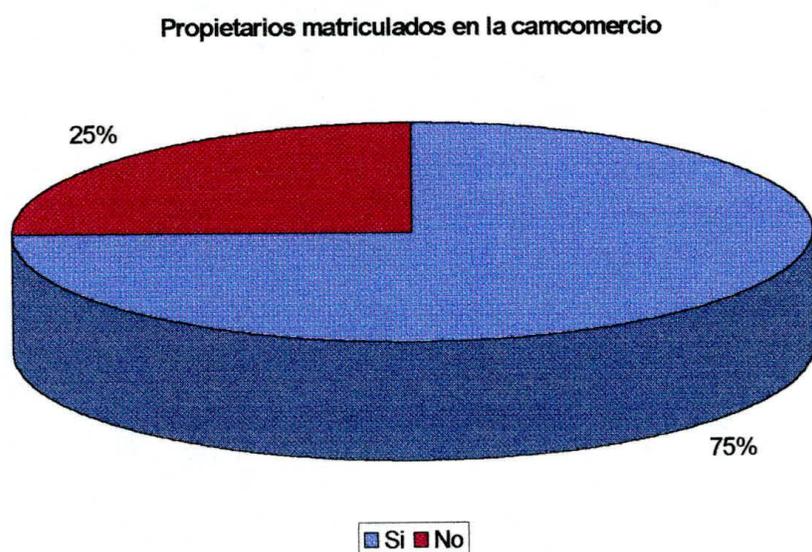
Ninguno de los propietarios de los negocios de las ventas a plazos puerta a puerta de la economía informal se encuentra afiliado en la Cámara de Comercio, porque para la afiliación es necesario declarar cuantos son los ingresos que percibe y estos negocios no saben con exactitud cuánto suman sus ingresos y por ende no los declaran.

La condición de afiliado es distinta a la de estar matriculado, por que el afiliado goza de otros beneficios como: la credencial nacional de afiliado, referencias comerciales, invitación a charlas y actividades de interés, asesoría jurídica en el registro mercantil y único de proponentes, descuentos en todos los programas de capacitación, elegir la junta directiva de la Cámara de Comercio entre otros.

TABLA 6.

Propietarios Matriculados en la Camcomercio		
Variable	Valor absoluto	Valor porcentual
Si	15	75%
No	5	25%
Total	20	100%

Gráfico 6.



### 3.1.3 Impuesto de renta y complementarios.

Todas las personas naturales y jurídicas que generen ingresos a través de una relación laboral, comercial, de producción o de explotación, deben declarar la forma como obtuvo esos ingresos y aportar una parte de ellos al tesoro nacional y tasa de cobro de este impuesto es del 35% de los ingresos que percibe la persona para el caso colombiano y se presenta mediante una declaración de renta que se realiza por intermedio de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN. Los propietarios de los negocios de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal no presentan este importante documento a pesar de que es muy necesario para que el país cuente con algunos recursos y los pueda invertir en obras para el desarrollo, también es indispensable para cualquier comerciante en caso de solicitar un crédito ante una Entidad Bancaria.

### 3.1.4 Impuestos Parafiscales.

Todas las empresas legalmente constituidas en Colombia a parte de cancelar el impuesto sobre las rentas deben hacer

otros aportes a entidades de que se preocupan por el bienestar y desarrollo de la comunidad tales como; Las Cajas de Compensación Familiar que deben recibir aportes del 4% del valor de la nomina de una empresa, El Instituto Colombiano de Bienestar Familiar I.C.B.F que debe recibir aportes del 3% del valor de la nomina de una empresa, el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA que debe recibir aportes del 2% del valor de la nomina de una empresa. Ninguno de los negocios de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal hace este tipo de aportes de tal manera que estos negocios no contribuyen al mejoramiento y la proyección de la comunidad por no hacer aportes a las empresas que se encargan de estas actividades.

### **3.2 EN LA GENERACION DE EMPLEOS**

En los 20 negocios identificados de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal existe una inversión de capital total de \$232.500.000. que generan 66 puestos de trabajo. El promedio de capital invertido por empresa es de \$11.625.000. Y generan 3.3 puestos de trabajo en promedio por empresa. Con relación a otros negocios dedicados a la misma actividad de ventas del comercio formal de una pequeña muestra poblacional

que se tomó, generan los mismos 3.3 puestos de trabajo del comercio informal con el mismo capital invertido proporcionalmente, pero a diferencia del comercio informal los trabajadores del comercio formal gozan de muchos beneficios con la relación laboral. Ver tabla 7.

**Tabla 7. EMPLEOS GENERADOS VS CAPITAL INVERTIDO.**

Negocio	# TRAB	Capital	\$/ trab.	% empleos	% capital
Almacen Nuevo Hogar	4	\$15.000.000	\$3.750.000	6,06	6,45
Decoraciones Star	6	\$30.000.000	\$5.000.000	9,09	12,90
Inversiones Caldas	2	\$4.000.000	\$2.000.000	3,03	1,72
Distribuidora de Lima	3	\$12.000.000	\$4.000.000	4,55	5,16
Inversiones Muriel	3	\$10.000.000	\$3.333.333	4,55	4,30
Créditos Yonares	3	\$12.000.000	\$4.000.000	4,55	5,16
Inversiones Chano	3	\$7.000.000	\$2.333.333	4,55	3,01
Créditos Elman	3	\$15.000.000	\$5.000.000	4,55	6,45
Inversiones Tricolor	3	\$10.000.000	\$3.333.333	4,55	4,30
Créditos Yampier	2	\$500.000	\$250.000	3,03	0,22
Créditos Brayar	1	\$10.000.000	\$10.000.000	1,52	4,30
Créditos J.A	3	\$6.000.000	\$2.000.000	4,55	2,58
Créditos Liney	3	\$5.000.000	\$1.666.667	4,55	2,15
Inversiones Aristizabal	5	\$20.000.000	\$4.000.000	7,58	8,60
Inversiones Jaibo	3	\$10.000.000	\$3.333.333	4,55	4,30
Variedades el Litoral	5	\$18.000.000	\$3.600.000	7,58	7,74
Surtimuebles de la Csta.	4	\$20.000.000	\$5.000.000	6,06	8,60
Créditos el Triunfo	3	\$2.000.000	\$666.667	4,55	0,86
Inversiones H.R	5	\$18.000.000	\$3.600.000	7,58	7,74
Créditos León	3	\$8.000.000	\$2.666.667	4,55	3,44
<b>TOTALES</b>	<b>66</b>	<b>\$232.500.000</b>			

Fuente: Autores.

### 3.3 EN EL PODER ADQUISITIVO DE LOS CLIENTES

Con la adquisición de artículos a los vendedores a plazo puerta a puerta de la economía informal el poder adquisitivo de los clientes se ve afectado financieramente, aunque los clientes no lo consideren así por el decir de una cultura generalizada de que "Lo Fiado es Regalado" las ciencias administrativas demuestran todo lo contrario para el caso de los productos que expenden los vendedores a plazo puerta a puerta de la economía informal.

De diez artículos seleccionados que son los mas vendidos por esta forma de comercio la tasa de financiación mas baja para un articulo esta por el 32.77% y la mas alta esta por el 140.05% demostrando que son tasas altamente exageradas con relación a las exigidas en el comercio formal, afectando así de esta manera considerablemente el bolsillo de los consumidores que hacen uso de este servicio. Ver tabla 8.

Otro aspecto que afecta el poder adquisitivo de los clientes es la manera como cancelan estos artículos, con el pago del valor de

la cuota inicial y el pago de la primera cuota mensual cancelan hasta en un 50% el valor del costo de la mercancía y esto le sirve de parámetro a los propietarios para fijar los precios. Ver tabla 8.

**Tabla 8. COSTO DE FINANCIACION DE LOS ARTICULOS.**

<b>Articulo</b>	<b>puerta a puerta</b>	<b>Com. Formal</b>	<b>Diferencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Ollas a presión Imusa 6Lts	\$95.000	\$71.550	\$23.450	32,77
Almohada Cannon	\$19.000	\$12.490	\$6.510	52,12
Abanico Samurai	\$120.000	\$49.990	\$70.010	140,05
Vajilla Corona 4 Ptos	\$75.000	\$55.990	\$19.010	33,95
Ponchera Imusa	\$25.000	\$13.100	\$11.900	90,84
Tendido para cama Cannon	\$120.000	\$53.000	\$67.000	126,42
Manteles Ovalados	\$42.800	\$22.000	\$20.800	94,55
Colchon Doble Semiortope	\$360.000	\$154.800	\$205.200	132,56
Casitas en bambu	\$90.000	\$60.000	\$30.000	50,00
Colchon sencillo	\$270.000	\$120.600	\$149.400	123,88

Fuente: Autores.

**Tabla 9. VALOR DE LOS ARTICULOS EN EL COMERCIO INFORMAL.**

<b>Articulo</b>	<b>Precio venta</b>	<b>Costo</b>	<b>Cuota inicial</b>	<b>valor cuota/mes</b>	<b>Com. Formal</b>
Ollas a presión Imusa 6Lts	\$95.000	\$55.038	\$10.000	\$10.000	\$71.550
Almohada Cannon	\$19.000	\$9.608	\$5.000	\$8.000	\$12.490
Abanico Samurai	\$120.000	\$38.454	\$15.000	\$10.000	\$49.990
Vajilla Corona 4 Ptos	\$75.000	\$43.069	\$10.000	\$10.000	\$55.990
Ponchera Imusa	\$25.000	\$10.077	\$5.000	\$8.000	\$13.100
Tendido para cama Cannon	\$120.000	\$40.769	\$15.000	\$10.000	\$53.000
Manteles Ovalados	\$42.800	\$16.923	\$10.000	\$8.000	\$22.000
Colchon Doble Semiortope	\$360.000	\$119.077	\$60.000	\$30.000	\$154.800
Casitas en bambu	\$90.000	\$46.154	\$10.000	\$10.000	\$60.000
Colchon sencillo	\$270.000	\$92.769	\$60.000	\$30.000	\$120.600

Fuente: Autores.

### 3.4 INVERSION SOCIAL

Las empresas aparte de ser unidades económicas cumplen con una función social que se puede observar en diferentes aspectos

del entorno donde se desenvuelve, una de estas formas es a través de las labores que realizan en procura del mejoramiento del nivel de vida de la comunidad cuando participan con el patrocinio de espectáculos musicales, eventos deportivos, recreativos, sociales, culturales, ecológicos, entre otros.

En los negocios de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal no realiza ningún tipo de acción social, a pesar que es una actividad que va en crecimiento y que en próximos años puede manejar grandes capitales deben contribuir para el desarrollo de la comunidad.

### **3.5 SATISFACCION EN LAS NECESIDADES DEL CLIENTE**

Las personas que hacen uso del servicio de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal consideran de mucha utilidad esta forma de comercio, por que les ha permitido hacerse de manera rápida y fácil a distintos productos que le satisfacen sus necesidades. Pero por su desconocimiento en cuanto a otras alternativas comerciales que ofrece el mercado acuden a esta modalidad de pagos, que afecta su poder

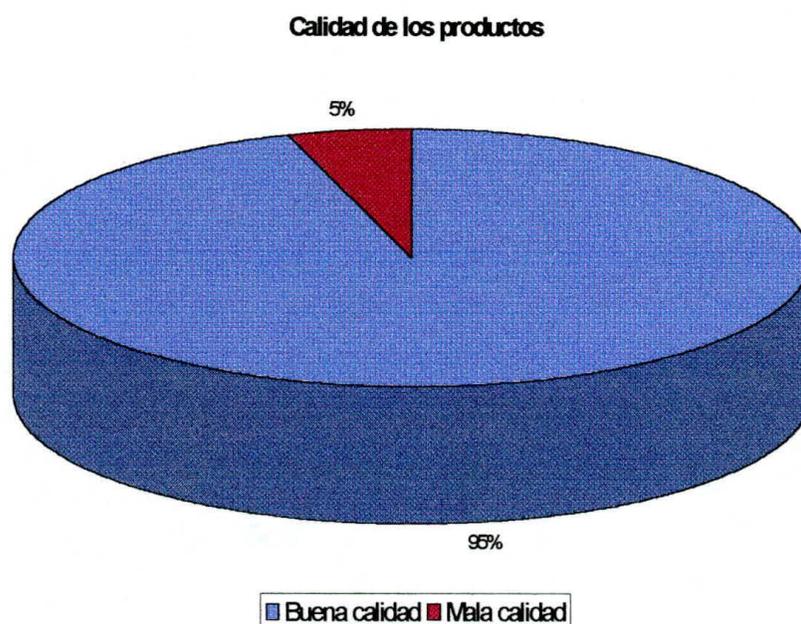
adquisitivo por los altos porcentajes de financiación que tiene que cancelar para hacerse a la mercancía.

Con respecto a la calidad de los productos que compran las personas a los vendedores puerta a puerta de la economía informal manifestaron que el 5% son de regular calidad y el restante 95% son de buena calidad. Ver tabla 10.

**Tabla 10.**

<b>Calidad de los productos</b>		
<b>Variable</b>	<b>Valor absoluto</b>	<b>Valor porcentual</b>
<b>Buena calidad</b>	57	95%
<b>Mala calidad</b>	3	5%
<b>Total</b>	60	100%

Fuente: Autores.

**Gráfico 7.**

### **3.6 MEJORAMIENTO EN EL NIVEL DE VIDA DE LOS TRABAJADORES**

El mejoramiento del nivel de vida de los seres humanos se ve reflejado en la satisfacción de las necesidades de acuerdo a las posibilidades para lograrlo. Todos las personas necesitan satisfacer necesidades básicas fisiológicas, llamadas también

necesidades primarias, según el cuadro de necesidades de **Abraham Maslow** dentro de las cuales están; dormir, comer, trabajar, respirar, etc. Luego jerárquicamente prosigue otras necesidades como las de seguridad, necesidades sociales, necesidades de estimación, necesidades de realización, necesidad de conocimiento y comprensión y por ultimo necesidad de belleza y estéticas. Las personas que trabajan para los negocios de las ventas a plazo puerta de la economía informal en cuanto al mejoramiento del nivel de vida son poco lo que han logrado, a pesar de que este trabajo les ha permitido satisfacer algunas necesidades como las de comer bien, dormir un poco mas tranquilo y el trabajar entre otras, que de no estar laborando no las pudiera satisfacer normalmente, pero el trabajar en este tipo de trabajo no le permite a satisfacer otras necesidades con respecto al orden de jerarquías de esta, por que con los bajos ingresos que recibe y las condiciones en que labora le es muy difícil avanzar escalando en el cuadro de necesidades.

#### 4. RESULTADOS

Con la realización del estudio sobre la caracterización de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal y su incidencia en el desarrollo del Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta permitió que se conociera los siguientes resultados:

- ☛ En los actuales momentos en la ciudad de Santa Marta se identificaron 20 negocios dedicados a las ventas de artículos a plazo puerta a puerta de la economía informal y tienen invertido un capital total de \$232.500.000. y con un total de 66 trabajadores dedicados a expender los artículos de estos negocios.
  
- ☛ Los artículos que expenden los negocios de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal algunos no se venden durante, todo el año hay unos que aumentan su demanda en determinadas épocas del año, estos negocios por no tener

grandes volúmenes de mercancías tienen la facilidad de responder rápidamente a la estacionalidad presentada en la demanda.

- ☞ Los negocios de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal frecuentan los estratos tres y cuatro, pero hacen mayor su presencia en los sectores de escasos recursos de la ciudad como los estratos uno y dos porque estos no cuentan con los ingresos suficientes que les permita reunir el capital para comprarlos al contado en los distintos establecimientos comerciales de la economía formal.
- ☞ Los propietarios de los negocios de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal de la ciudad de Santa Marta son en un 80% distribuidores que adquieren las mercancías en distintas ciudades del país y en el comercio local, mientras el restante 20% son fabricantes distribuidores que producen y distribuyen todo lo relacionado con la línea tubular.
- ☞ En el negocio de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal las ventas en su totalidad se realizan a crédito y los requisitos que exigen para otorgar los créditos

se halla distribuidos así; el 10% exige una mínima cuota inicial, el 20% exige uno o dos fiadores, el 10% exige la firma de una letra, el 35% no exige nada, el 20% exige una cuota inicial y fiadores y el 5% exige una cuota inicial y la firma de una letra. El plazo que conceden para la cancelación total de un artículo va desde los 6 meses hasta los 24 meses.

- ☞ La venta y la entrega de la mercancía de los negocios a plazo puerta a puerta de la economía se inicia primero con la visita al cliente por parte del vendedor instaurando una breve charla con el cliente donde se les enseñan los artículos que venden a través de un catálogo o en su defecto con una muestra del mismo, después de llegar a un acuerdo sobre el valor de la mercancía, el valor de las cuotas y el número de las mismas se procede a entregar la mercancía.
  
- ☞ Los negocios de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal no manejan sistemas administrativos, el 40% de estos negocios lleva un sistema contable y el restante 60% no lleva ningún sistema de contabilidad.

- ☛ Los negocios de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal no manejan una técnica que le arroje financieramente el precio exacto de los productos a expender.
  
- ☛ La vinculación de los trabajadores a los negocios de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal se realiza de manera rápida y sin la exigencia de mayores requisitos. Estos trabajadores desempeñan su actividad sin el amparo de normas que garanticen el normal funcionamiento de la actividad. El horario de trabajo de estos trabajadores sobrepasa los límites exigidos en la normativa laboral colombiana, así como tampoco reciben un salario mínimo legal, no reciben prestaciones sociales y mucho menos gozan de otros beneficios que ofrecen las empresas del comercio formal.
  
- ☛ Los negocios de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal inciden directa e indirectamente sobre el desarrollo de la ciudad de Santa Marta, por que al no hacer los respectivos pagos de impuestos, la ciudad deja de percibir unos ingresos que pueden ser utilizados para desarrollar algunas obras que vayan en beneficio de la comunidad. Estos

negocios no contribuyen en gran escala a la generación de empleos en la ciudad, tampoco proporcionan un mejoramiento al nivel de vida de los trabajadores ni coayudan a su crecimiento y desarrollo. En lo relacionado con la satisfacción de las necesidades de los clientes que hacen uso del servicio de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal estos han proporcionado un cierto grado de satisfacción con los productos que expenden, pero afectan a los usuarios en el poder adquisitivo con las altas tasas de financiación que otorgan para cancelar un crédito.

## 5. RECOMENDACIONES

- ☺ La Administración Distrital debe diseñar con prontitud herramientas para reglamentar la actividad comercial de los ya existentes negocios de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal, para que de esta manera poder ejercer así un estricto control sobre la forma como funcionan en el mercado estos negocios.
  
- ☺ El gobierno local debe elaborar los mecanismos que permitan frenar la aparición de nuevos negocios de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal, por que el comercio formal y los usuarios son los primeros seriamente afectados si esta modalidad de comercio sigue creciendo.
  
- ☺ El comercio formal debe acercarse mas comercialmente a las comunidades menos favorecidas, llevando a esos lugares promociones, ofertas, descuentos y rebajas para que estas puedan adquirir los artículos que satisfacen sus necesidades,

sin la necesidad de acudir a los negocios de las ventas a plazos puerta a puerta de la economía informal que cobran altas tasas de financiación para hacerse a los productos.

- ☺ Los propietarios de los negocios de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal deben acudir a los profesionales de las áreas administrativas, contables y financieras para que les enseñen estrategias y herramientas de como puedan organizar mejor su negocio de tal forma que los hagan competitivos frente al comercio formal.
- ☺ La alcaldía Distrital por intermedio de la secretaria de hacienda y crédito público debe afianzar sus esfuerzos con el propósito de que los negocios de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal hagan en su totalidad efectivos los pagos del impuesto de industria y comercio.
- ☺ El gobierno nacional por intermedio de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales debe liderar campañas para crear conciencia a los pequeños comerciantes sobre la importancia de declarar los ingresos y el pago de impuestos y

al mismo tiempo garantizarle que estos serán revertido en obras para la comunidad.

☺ Los gremios del sector comercial deben construir bases sólidas y fuertes de una asociación de pequeños, medianos y grandes comerciantes sobre los cuales se realicen serios estudios y lanzar un pronunciamiento sobre la problemática del comercio en la ciudad de Santa Marta.

☺ A la comunidad en general hay que recordarle la urgencia de crear conciencia sobre la cultura de ahorro por que a través de esta pueden se puede reunir el suficiente capital que les permita satisfacer sus necesidades sin la forma de pagar altos costos de financiación.

## BIBLIOGRAFIA

CERTO, Samuel. Administración Moderna. Interamericana. 1986. 628 p.

CODIGO SUSTANTIVO DEL TRABAJO. Normas y Leyes Colombianas.

DRUKER, Peter. Tecnología Administrativa y Sociedades. México. Roble. 1972. 155 p.

GUDIÑO, Coral. Contabilidad 2000. Bogotá. Mc Graw Hill. 1993. 312 p.

HENAO, Marta. Empleo y Dinámica Regional. 1974, 1982.

HAMPTON, David. Administración. 3ª ed. México. Mc Graw Hill, 1989. 791 p.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TECNICAS. Normas Colombianas para Presentación de Memorias de Grado. ICONTEC. 1998. 38 p.

INSTITUTO GEOGRAFICO AGUSTIN CODAZZI. IGAG. Diccionario Geográfico de Colombia.

KUGLER B. Estudios, Programas y Políticas del Sector Informal Urbano en Colombia. Revista Planeación y Desarrollo. Vol. XIV No. 3. Septiembre, 1982.

LEY 100. Régimen de Seguridad Social.

MENDOZA, José María. Las Funciones Administrativas. Barranquilla. Uninorte. 1987. 207 p.

MENDEZ, Carlos. Metodología, guía práctica para elaborar, diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas. 2 ed. Santafé de Bogotá. Mc Graw Hill. 1995. 170 p.

PHILLIP, Kottler. Fundamentos de Mercadeo. México. Mc Graw Hill.

QONTZ, Harold. Administración Moderna. Bogotá. Mc Graw 1989. 570 p.

REYES Ponce, Agustín. Administración Moderna. México. Limusa. 1994. 584 p.

ROBLES Porto, Ernesto. Tipología de los Pequeños Vendedores Estacionarios de la Plaza del mercado de Santa Marta. Mimeo 1984.

RODRIGUEZ, Gustavo. JIMENEZ, Omaira. Caracterización del Sector Informal en Santa Marta. 1985.

TERRY, George. Principios de Administración. México. Mc Graw Hill. 1971. 856 p.

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA. Reglamento de Memorias de Grado. Acuerdo 003. Santa Marta. Unimag.

VASQUEZ, Edgar. El Sector Informal Limitaciones y Posibilidades.

WANKEL, Charles y F. STONER. James A. Administración. México. Prentice-Hall. Hispanoamericana. S.A. 1989. 826 p.

# **ANEXOS**

## ANEXO A

### CARACTERIZACION DE LAS VENTAS A PLAZO PUERTA A PUERTA DE LA ECONOMIA INFORMAL Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DEL DISTRITO.

#### FORMULARIO PARA PROPIETARIOS

La presente encuesta tiene por objeto conocer sus opiniones sobre la forma como se han desarrollado las ventas a plazos puerta a puerta en la ciudad. Esperamos que responda con sinceridad y desacuerdo a la realidad de su negocio.

La Universidad del Magdalena le agradece su colaboración.

1. Nombre del negocio \_\_\_\_\_
2. Dirección \_\_\_\_\_
3. Tiempo que lleva dedicado a este negocio \_\_\_\_\_ Años.
4. Cuanto capital tiene invertido en su negocio \$\_\_\_\_\_.
5. Su negocio esta registrado ante la cámara de comercio? Si\_\_ No\_\_
6. Lleva usted algún sistema de contabilidad? Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_.
7. Ha recibido una asesoría para el desarrollo de su negocio. Si \_\_ No \_
8. Como calcula las ganancias obtenidas \_\_\_\_\_

9. Mencione el número de empleados con que cuenta \_\_\_\_\_

10. Que tipo de productos expende \_\_\_\_\_

11. Qué requisitos exige para otorgar el crédito \_\_\_\_\_

12. Que plazo concede para el recaudo de los créditos. Días \_\_\_\_\_

Semanas \_\_\_\_\_ Meses \_\_\_\_\_.

## ANEXO B

### CARACTERIZACION DE LAS VENTAS A PLAZO PUERTA A PUERTA DE LA ECONOMIA INFORMAL Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DEL DISTRITO.

#### FORMULARIO PARA CLIENTES.

La presente encuesta tiene por objeto conocer sus opiniones de las ventas a plazo puerta a puerta de la economía informal. Esperamos nos respondan con sinceridad. La universidad del Magdalena le agradece su colaboración.

1. Qué tiempo tiene de estar comprando a los vendedores puerta a puerta a plazo \_\_\_ años.

2. Que tipos de artículos adquiere por esta modalidad.

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3. Con qué frecuencia los adquiere \_\_\_\_\_ meses.

4. Que razón tiene para adquirir los artículos de esta modalidad

\_\_\_\_\_.

5. Los productos que adquiere por esta modalidad son de:

a. Buena calidad \_\_\_\_ b. Regular calidad \_\_\_\_ c. Mala calidad \_\_\_\_.

6. Los precios de estos productos son:

a. Elevados \_\_\_\_ b. Adecuados \_\_\_\_ c. Económicos \_\_\_\_.

## ANEXO C

### CARACTERIZACION DE LAS VENTAS A PLAZO PUERTA A PUERTA DE LA ECONOMIA INFORMAL Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DEL DISTRITO.

#### FORMULARIO PARA TRABAJADORES.

La presente encuesta tiene por objeto conocer sus opiniones sobre las ventas a plazo. Esperamos que respondan con sinceridad y de acuerdo a la realidad de su empresa.

La Universidad del Magdalena le agradece su colaboración.

1. Qué tiempo tiene de estar trabajando para esta empresa \_\_\_\_ años.
2. Se encuentra afiliado al seguro social Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_ o alguna IPS \_\_\_\_.
3. Qué salario devenga \$ \_\_\_\_\_.
4. Recibe primas. a. Semestrales \_\_\_\_ b. Anuales \_\_\_\_ .
5. Considera que este trabajo le ha permitido mejorar su situación económica. Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_
6. Porqué?

---

---

---

---

## ANEXO D

VENDEDOR DE COLCHONES Y ESCAPARATES



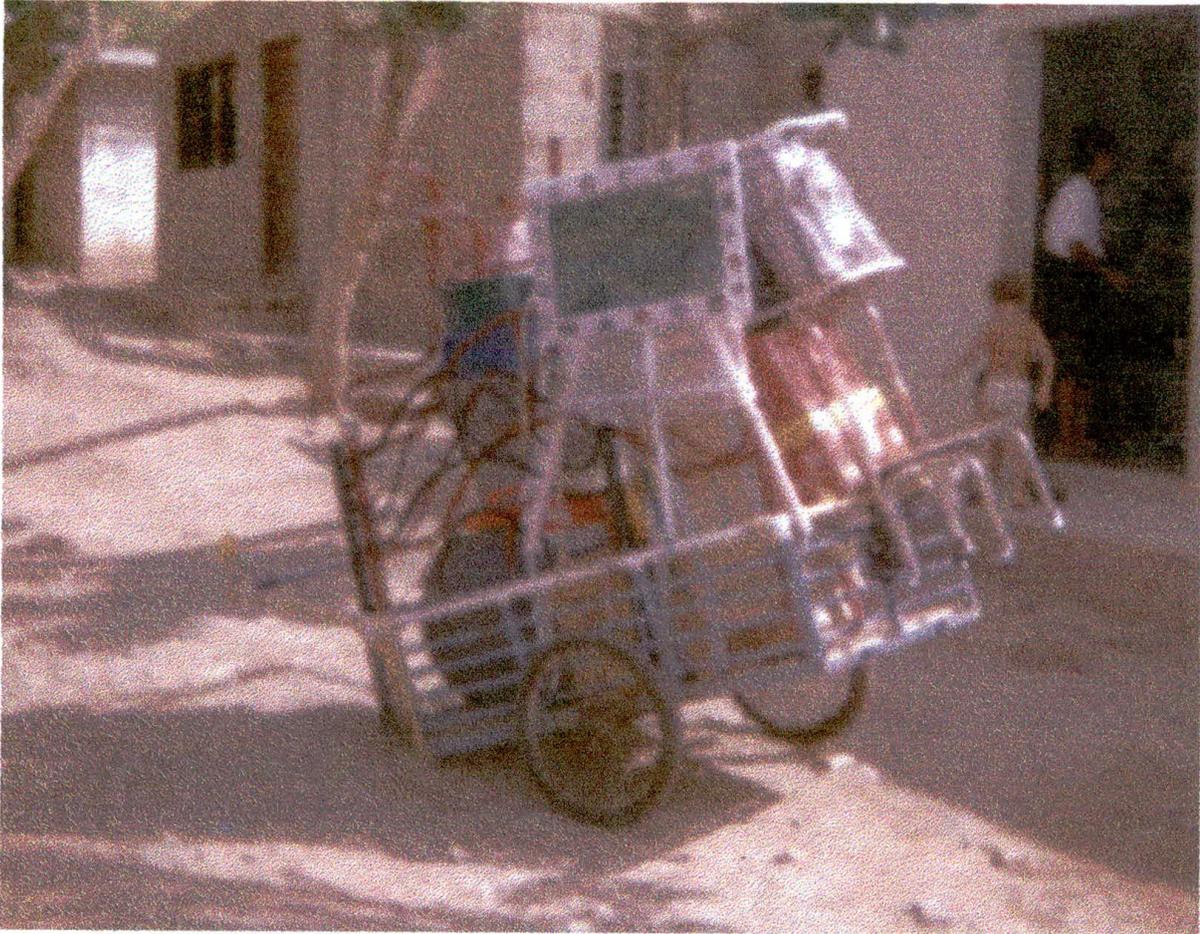
## ANEXO E

VENDEDOR DE TANQUES PARA ROPA, PEINADORES, BIBLIOTECAS, MESITAS, ETC.



## ANEXO F

VENDEDOR DE MESAS DE PLANCHA, OLLAS, CANASTOS, TENDIDOS,  
SILLAS, MESITAS PARA TELEFONOS, ETC.



## ANEXO G

VENDEDOR DE ESCAPARATES EN CINTA.



## ANEXO H

VENDEDOR DE MECEDORAS EN CINTA.

