

**COMPORTAMIENTO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE SAN JUAN DE
PASTO FRENTE AL FENÓMENO DE LA DEVALUACIÓN DEL PESO EN
RELACIÓN AL DÓLAR PARA EL PERÍODO 2014-2015 EN LAS RELACIONES
COMERCIALES COLOMBO ECUATORIANAS.**

**XIMENA STEPHANIE BENAVIDES SALAZAR
LORENA CONCEPCIÓN GONZALEZ CORTES**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE ECONOMÍA
SAN JUAN DE PASTO
2018**

**COMPORTAMIENTO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE SAN JUAN DE
PASTO FRENTE AL FENÓMENO DE LA DEVALUACIÓN DEL PESO EN
RELACIÓN AL DÓLAR PARA EL PERÍODO 2014-2015 EN LAS RELACIONES
COMERCIALES COLOMBO ECUATORIANAS.**

**XIMENA STEPHANIE BENAVIDES SALAZAR
LORENA CONCEPCIÓN GONZALEZ CORTES**

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título profesional
en Economía.**

**Asesor:
IGNACIO GARCES**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE ECONOMÍA
SAN JUAN DE PASTO
2018**

NOTA DE RESPONSABILIDAD

Las ideas y conclusiones aportadas en este Trabajo de Grado son Responsabilidad de los autores.

Artículo 1 del Acuerdo No. 324 de octubre 11 de 1966, emanado por el Honorable Concejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de aceptación

Presidente

Jurado

Jurado

San Juan de Pasto, noviembre de 2018

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quiero agradecer infinitamente a Dios, por haberme dado fuerza y valor para culminar esta etapa de mi vida.

Agradezco también la confianza, el apoyo y el amor brindado por mis padres, que siempre han estado ahí cuando los he necesitado, en los buenos y en los malos momentos, ya que me han ayudado a crecer como persona y a luchar por lo que quiero, lo que me ha llevado a alcanzar una gran meta.

Quiero expresar mi sincero agradecimiento al profesor Ignacio Garcés por haber confiado en mí y haberme apoyado en la elaboración y desarrollo de este trabajo de grado. A veces, en los proyectos interfieren factores que dilatan en el tiempo y sin su apoyo incondicional y consejos este trabajo no habría podido hacerse realidad.

A Kenny Cortés, por su apoyo incondicional durante el desarrollo de este trabajo, por compartir momentos de alegrías, tristezas y demostrarme que siempre podré contar con él.

Finalmente agradecer a todas las personas que directa o indirectamente me apoyaron a realizar este proyecto.

Ximena Benavides Salazar

AGRADECIMIENTOS

Agradezco infinitamente a Dios, sin su grandeza este logro no sería posible, además porque me permitió tener a unos padres grandiosos, Javier González y María Cortes, a quienes les agradezco enormemente, su crianza y formación. En mi llevo impresas cada una de sus enseñanzas y valores, los cuales contribuyeron a mi formación personal y hoy me permite consolidar este logro, les agradezco por su amor, constancia y esfuerzo.

Agradezco a mis hermanas y hermanos, cada uno con sus palabras, consejos, amor y oraciones, me dieron fuerza para culminar esta etapa, de cada uno he obtenido enseñanzas, gracias por luchar a mi lado, por llorar y reír juntos, unidos hemos afrontado dificultades y aun así seguimos juntos.

Agradecimientos especiales a mi hermana Katerin, quien se convirtió en mi amiga y confidente de aventuras, estudios, risas y lágrimas, gracias por creer en mí, por tu apoyo constante e incondicional.

Agradezco a Dios porque en el transcurso por la universidad conocí una gran mujer, mi amiga Ximena Benavides, que deposito su confianza, esfuerzo y diligencia para la realización de esta investigación, gracias por tu constancia y empuje, para lograr los resultados obtenidos.

Agradezco, al profesor Ignacio quien nos impulsó y acompañó a culminar esta investigación, se convirtió en nuestra guía, gracias por la confianza depositada, por creer que la investigación era posible y llevarla hasta su fin.

Finalmente, mil gracias a todos los que de una u otra manera hicieron posible y contribuyeron a esta investigación, gracias por su tiempo, consejos y experiencias compartidas.

Lorena González C.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi padre por su apoyo y amor incondicional, gracias a él por enseñarme a ser una persona perseverante y a nunca rendirme. A mi madre por estar a mi lado durante todo este proceso dándome siempre su apoyo y consejos. A mi amiga Lorena González ya que sin su esfuerzo y dedicación este trabajo no sería posible, a mis profesores y amigos que fueron la base fundamental para la culminación de mis estudios profesionales.

Ximena Benavides Salazar

DEDICATORIA

Este trabajo de grado, va dedicado a Dios que me dio la fuerza para continuar y culminar finalmente este proyecto. A mis padres quienes, con sus palabras, me motivaban a diario para culminar mis estudios profesionales, por su amor, constancia y apoyo.

A mis hermanos y hermanas, quienes siempre estuvieron pendientes de mí, de mis estudios y me ayudan a diario en mi formación personal y profesional. A mis sobrinos y sobrinas, quiero demostrarles que, a pesar de las adversidades y dificultades, es posible cumplir las metas y sueños propuestos.

A mi “amiguis” Adriana González, siempre aprendo algo nuevo a tu lado, me llenas de amor y sonrisas, has sido mi luz en los momentos difíciles, te quiero mucho mi princesa.

Lorena González C.

RESUMEN

El desarrollo de esta investigación tuvo como fin dar a conocer el comportamiento de la actividad comercial en la ciudad de San Juan de Pasto, mediante la realización de 149 encuestas realizadas a los comerciantes de la comuna uno de la ciudad. En el primer capítulo se analiza la estructuración de las empresas del sector, determinando su composición, los pros y contras existentes para los trabajadores así como unas conclusiones sobre el desarrollo de este, el segundo y el tercer capítulo están dedicados al volumen de compras y ventas para los periodos 2014-2015, respectivamente, para estos periodos se presentó una variación importante en la tasa de cambio del peso frente al dólar, ya que para un año se aumentaron las compras de productos importados y para el siguiente se presentó un incremento en el nivel de ventas de la mayoría de establecimientos encuestados, esto debido a que el municipio experimentó la llegada masiva de extranjeros a realizar compras, por lo que era más rentable hacerlas en esta ciudad que en su propio país. Finalmente en el capítulo cuarto se realiza una serie de propuestas las cuales pueden servir de base para dinamizar el comercio entre Colombia y Ecuador de tal manera que el municipio Pasto sea el más beneficiado a ser cercano a la frontera.

ABSTRACT

The purpose of this research was to publicize the behavior of the commercial activity in the city of San Juan de Pasto, by carrying out 149 surveys made to the merchants of the commune, one of the city. In the first chapter the structuring of companies in the sector is analyzed, determining their composition, the pros and cons for the workers as well as some conclusions about the development of this, the second and the third chapter are dedicated to the volume of purchases and sales for the periods 2014-2015, respectively, for these periods there was a significant variation in the exchange rate of the peso against the dollar, since for one year purchases of imported products were increased and for the following year there was an increase in the level of sales of the majority of surveyed establishments, this because the municipality experienced the massive arrival of foreigners to make purchases, so it was more profitable to do them in this city than in their own country. Finally, in the fourth chapter, a series of proposals is made, which can serve as a basis for boosting trade between Colombia and Ecuador in such a way that the municipality of Pasto is the most benefited to be close to the border.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	19
1. MARCO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN	20
1.1 TEMA	20
1.2 TÍTULO	20
1.3 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	20
1.3.1 Antecedentes	20
1.3.2 Situación Actual	27
1.3.3 Formulación del problema:.....	33
1.4 JUSTIFICACIÓN	33
1.5 OBJETIVOS.....	34
1.5.1 General	34
1.5.2 Específicos.....	35
1.6 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	35
1.6.1 Universo de Estudio:	35
1.6.2 Espacio Geográfico.....	35
1.6.3 Tiempos a Investigar y a emplear	35
2. MARCO DE REFERENCIA.....	36
2.1 MARCO TEÓRICO	36
2.2 MARCO CONTEXTUAL	39
2.3 MARCO LEGAL	40

2.4 MARCO CONCEPTUAL	42
3. METODOLOGÍA	44
3.1 TIPO DE ESTUDIO.....	44
3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA	44
3.3 DISEÑO DE PROCEDIMIENTOS Y METODOS	45
4. DEMOSTRACIÓN DE OBJETIVOS.....	47
4.1 ESTRUCTURACIÓN DE LAS EMPRESAS DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE SAN JUAN DE PASTO FRENTE AL FENÓMENO DE LA DEVALUACIÓN DEL PESO EN RELACIÓN AL DÓLAR PARA EL PERÍODO 2014-2015 EN LAS RELACIONES COLOMBO ECUATORIANA.....	47
4.1.1 Clasificación locales comerciales.....	47
4.1.2 Tipo de distribución	48
4.1.3 Número de empleados del área administrativa 2014 – 2015	49
4.1.4 Número de empleados del área de ventas años 2014 – 2015.....	51
4.1.5 Tipo de empleo	52
4.1.6 Genero del personal contratado.....	53
4.1.7 Edad del personal contratado para los años 2014 y 2015.	54
4.1.8 Nivel educativo del personal años 2014 – 2015.....	55
4.1.9 Salario devengado del personal contratado.....	56
4.2 ANÁLISIS DE LAS COMPRAS DE LAS EMPRESAS DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE SAN JUAN DE PASTO FRENTE AL FENÓMENO DE LA DEVALUACIÓN DEL PESO EN RELACIÓN CON EL DÓLAR PARA EL PERÍODO 2014-2015 EN LAS RELACIONES COMERCIALES COLOMBO ECUATORIANAS.	57
4.2.1 Agrupación de empresas de acuerdo con los productos a comercializar.	58

4.2.2 Procedencia de la mercancía.....	61
4.2.3 Comparativo del volumen de compra entre 2014 y 2015.....	63
4.2.4 Efectos de la variación de la tasa de cambio en las compras para los periodos de 2014 2015	66
4.2.5 Periodo de compra de los establecimientos comerciales	69
4.2.5.1 Efecto de la Tasa de Cambio en la decisión de compra	70
4.2.6 Tasa de cambio en compras vs tipo de moneda usada	72
4.2.7 Tipo de compra y plazo del creditos.	73
4.3 ANALIZAR EL VOLUMEN DE VENTAS DE LAS EMPRESAS DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE SAN JUAN DE PASTO FRENTE AL FENÓMENO DE LA DEVALUACIÓN DEL PESO EN RELACIÓN AL DÓLAR PARA EL PERÍODO 2014-2015 EN LAS RELACIONES COMERCIALES COLOMBO ECUATORIANAS.....	76
4.3.1 Estructura de venta.....	77
4.3.2 Comparativo del Volumen de Venta para los años 2014 y 2015.	78
4.3.3 Comportamiento de ventas en los periodos de estudio	80
4.3.4 Identificación Del Cliente.....	85
4.3.5 Fuente de Información para el Cambio de Dólares en los Establecimientos	88
4.3.6 Comportamiento del precio del dólar por trimestres.	89
4.3.7 Forma de pago de los clientes.	92
4.3.8 Comparativo 2014 y 2015 del efectivo recibido en dólares.....	93
4.3.9 Efectos de la variación de la tasa de cambio en los establecimientos	95
4.3.10 Cambios en la Estructura de la empresa por las variaciones de la tasa de cambio:	96
4.3.11 Año con mayor dinamismo económico:	97

4.4 PLANTEAR RECOMENDACIONES PARA PROMOVER, FORTALECER Y CONTINUAR CON LAS RELACIONES COMERCIALES COLOMBO ECUATORIANAS DE SAN JUAN DE PASTO, 2015	99
5. CONCLUSIONES	102
6. RECOMENDACIONES.....	103
BIBLIOGRAFIA.....	105
NETGRAFIA	106

LISTA DE TABLAS

Pág.

Tabla 1. Agenda de trabajo.....	100
---------------------------------	-----

LISTA DE GRAFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Clasificación locales comerciales 2014-2015.....	48
Gráfico 2. Tipo de Distribución.....	49
Gráfica 3. Empleo Área Administrativa	50
Gráfica 4. Tipo de contratación.....	50
Gráfica 5. Empleo Área Ventas.....	51
Gráfico 6. Tipo Contratación Area Ventas	52
Gráfico 7. Tipo de Empleo	53
Gráfica 8. Personal Contratado.....	54
Gráfico 9. Edad personal contratado 2014-2015	55
Gráfico 10. Nivel Educativo Del Personal	56
Gráfico 11. Salario Devengado	57
Gráfico 12. Agrupación de empresas comerciales.....	60
Gráfica 13. Procedencia De La Mercancía	61
Gráfica 14. Origen De Los Productos	63
Gráfico 15. Volumen De Venta 2014	65
Gráfico 16. Volumen De Venta 2015	65
Gráfica 17. Comportamiento Volumen De Compra 2014 Y 2015	66
Gráfica 18. Efectos De La Variación De La TC En 2014	67
Gráfica 19. Efectos De La Variación De La TC En 2015	67
Gráfica 20. Periodo De Compra En 2015	69
Gráfica 21. Efecto de la tasa de cambio	70
Gráfica 22. Moneda Usada	72
Gráfica 23. Uso Tasa De Cambio	73
Gráfica 24. Tipo De Pago	74
Gráfica 25. Plazo De Compras	75
Gráfica 26. Registro de Ventas.....	78

Gráfica 27. Comparativo 2014 Y 2015.....	80
Gráfica 28. Ventas 2014	80
Gráfica 29. Ventas 2015	81
Gráfica 30. Comparativo 2014 Vs 2015	82
Gráfica 31. Identificación Del Cliente	85
Gráfica 32. % Ecuatorianos	86
Gráfica 33. Identificación Del Cliente	87
Gráfica 34. Fuente de Información.....	88
Gráfica 35. Precio Del Dolar En 2014	91
Gráfica 36. Precio Del Dolar En 2015	92
Gráfica 37. Forma de Pago.....	93
Gráfica 38. Efectivo En Dolares 2014	93
Gráfica 39. Efectivo En Dolares 2015	94
Gráfico 40. Cambio La Estructura De La Empresa	96
Gráfica 41. Año Con Mayor Dinamismo.....	97

GLOSARIO

CAPITAL: patrimonio de un banco u otro intermediario.

DINERO: Conjunto de monedas y billetes que se usan como medio legal de pago.

COMERCIO: Actividad que consiste en comerciar con productos.

MERCADO: Lugar teórico donde se encuentra la oferta y la demanda de productos y servicios y se determinan los precios.

INTRODUCCIÓN

Para el desarrollo de esta investigación, se tuvo en cuenta el contexto mundial cada vez más globalizado y como el mercado juega un papel importante en la variación de la tasa de cambio, se realizó este trabajo para analizar cómo incide en las relaciones comerciales entre los países, en el caso concreto de esta investigación entre Colombia y Ecuador.

El presente documento en modalidad de trabajo de grado, tuvo como objetivo principal conocer cuál fue el comportamiento de la actividad comercial de San Juan de Pasto frente al fenómeno de la devaluación del peso en relación al dólar para el período 2014-2015 en las relaciones comerciales colombo ecuatorianas. Esta investigación tuvo como punto de análisis el municipio de Pasto ya que al ser una ciudad cercana a la frontera con Ecuador y ser la capital del departamento de Nariño, fue el lugar donde se asientan la mayoría de empresas y marcas reconocidas de la región, da como resultado un movimiento continuo a nivel comercial.

Por lo tanto, fue necesario un repaso a la historia reciente de ambos países, así como conocer de primera mano la situación económica actual de estos, para así determinar cómo se vieron afectadas las relaciones comerciales existentes entre ellos. Con la realización de este trabajo se pudo establecer como fue el comportamiento de la actividad comercial de la ciudad de Pasto, la estructura de las empresas, el volumen de compras y ventas de los establecimientos comerciales durante los años 2014 y 2015.

1. MARCO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 TEMA

Tasa de cambio y relaciones comerciales

1.2 TÍTULO

“Comportamiento de la actividad comercial de San Juan de Pasto frente al fenómeno de la devaluación del peso en relación al dólar para el período 2014-2015 en las relaciones comerciales colombo ecuatorianas.”

1.3 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1 Antecedentes. Para el desarrollo de esta investigación denominada “Comportamiento de la actividad comercial de San Juan de Pasto frente al fenómeno de la devaluación del peso en relación al dólar para el período 2014-2015 en las relaciones comerciales colombo ecuatorianas” como antecedentes se debe hacer referencia a eventos históricos destacados de las relaciones comerciales binacionales y en las variaciones que ha tenido la tasa de cambio, para ello se analizará lo relacionado con las monedas de los países en cuestión, en el caso colombiano el peso y en el caso del país vecino desde la época del sucre hasta el dólar, pasando por el proceso de dolarización y cómo se han desarrollado las relaciones comerciales entre ambos países.

Con la llegada de la misión Kemmerer¹ al país y siguiendo las recomendaciones dadas por está, el 23 de julio de 1923 se creó el Banco de la República, el cual tenía como principales funciones ser el organismo encargado de emitir la moneda nacional, administrar las reservas internacionales del país, servir como prestamista de última instancia y actuar como banquero del gobierno, así como ser el encargado de intervenir y controlar las tasas de interés.

Ya en los años noventa el país empezó a generar nuevas reformas entre ellas la apertura comercial lo cual implicaba reformas cambiarias y arancelarias, financieras y laborales. Con la constitución de 1991 se le otorga total autonomía al Banco de la República, bajo la obligación de mantener el poder adquisitivo de la moneda.

¹ **Misión Kemmerer:** es una misión de técnicos y administrativos Norteamericanos liderados por el profesor Edwin Walter Kemmerer, la cual fue contratada por el ministro Enrique Olaya Herrera, con fines consultivos en cuantos a la economía de Colombia, de manera que los proyectos planteados por la misión se convierten en ley con el fin de estructurar y organizar el sistema administrativo y financiero en Colombia.

El comportamiento de la economía colombiana en ese momento era delicado debido a que en 1989 se dio una devaluación muy fuerte por la caída del precio del café. Es por ello que se adopta el régimen de banda cambiaria móvil o deslizante entre los años de 1994 y 1999, ésta debía funcionar de forma transitoria mientras la economía doméstica se acomodaba ya que era un régimen mixto de tasa de cambio fijo y flexible, cuando la tasa de cambio fluctuaba entre sus dos límites tenía características de régimen flexible, pero si por el contrario la tasa de cambio amenazaba con salirse de sus límites el Banco de la Republica debía actuar vendiendo o comprando divisas, funcionando como un sistema de tasa de cambio fijo.

Desde septiembre de 1999 hasta la fecha Colombia ha manteniendo en funcionamiento un tipo de cambio flexible con flotación controlada o sucia, es decir es un régimen en el cual existe una mínima intervención en la determinación de la tasa de cambio y en la cual se da prioridad a la política de inflación objetivo, con esto se quiere decir que la tasa de cambio sube o baja de acuerdo al mercado, pero si llegan a surgir desequilibrios económicos el Banco de la Republica puede intervenir cuando lo considere necesario.

El banco tiene dos formas de hacerlo la primera es la intervención directa con la que puede vender o comprar divisas de las reservas internacionales, o de manera indirecta, la cual consiste en incidir en el mercado de divisas a través de instrumentos de políticas como por ejemplo las tasas de interés o de emisión. De esta forma se explica cómo ha sido el paso hacia un tipo de cambio flexible en Colombia, este proceso duró cerca de medio siglo.

Por su parte, en el caso ecuatoriano. El 22 de marzo de 1884 el Banco Central del Ecuador sacó a circulación como moneda nacional al sucre el cual entraba en reemplazo del peso ecuatoriano, el sucre estuvo en vigencia 116 años y fue nombrada de tal forma en honor al mariscal venezolano Antonio José de Sucre. A principios de los años ochenta Ecuador deja a un lado su tipo de cambio fijo y empieza a explorar un tipo de cambio más flexible que se ajuste a su crisis de deuda externa y para que funcione como instrumento de política, durante estos años la moneda ecuatoriana alcanzó una devaluación cercana a 42 sucres² por dólar, esto se acentuó aún más en los años noventa debido a que el país sufrió varios acontecimientos que afectaron su economía, entre ellos inundaciones provocadas por el fenómeno del niño, terremotos, caída del precio del petróleo en el mercado internacional siendo este su principal producto de exportación y el riesgo país que se encontraba en niveles muy altos, lo que sin duda desequilibró sus finanzas internas al no poder adquirir créditos externos.

² Wikipedia. Economía de Ecuador. Evolucion historica del PIB per Cápital [en línea <wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_Ecuador>] [citado el 12 de septiembre de 2016].

A lo anterior hay que añadirle que en diciembre de 1994 el Banco Central del Ecuador aplicó un régimen de banda cambiaria con el fin de detener la fuerte devaluación por la que pasaba el país, que para ese entonces era de 3000 sucres por dólar, además se implantaron políticas de liberación del mercado financiero y tasas de interés no reguladas, con las cuales se pretendía que llegaran al país capitales extranjeros y de esta forma mejorar la economía del Ecuador. Pero este régimen debió ser intervenido en cinco ocasiones durante el tiempo que estuvo en funcionamiento

En el año de 1999 Ecuador atravesaba por una de sus peores crisis económicas, esto debido a la existencia de varios factores que generaban un ambiente de descontento entre los ciudadanos ecuatorianos, había una inflación y una tasa de interés muy alta, acompañada por una fuerte devaluación, desempleo y desconfianza en el sistema financiero, ante esta situación el 9 de enero del 2000 el Presidente Jamil Mahuad puso en marcha un nuevo sistema monetario, el cual consistía en sustituir el sucre por el dólar americano como moneda local, según palabras del Ministro de finanzas Alfredo Arizaga “Esto va a devolver la confianza al país, detener la especulación al tipo de cambio y detiene el aumento rápido en los precios”³

El Banco Central de Ecuador fue el organismo encargado de hacer el canje entre sucres y dólares para lo cual existía una relación de 25 mil sucres por 1 dólar, esto duraría 6 meses a partir de firma de la ley de transformación económica la cual fue suscitada el 9 de marzo de 2000. En septiembre de ese mismo año entró en vigencia el dólar como moneda nacional de Ecuador.

Desde la implementación del dólar en el país Ecuatoriano, éste ha tenido según Mauricio Dávalos, exgerente del BCE y Jorge Guzmán ex superintendente de bancos, más efectos positivos que negativos ya que ha permitido que la inflación se situé en una sola cifra, el desempleo haya disminuido considerablemente al igual que la morosidad del sistema financiero, pero estos efectos no han sido debido a políticas económicas propias sino a coyunturas externas generadas por los Estados Unidos, ya que Ecuador al adoptar como moneda oficial al dólar perdió todo control sobre su moneda es decir que no puede devaluarla y por ende no puede defender su producción nacional, lo cual le quita competitividad a nivel regional.

Ahora bien, teniendo en cuenta que el objeto de esta investigación es determinar cómo han sido las relaciones comerciales entre Colombia y Ecuador, en el caso

³ GestioPLIS. La dolarización del Ecuador y su impacto. Introducción. [en línea] <<http://www.gestioPLIS.com/la-dolarizacion-en-el-ecuador-y-su-impacto/>> [citado el 15 de septiembre de 2016].

concreto con la ciudad de Pasto, por lo cual se ha analizado el comportamiento de estas relaciones fronterizas.

Durante los años 1979 a 1985 el peso se encontraba devaluado frente al sucre lo cual incentivó a los habitantes del país vecino a realizar compras en Colombia especialmente en calzado y textiles, pero a finales de los años ochenta hasta los noventa el peso recuperó terreno frente al sucre y los colombianos viajaban a Ecuador a comprar electrodomésticos, juguetería, dulces, enlatados, aceites, productos procesados de mar, entre otros.

En el año 1989 Colombia y Ecuador crearon la “comisión de vecindad e integración Colombo-Ecuatoriana” la cual era encargada de impulsar la integración y desarrollo económico de ambos países a través de las cámaras de comercio binacionales las cuales ofrecían herramientas a los empresarios para mejorar las relaciones comerciales entre naciones.

En el 2000, año que se dio la dolarización del Ecuador, la economía de Tulcán sufrió un impacto negativo ya que cerca del 80% de los almacenes, bodegas y restaurantes fueron cerrados,⁴ debido a que las ciudades de Pasto e Ipiales contaban con unos precios más competitivos. Durante el tiempo que lleva de implementación el dólar las relaciones comerciales entre ambos países se han acentuado ya que entre el año 2000 y el 2008 la devaluación del peso colombiano tuvo una tendencia muy marcada, lo cual favoreció a las empresas colombianas que tenían relaciones comerciales con el país vecino ya que se incentivaron las exportaciones de productos automotrices y de autopartes, alimentos, bebidas, químicos, plásticos, papel, confecciones textiles y de cuero, combustibles, metales y maquinaria eléctrica.⁵

En marzo de 2008 Ecuador decidió romper relaciones diplomáticas con Colombia, debido a problemas políticos asociados a la incursión ilegal de militares a territorio vecino, esto ocasionó que se redujeran al mínimo las relaciones comerciales entre los dos países, esta crisis duró hasta el 24 de septiembre de 2009 cuando se creó una hoja de ruta para la normalización del intercambio diplomático y posteriormente la creación del gabinete binacional entre ambos países.

⁴ VELASCO, Pedro. La integración fronteriza desde lo local. En: Construyendo puentes entre Ecuador y Colombia. Ed Grace Jaramillo. Quito: Serie Foro FLACSO, 2009. p 184.

⁵ PROCOLOMBIA. Estadísticas de importaciones - exportaciones Ecuador y Colombia. Oportunidades en el mercado colombiano. Disponible: [en línea: <<http://www.procolombia.co/node/12775> >] [citado el 23 de septiembre de 2016].

En el año 2009 la revaluación del peso colombiano generó que cerca de 40.000 nacionales viajaran mensualmente hacia Ecuador por turismo comercial, lo cual hizo que se incentivaran empleos como taxistas, estibadores y transporte pesado⁶. Según el boletín de comercio exterior⁷ del Banco Central de Ecuador entre los años 2009 y 2010, se realizaron diferentes ferias sectoriales internacionales, las cuales tenían como fin facilitar y potencializar las relaciones comerciales entre ambos países, con la eliminación de las salvaguardias cambiarias impuestas por Ecuador y el mejoramiento de las relaciones políticas de estos países, para de tal manera recuperar los niveles históricos de comercio lo que los ha convertido por años en principales socios comerciales.

El intercambio comercial entre ambos países se ha desarrollado principalmente en las industrias de medicamentos, automotriz, textil, recursos energéticos y alimentos.

Para 2009 los productos colombianos más comercializados en Ecuador fueron energía eléctrica, medicamentos de uso humano, vehículos de carga, fungicidas, tejidos de elastómero, polipropileno, juegos de cables para medios de transporte, productos de higiene, cosméticos, productos de hierro o acero y papel, en el caso ecuatoriano los productos más exportados hacia Colombia fueron vehículos ensamblados, café sin tostar, aceite de palma, sardinas y atún en conserva, harina de pescado, alcohol etílico, calzado deportivo, cocinas y saco de polipropileno⁸. Desde el 2010 hasta el año 2013 la revaluación del peso hizo que los colombianos viajen a Ecuador a adquirir productos importados ya que dentro de sus políticas de transformación de la matriz productiva existían unas prebendas arancelarias que hacían que estos productos sean más económicos, además el impuesto al valor agregado o IVA era del 12% inferior al de Colombia que en ese entonces era del 16%, los productos que se adquirían eran para el hogar como lencería para camas, accesorios de cocina, baño, vajillas y medicamentos.

En el año 2012 los productos ecuatorianos que más se exportaron al mercado colombiano fueron los aceites y grasas, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, los crustáceos y moluscos. Según la cámara de comercio de Guayaquil, Ecuador considerada que Colombia es un mercado prioritario ya que es su primer destino

⁶ VELASCO, Pedro. La integración fronteriza desde lo local. En Construyendo puentes entre Ecuador y Colombia, Ed Grace Jaramillo. Quito: Serie Foro FLACSO. 2009 Pag 184.

⁷ BANCO CENTRAL DE ECUADOR. Boletín No. 51 de comercio exterior: planeación estratégica sectorial. En: canales de documentación [en línea <<https://www.bce.fin.ec/>>] [citado el 28 de septiembre de 2016].

⁸ CAMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL. Boletín 58 Cámara de comercio de Guayaquil. Otros aspectos de comercio. [en línea <<http://www.lacamara.org/website/informacion-empresarial/>>] [citado el 30 de septiembre de 2016].

en Latinoamérica de exportaciones no tradicionales debido a que tienen tendencias de consumo muy parecidas, cercanía territorial y exigencias menores a las establecidas por países desarrollados y lejanos.

Sin embargo, las exportaciones ecuatorianas a Colombia durante 2013 decrecieron con respecto al año inmediatamente anterior, lo cual se explica en la disminución de las exportaciones de vehículos y productos agrícolas, 20 y 6 millones de dólares respectivamente, según datos de Pro Colombia para 2013⁹. La balanza comercial de Ecuador con Colombia históricamente siempre ha estado en saldo negativo, esto se debe a que en total se exportan a Colombia productos de 967 partidas arancelarias, mientras que la oferta colombiana hacia Ecuador agrupa más de 2908 partidas.¹⁰

En general, el comercio binacional continúa mostrando oportunidades en doble vía para ambos países, y de tal manera lograr complementarse para llegar a otros mercados.

Adicional a lo anterior, se presentan resultados de investigaciones, trabajos de grado y ponencias relacionadas con el tipo de cambio, lo cual contribuirá al desarrollo del presente trabajo.

Un primer ejemplo es la investigación desarrollada por los autores: Federico Cerimedo, León Salim y Juan Matías Sánchez, con uno de sus artículos "*Devaluación Real y Exportaciones en Argentina*"¹¹ dicho estudio, realiza un análisis sobre las exportaciones sin perder de vista el tipo de cambio real, de acuerdo a lo cual se plantea que la existencia de un tipo de cambio real alto, permite mejorar las ventas externas de un país por la competitividad que presenta en el exterior, sin embargo se concluye que mantener una estructura exportadora estable y sólida, solo será posible, siempre y cuando además del tipo de cambio favorable, se realice el esfuerzo público y privado necesario que permita acceder a créditos, posibilitar el ingreso a mercados externos protegidos, por medio de infraestructura de transporte y promoción de la producción local; se encontró por medio de la investigación, que las características de algunos sectores económicos no permiten que respondan positivamente en el corto plazo a un incremento del

⁹ PROCOLOMBIA. Estadísticas de importaciones - exportaciones Ecuador y Colombia. Oportunidades en el mercado colombiano. [en línea <<http://www.procolombia.co/node/12775> >] [citado el 05 de octubre de 2016].

¹⁰ CAMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL. Boletín 58 Cámara de comercio de Guayaquil. Otros aspectos de comercio. [en línea <<http://www.lacamara.org/website/informacion-empresarial/> >] [citado el 08 de octubre de 2016].

¹¹ CERIMEDO F, Salim L y SÁNCHEZ J. (2005). Devaluación Real y Exportaciones en Argentina. Argentina. Recuperado el 14 de febrero de 2017. Disponible en: [<http://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00056.pdf>]

tipo de cambio real. Esto permite guiar la presente investigación en el ámbito de la comercialización en frontera y la respuesta al tipo de cambio del comercio para la ciudad de Pasto, como lo contempla la investigación.

Un segundo caso es el desarrollado por el argentino Andrés Neumeyer, en el “*Tipo de Cambio Real y Desarrollo*”¹² el cual argumenta que la tasa de cambio real está determinada por la productividad relativa entre dos países, para el autor esta investigación es de gran importancia ya que durante la primera década del siglo XXI el tipo de cambio real ha sido uno de los pilares más importantes en la economía Argentina, en el caso de esta investigación se hace una relación entre el precio relativo de los bienes y servicios con el ingreso de los tigres asiáticos (Japón, Corea, y Taiwán) y Estados Unidos para los años 50.

En el caso de los países asiáticos es frecuente escuchar que la clave del éxito del desarrollo exportador de dichos países fue el haber mantenido un TCR competitiva y estable frente a los demás países del mundo, para este caso con Estados Unidos. Al final de esta investigación el autor confirma una clara correlación positiva entre el precio relativo de los servicios y el ingreso per cápita relativo a EEUU, la cual se explica por diferencias en la productividad total de los factores. Como conclusión el autor determina que es errado pensar que el mantenimiento de un TCR es vital para el desarrollo económico de largo plazo. La TCR es una variable que ningún gobierno puede controlar en el largo plazo y que simplemente es el reflejo de la productividad relativa de los sectores productores de bienes transables y no transables. Como bien sabemos el desarrollo depende de mejorar la eficiencia de la economía aumentando su productividad.

En tercer lugar, están los autores Mario Gómez y José Carlos Rodríguez en el año 2012 quienes realizaron la investigación denominada “*El efecto Harrod–Balassa-Samuelson (HBS). El caso de México*”¹³ este estudio determina al tipo de cambio como un tema central dentro de las discusiones sobre la política económica, ya que por años se ha argumentado que los problemas económicos de un país están sustentados en la mala implementación de políticas cambiarias.

En el caso específico de México, la variable tipo de cambio tiene una gran relevancia dentro de su economía en desarrollo, esto debido a las relaciones internacionales, es por ello que el tipo de cambio sirve para estabilizar una economía, ya que determina la competitividad de los productos nacionales en los mercados extranjeros. Este estudio utilizó un modelo econométrico que incorpora

¹² NEUMEYER, Andrés (2011). Tipo de Cambio real y Desarrollo. Recuperado el 16 de febrero de 2017. Disponible en: [<http://focoeconomico.org/2011/05/23/tipo-de-cambio-real-y-desarrollo/>]

¹³ GÓMEZ, Mario y RODRÍGUEZ, José Carlos (2012). El efecto Harrod–Balassa-Samuelson (HBS). El caso de México. Recuperado 14 de febrero de 2017. Disponible en: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422013000300006]

la presencia de cambios en los parámetros de regresión, por ello tomo como datos el tipo de cambio desde los años 1954 a 2010, dando como resultado que para este caso, no se cumple el efecto HBS entre México y Estados Unidos durante este periodo y, por lo tanto, no se corrobora estadísticamente que las diferentes tasas de crecimiento de la productividad de los bienes comerciables y no comerciables entre ambos países hayan afectado al tipo de cambio real.

Finalmente, pasando a un plano más regional, la investigación de los autores Pabón L. John, Bastos O. Liliana y Mogrovejo A. Johanna denominada “*El Diferencial Cambiario En La Frontera Norte De Santander, Colombia Y Venezuela, ¿La Economía o La Política?*”¹⁴ el trabajo tiene como misión el análisis del diferencial cambiario que se presenta en la frontera Norte de Santander Colombia y Venezuela, teniendo como referente la teoría llamada la “frontera más viva de Latinoamérica”, la importancia de este estudio, permea los desajustes que se trasladan de una región a otra, afectando la economía de uno de los países debido al diferencial cambiario por factores que emergen en cada país, ya sean políticos, económicos o las asimetrías existentes entre ambos.

En el caso particular de Norte de Santander – Venezuela, a pesar de las intenciones del gobierno venezolano por evitar el desabastecimiento y traslado de productos de Venezuela a Colombia, el diferencial cambiario hace atractiva la comercialización de productos en el mismo sentido, situación que genera efectos perversos para la producción colombiana, por generarse una competencia desleal desde el país vecino. En términos generales, se plantea que el comportamiento de los consumidores en ciudades fronterizas debe mantener un patrón común, determinado por los beneficios que logran obtener al realizar transacciones comerciales en la frontera cercana. Dicho estudio permite corroborar la importancia de la presente investigación que toma como referente la economía ecuatoriana y colombiana en cuanto a sus relaciones comerciales y los efectos que se genera por el tipo de cambio en la ciudad cercana a la frontera (Pasto).

1.3.2 Situación Actual. En cuanto a la situación actual, se hizo necesario conocer los acontecimientos que se presentaron en el transcurso de los años trabajados, para lo cual se realizó un breve recuento de ello, que puntualizo el objetivo del trabajo y su desarrollo.

A nivel mundial, después de la crisis de 2008, los países aun tratan de recuperar su dinamismo económico, situación que no parece fácil frente a los desafíos que golpean la economía mundial, determinado por las tensiones geopolíticas,

¹⁴ PABÓN L, Jhon, BASTOS O, Liliana y MOGROVEJO A, Johanna (2016). El Diferencial Cambiario En La Frontera Norte De Santander, Colombia Y Venezuela, ¿La Economía o La Política?. Recuperado 16 de febrero de 2017. Disponible en: [<http://revistas.udenar.edu.co/index.php/rtend/article/view/2857/3213>]

fenómenos naturales y entre otros acontecimientos que afectan el crecimiento del comercio, situación que parece aun verse reflejada en el 2014 en donde la economía mundial parece permanecer estática, de acuerdo a las cifras de PIB se registra un crecimiento del 2,6% a nivel mundial¹⁵, similar al aumento del 2,5%¹⁶ en el volumen del comercio, mientras que el 2013 cerró el crecimiento del PIB en 2,39%¹⁷, sin embargo de acuerdo a los datos suministrados para 2015 el crecimiento del PIB fue de 2,46%¹⁸, hubo un notable desplome del crecimiento a nivel mundial para este año, cifra que desconcierta a la comunidad mundial que esperaba un crecimiento prometedor para el año en cuestión, pero que se vio frenado por una serie de coyunturas que presionaron la situación económica a nivel mundial, generando inestabilidades macroeconómicas, como la crisis de la caída del precio del petróleo, problemas bursátiles en China, incertidumbre por la crisis de Grecia; este bajo crecimiento mundial generó volatilidad en los mercados regionales, lo cual resiente los precios de los activos internos a nivel mundial. Sucesos como estos generan inestabilidad en Latinoamérica, debido a la continua caída de los precios de los metales y productos agrícolas, siendo estos los que representan en gran medida las exportaciones de los países que conforman la región, situación que se ve reflejada en el crecimiento del PIB 2014 en América Latina y el Caribe representada en 1,1%¹⁹, mientras por su parte 2015 presenta una contracción del 0,4%²⁰, traducido al igual que a nivel mundial en un estancamiento de la economía, además de la desaceleración persistente vivida hace ya varios años atrás; sin embargo la problemática se acentúa aún más en las economías de América del Sur, en conjunto para 2014, presentando una expansión de tan solo 0,6%²¹ y una caída del 1,6%²² en 2015, por otra parte es el consumo privado el que dinamiza el crecimiento del PIB para ese periodo, a pesar de que su participación disminuyó en 2014 llegando tan solo al 0,8%²³ y en 2015 presento una contracción del -0,3%²⁴, esto debido a que los precios de los

¹⁵ BANCO MUNDIAL. Economía y crecimiento. Crecimiento del PIB (% anual). [Base de datos en línea]. [Citado en 5 de septiembre de 2016] Disponible [En:](http://datos.bancomundial.org/tema/economia-y-crecimiento) [http://datos.bancomundial.org/tema/economia-y-crecimiento]. Archivo API_3_DS2_es_excel_v2 datos 2014 2015 del banco Mundial.

¹⁶ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO. La Economía y el comercio mundiales en 2014 y comienzos del 2015. Evolución del comercio en 2014. [en línea] Disponible [En:](https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/wtr15-1_s.pdf) [https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/wtr15-1_s.pdf] [citado el 15 de septiembre de 2016]

¹⁷ BANCO MUNDIAL. Op. Cit.

¹⁸ Ibid.

¹⁹ CEPAL. Estudio Económico de America y el Caribe 2014 2015: Desafios para impulsar el ciclo de inversión con miras a reactivar el crecimiento. ISBN 978-92-1-121894-7. Pag 42

²⁰ CEPAL. Balance preliminar de las Economías de America Latina y el Caribe: la actividad económica. Disponible [En:](http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/39558/S1501387_es.pdf?sequence=98&isAllo wed=y) Canales de Documentación [en línea]. ISBN 978-92-1-057524-9. (2015) [http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/39558/S1501387_es.pdf?sequence=98&isAllo wed=y] [citado en 17 de septiembre de 2016] pag 9

²¹ CEPAL. (2015) Op. Cit., P. 43.

²² CEPAL. (2015) Op. Cit., P. 9.

²³ CEPAL. Estudio Económico de America y el Caribe 2014 2015. Op. Cit.

²⁴ CEPAL. Balance preliminar de las Economías de America Latina y el Caribe. Op. Cit., Pag 9.

productos básicos exportados redujeron su precio, principalmente los metales y los productos agrícolas, mientras que el sector energético presentó a partir de julio de 2014 una caída abrupta, cuyo componente más afectado fue el petróleo crudo con un desplome de casi el 60%²⁵ en este periodo, mientras que para 2015 se presenta desaceleración en los sectores como la construcción, manufactura y la electricidad, gas y agua, la apreciación permanente del dólar frente a las monedas de la región, afectó a cada país de una manera diferente, de acuerdo a las relaciones comerciales de cada uno.

Debido a esto la región aplica políticas monetarias-cambiarías, con las cuales se pretende reducir los efectos adversos del exterior, como la reducción del flujo de capital, retiro de estímulos monetarios y volatilidad de los mercados financieros, menor financiamiento para las economías emergentes y encarecimiento del interés del financiamiento, además de reducción de los precios de productos primarios de países Latinoamericanos; frente a esto los países que tienen libertad en su política monetaria y cambiaria dispusieron de ellas con el fin de incentivar la economía desde el consumo interno y la reducción o incremento de la tasa de referencia de la política monetaria de acuerdo a la evolución del crecimiento en cada país, 15 países sintieron la depreciación de su moneda con respecto al dólar estadounidense desde 2014. En donde América del Sur, en conjunto con su grupo de países registraron una depreciación efectiva respecto del resto del mundo del 2,3%²⁶; mientras para 2015 debido a la coyuntura vivida en este periodo, América del Sur pretende mantener sus esquemas de metas de inflación con esta misión los bancos centrales incrementaron la tasa de referencia de la política monetaria. Por lo cual es importante anotar que para el caso específico de Estados Unidos, desde 2014 plantea la posibilidad de salir de la tasa de interés cero por medio de políticas monetarias desde principios del año, la Reserva Federal implementó la política de retiro gradual hasta octubre de 2014, lo cual impulsó la recuperación del 2,4%²⁷ en el crecimiento para 2015, apalancado por consumo privado, producción a gran escala de crudo a partir de yacimientos y tecnologías no convencionales, considerar acercarse al pleno empleo; la Reserva Federal se plantea la posibilidad de elevar las tasas de interés, manteniendo las presiones inflacionarias, situación que refleja el fortalecimiento de la economía Norteamericana, a pesar de presentar una reducción de la inversión, ya que la apreciación del dólar incita a la importación de productos, debilitando el sector manufacturero en el país.

Sin embargo, la apreciación del dólar es un acontecimiento que genera en los países dolarizados como Ecuador para el caso Latinoamericano, inestabilidad en

²⁵ CEPAL. Estudio Económico de América y el Caribe 2014-2015. Op. Cit., p 28

²⁶ Ibid., p. 57

²⁷ FONDO MONETARIO INTERNACIONAL. Perspectivas Económicas: Las Américas- Administrando transiciones y Riesgos: En: Estados Unidos: El consumo como motor del crecimiento. Abril, 2016; Washington, D.C. pag 5. ISBN-13:978-1-47552-306-5.

su estructura económica, de manera que se encuentran a merced de las decisiones tomadas por Estados Unidos y sus conveniencias.

Por su parte Ecuador, es considerado en América Latina uno de los países fuertes en la explotación de petróleo, esto ha generado que se vea afectado aún más por el panorama mundial con la caída de su precio desde mediados de 2014, esto generó que la producción de petróleo se contrajera en -2,9%²⁸, con relación al año inmediatamente anterior, el panorama es aún más perverso, al observar la impotencia de los dirigentes por estar ligados a las políticas monetarias y cambiarias determinadas por el gobierno de Estados Unidos, afectando considerablemente la economía del país vecino; sin embargo logra mantener una inflación para final de 2014 de 3,67%²⁹, mientras que para 2015 fue de 3,5³⁰ y presenta un crecimiento positivo del PIB del 3,4%³¹ para 2014, explicado por la contribución de los sub sectores como la construcción, manufactura, comercio, entre otras importantes que crecieron en 4,3%, mientras el petróleo representó una contribución del -0,29% ocasionado por frenar la refinería; por otra parte el PIB en 2015 cierra con un decrecimiento del -2,0%, esto debido a la caída del precio del petróleo y el consecuente cierre de las refinerías, lo que representó una reducción de la producción, a pesar de la rehabilitación de la Refinería Esmeraldas, lo cual frenó en cierta medida la caída del PIB para el año en cuestión.

Las anotaciones anteriores nos dirigen a Colombia que por limitar con Ecuador, se ve afectada en el intercambio comercial, en cuanto a su situación económica para los periodos a investigar, se tiene que el crecimiento para 2014 es de 4,6%³², siendo la demanda interna la fuente primordial para mitigar el deterioro de las exportaciones netas, entre los sub sectores que tienen más dinámica tenemos el comercio, la construcción y servicios financieros, presentando un buen desempeño en el cuarto trimestre de 2014 el PIB se ubicó en 3,5%³³, jalonada por

²⁸BANCO CENTRAL DE ECUADOR. Sector real: Produccion petrolera. Disponible En: Canales de Documentación [en línea]. (2015).

[<<http://repositorio.bce.ec/bitstream/32000/1266/1/EstMacro022015.pdf>>] [citado en 20 agosto 2016]

²⁹ BANCO CENTRAL DE ECUADOR. Sector real: Inflación anual a diciembre de cada año. Disponible En: Canales de Documentación [en línea]. (2015).

[<<http://repositorio.bce.ec/bitstream/32000/1266/1/EstMacro022015.pdf>>] [citado en 20 agosto 2016]

³⁰ Ibid.

³¹ Ibid.

³² BANCO DE LA REPUBLICA. Informe de la Junta directiva al congreso de la Republica. Política Monetaria, Cambiaria y Crediticia. Colombia: Resultados en 2014 y 2015 perspectivas para 2015. Disponible En: Canales de Documentación [en línea]. (2015).

[<http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/ijj_mar_2015.pdf> ISSN-1657-799X. p.

37]

³³ Ibid.

la demanda interna ubicada en el (5,7%), y entre las ramas con mayor participación se encuentra la construcción 9,9%, comercio 11,2% y servicios 4,9%, mientras las exportaciones netas tuvieron aporte negativo al PIB. En cuanto al comportamiento de la inflación y la meta de largo plazo del 3%³⁴, para este año, en diciembre, la inflación se ubicó en 3,66%³⁵, mientras la inflación básica se ubicó para el mismo periodo en 3,1%³⁶; por otro lado, la inflación para diciembre de 2015 se ubica en el 6,77%³⁷ y la básica en 5,43%³⁸. Esto nos lleva a la implementación de las políticas de los años en cuestión, el Banco de la Republica toma la decisión de aplicar políticas menos expansivas en 2014, por medio de incrementos graduales de la tasa de interés ubicándola en 4,5%³⁹, por medio de la (TIB) se logra trasmitirla a las tasas de interés de captación y crédito, en particular se ve afectada por la crisis de los precios de hidrocarburos y otros bienes; mientras el manejo fiscal en 2015 le permitió al Banco de la Republica incrementos sucesivos de la tasa de intervención, alcanzando el 5,5% al final del año esperando que repercuta en las tasas de interés del mercado con algunos meses de rezago; por otra parte, la autoridad monetaria con el fin de reducir la presión en el tipo de cambio, interviene por medio de subastas de operaciones “call”⁴⁰. Sin embargo en cuanto a la tasa de cambio, en el primer trimestre se presentan apreciaciones de la moneda, esto debido al ingreso de capitales de portafolio por “el incremento de la ponderación de su deuda denomina en pesos en los índices de deuda emergente de JP Morgan”⁴¹, mientras que los periodos siguientes presenta depreciación por la disminución de los precios del petróleo y las decisiones a futuro de la economía Norteamericana para incrementar las tasas de interés; lo cual afecta el régimen de tasa de cambio, reflejado para Colombia en una mayor competitividad, por la depreciación frente a los socios comerciales, siendo que en el último periodo de 2015 los términos de intercambio descendieron al 19,6%⁴².

³⁴ Ibid.

³⁵ Ibid.

³⁶ BANCO DE LA REPUBLICA. Informe de la Junta directiva al congreso de la Republica. Política Monetaria, Cambiaria y Crediticia. Colombia: Resultados en 2014 y 2015 perspectivas para 2015. Disponible En: Canales de Documentación [en línea]. (2015).

[<http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/ijd_mar_2015.pdf> ISSN-1657-799X].

³⁷ BANCO DE LA REPUBLICA. Evolución de la situación inflacionaria y decisiones de política monetaria. Disponible En: Canales de documentación [en línea]. (2015)

[<http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/risi_dic_2015.pdf>]

³⁸ Ibid.

³⁹ BANCO DE LA REPUBLICA. Informe de la Junta directiva al congreso de la Republica. Política Monetaria, Cambiaria y Crediticia. Colombia: Resultados en 2014 y 2015 perspectivas para 2015. Disponible En: Canales de Documentación [en línea]. (2015).

[<http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/ijd_mar_2015.pdf> ISSN-1657-799X].

⁴⁰ CALL: Vease en Marco Conceptual, presente investigación Pag 41

⁴¹ BANCO DE LA REPUBLICA. Informe de la Junta directiva al congreso de la Republica. Política Monetaria, Cambiaria y Crediticia. Colombia: Resultados en 2014 y 2015 perspectivas para 2015. Disponible En: Canales de Documentación [en línea]. (2015).

[<http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/ijd_mar_2015.pdf> ISSN-1657-799X.]

⁴² Ibid.

La situación que se presenta anteriormente, es simplemente un telón para dar a conocer las condiciones particulares de las monedas de los países de Ecuador y Colombia, la coyuntura específica que rodea el comercio presente entre los dos países y los efectos producidos por la devaluación en una de estas monedas, siendo esta la motivación para conocer más a profundidad los efectos producidos por esta situación específica en la frontera de Colombia, para lo cual se propone el estudio de la ciudad de Pasto en los periodos de 2014 y 2015, el cual presenta un contexto específico por la localización en frontera, permitiendo contextualizar el comportamiento del comercio para los periodos de estudio en la ciudad.

Teniendo en cuenta los acontecimientos de los periodos de estudio, a nivel regional, el comportamiento de la economía Nariñense presenta los efectos de la coyuntura exterior, internamente datos específicos de acuerdo al PIB provisional para 2014 del 4,2%⁴³, con un decrecimiento del 1,5%⁴⁴ con respecto al año inmediatamente anterior, de acuerdo a la participación por rama de actividad económica, se tiene que el comercio, junto a reparación, restaurantes y hoteles presenta una participación al PIB del 4,8%⁴⁵; por otra parte el segundo trimestre de 2015 presenta un PIB de 3%⁴⁶, con un decrecimiento del 1,2%⁴⁷, en el cual existe una participación por actividad comercio, reparación y restaurantes con 3,8%⁴⁸, además debido a las constantes devaluaciones del peso colombiano con respecto al dólar la ciudad capital se ha convertido en un atractivo para que los ecuatorianos realicen sus compras, situación generada por la tasa de cambio.

Partiendo de las fluctuaciones de la tasa de cambio para el periodo de estudio, en donde en enero de 2014 cerró en \$2.008,26⁴⁹, mientras que en enero de 2015 cierra con un valor \$2.441⁵⁰ con un cambio del 21% en comparación con el año inmediatamente anterior, esto afectó a la economía de la ciudad de Pasto, especialmente a la actividad comercial que se ha visto influenciado por el flujo de extranjeros impulsados por los beneficios cambiarios, siendo este el motivo principal para investigar como la variación de la tasa de cambio afecto específicamente a la actividad comercial en el municipio de Pasto para los periodos de 2014-2015.

⁴³ CENAC. Boletín estadístico contexto sectorial: Estadísticas generales. Disponible En: Canales de Documentación [en línea]. 2016 [< www.cenac.org.co/apc-aa-files/.../boletin-pasto-nario-enero-2016.pdf>]

⁴⁴ CAMARA DE COMERCIO DE PASTO. Boletín Estadístico Movimiento del registro público, segundo semestre 2014. San Juan de Pasto, Julio de 2015, ISSN: 2346-1497. Pag 12.

⁴⁵ Ibid.

⁴⁶ CAMARA DE COMERCIO DE PASTO. Boletín Estadístico Movimiento del registro público, primer semestre 2014. San Juan de Pasto, diciembre de 2015, ISSN: 2346-1497. Pag 13

⁴⁷ Ibid.

⁴⁸ Ibid.

⁴⁹ BANCO DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA. Base de datos del Tasa de Cambio representativa del mercado (TRM). Serie histórica.

⁵⁰ BANCO DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA. Base de datos del Tasa de Cambio representativa del mercado (TRM). Serie histórica.

1.3.3 Formulación del problema:

Pregunta General:

- ¿Cuál fue el comportamiento de la actividad comercial de San Juan de Pasto frente al fenómeno de la devaluación del peso en relación al dólar para el período 2014-2015 en las relaciones comerciales colombo ecuatorianas?

Preguntas Específicas:

- ¿Cuál fue la estructura de las empresas de la actividad comercial de San Juan de Pasto frente al fenómeno de la devaluación del peso en relación al dólar para el período 2014-2015 en las relaciones comerciales colombo ecuatorianas?
- ¿Cómo se comportaron las compras de las empresas de la actividad comercial de San Juan de Pasto frente al fenómeno de la devaluación del peso en relación al dólar para el período 2014-2015 en las relaciones comerciales colombo ecuatorianas?
- ¿Cuál fue el volumen de ventas de las empresas de la actividad comercial de San Juan de Pasto frente al fenómeno de la devaluación del peso en relación al dólar para el período 2014-2015 en las relaciones comerciales colombo ecuatorianas?
- ¿Qué recomendaciones se plantearon para promover, fortalecer y continuar con las relaciones comerciales colombo ecuatorianas de San Juan de Pasto? 2015?

1.4 JUSTIFICACIÓN

Siempre ha existido una fuerte relación entre los países de Colombia y Ecuador, esto debido a que tienen asuntos en común como por ejemplo integración fronteriza, ambiental, social, económica, comercial, migratoria, política y cultural. En el año 2015 se ha visto el creciente tránsito fronterizo de ciudadanos ecuatorianos hacia Colombia especialmente a la ciudad de Pasto, los cuales se sienten motivados a comprar bienes colombianos debido a su bajo precio por ser adquiridos en dólares.

Por lo tanto se hace necesario realizar esta investigación para conocer de primera mano las condiciones como se han dado estas relaciones entre los dos países y como se ha visto afectada la actividad comercial de San Juan de Pasto, esto debido a que entre los años 2014 y 2015 se presentó una fuerte variación en la

tasa de cambio lo que generó que el peso colombiano se devaluara cerca al 40%⁵¹, lo cual explica la llegada masiva de ecuatorianos a comprar en el país.

La teoría que refuerza esta investigación, es el modelo gravitación H-O de Eli Heckscher y Bertil Ohlin, la cual explica el comercio existente entre Colombia y Ecuador, por tener características similares en cuanto a idioma, frontera, cercanía y vías de comunicación que facilitan el comercio entre los países en ambos sentidos, es por ello que esta investigación se realizará en el municipio de Pasto ya que en él se concentra el mayor dinamismo comercial del departamento, además si se tiene en cuenta su cercanía con el país ecuatoriano aumenta su atractivo para inversiones y compras.

El desarrollo de este trabajo es importante para el municipio de Pasto, debido a que la actividad comercial ha sido por años la más representativa dentro de la ciudad con una tendencia creciente, en su valor agregado con una tasa de variación de 5.6%⁵² anual en promedio, también es relevante para los empresarios, gobernantes e inversionistas, ya que puede convertirse en un instrumento con el cual se tomen decisiones y adopten estrategias que posibiliten la continuación y el fortalecimiento de las actividades comerciales entre los dos países.

Para las investigadoras fue pertinente tratar el tema sobre la variación de la tasa de cambio y las relaciones comerciales colombo – ecuatorianas, ya que permitió la confrontación del aprendizaje teórico frente al práctico, también identificar campos de ejercicio profesional a través de los cuales se pueda contribuir al crecimiento económico y social y por ende optar el título profesional.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 General

- Analizar el comportamiento de la actividad comercial de San Juan de Pasto frente al fenómeno de la devaluación del peso en relación al dólar para el período 2014-2015 en las relaciones comerciales colombo ecuatorianas.

⁵¹ Peso colombiano registra fuerte devaluación por la bajada de los precios del petróleo. Enero de 2016. Disponible En: [<https://mundo.sputniknews.com/americalatina/20160107/1055533040/peso-colombia-devaluacion.html>]

⁵²CEDRE. Cuentas economicas del municipio de pasto 2005-2010p. Sector terciario. Junio 2012, Pasto, Colombia ISBN 978-958-8609-43-0 pag 31.

1.5.2 Específicos

- Caracterizar la estructura de las empresas de la actividad comercial de San Juan de Pasto frente al fenómeno de la devaluación del peso en relación al dólar para el período 2014-2015 en las relaciones comerciales colombo ecuatorianas.
- Examinar las compras de las empresas de la actividad comercial de San Juan de Pasto frente al fenómeno de la devaluación del peso en relación al dólar para el período 2014-2015 en las relaciones comerciales colombo ecuatorianas.
- Analizar el volumen de ventas de las empresas de la actividad comercial de San Juan de Pasto frente al fenómeno de la devaluación del peso en relación al dólar para el período 2014-2015 en las relaciones comerciales colombo ecuatorianas.
- Plantear recomendaciones para promover, fortalecer y continuar con las relaciones comerciales colombo ecuatorianas de San Juan de Pasto. 2015

1.6 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

1.6.1 Universo de Estudio:

Sujetos: locales comerciales

Secretaria de Hacienda, Tesorería Municipal y Alcaldía Municipal.

1.6.2 Espacio Geográfico. El lugar donde se realizó la investigación es la zona comercial de la comuna uno de la ciudad de San Juan de Pasto

1.6.3 Tiempos a Investigar y a emplear. Los tiempos investigados en este trabajo son los años 2014 - 2015 y el tiempo que se empleó para la realización de la investigación fue de 12 meses, comprendidos entre los meses de mayo de 2016 a mayo de 2017.

2. MARCO DE REFERENCIA

2.1 MARCO TEÓRICO

Teniendo en cuenta la temática que se desarrolló en esta investigación, las teorías y estudios que se han realizado y se relacionan con el tema investigado son principalmente las teorías de tipo de cambio, comercio binacional e internacional. En cuanto al tipo de cambio, es el precio al cual se cotizan las monedas a nivel internacional en el mercado de divisas.⁵³

Por lo tanto, es relevante para la investigación, presentar la “*Teoría de la paridad del poder adquisitivo*”, su enfoque principal es que el PPA está unido a los modelos monetarios para la determinación del tipo de cambio, de manera que la hipótesis plantea que el valor de cada moneda se determina por su poder adquisitivo como inversa del nivel de precios, por lo tanto se establece un incremento en el nivel de precios interno, se asocia a una depreciación equivalente de la moneda nacional y genera una reducción del poder adquisitivo, según su principal autor Paul Krugman, los bienes deberían tener el mismo precio sin importar la moneda con la cual se haga dicha transacción.

Por otra parte, el mercantilismo afirmaba que la prosperidad de una nación o país depende principalmente de su capital y el volumen de comercio mundial.

Esta corriente sugiere que el Gobierno debería aplicar políticas proteccionistas a su economía, para de tal manera fomentar y apoyar las exportaciones y obstaculizar las importaciones con barreras arancelarias. A partir de esta concepción se creó que el desarrollo económico se consigue, gracias al comercio exterior, uno de sus exponentes fue Thomas Mun, el cual consideraba que la riqueza de una nación no solo era representada en el oro o la plata que está poseía sino en la abundancia de sus mercancías, las cuales al ser comercializadas obtendrían un superávit en la balanza comercial.

Pero esta teoría fue severamente criticada por la escuela neoclásica, la cual afirmaba que el Estado debe intervenir lo menos posible tanto en lo económico como en lo social y dejar que el mercado sea quien regule el equilibrio fundamental y el crecimiento económico. Esta teoría promueve el fortalecimiento de la economía nacional y la entrada a procesos globalizadores y de integración mundial.

⁵³ KRUGMAN, Paúl y WELLS, Robín. Introducción a la Economía. Macroeconomía Edición WORTH PUBLISHERS, traducida por Gotzone Pérez Apilanes. Editorial Reverté S.A. España.

Entre los autores más destacados de esta corriente se encuentra David Ricardo el cual afirmaba que el Estado era el mayor opositor del comercio internacional ya que lo impedía, Ricardo dio gran importancia a la especialización internacional y a la libre competencia. Según él los países deberían dejar de producir bienes o mercancías con tendencia a la ineficiencia y especializarse en aquellos productos que se fabrican con costos menores y en los cuales tengan gran ventaja, de esta manera solo tendría que importar bienes en los que son ineficientes, así serían competitivamente más eficientes que otros países del mundo, esta teoría es conocida como la de ventajas comparativas.

Para Ricardo la teoría de la ventaja comparativa constituye una explicación del comercio internacional basada en las diferencias de los costos del trabajo entre los países.

Otro modelo neoclásico que permite explicar porque se genera el comercio internacional entre los países es el realizado por Eli Heckscher y Bertil Ohlin, (modelo H-O), este modelo parte de las teorías formuladas por Ricardo sobre las ventajas comparativas, estos autores afirman que lo que explica el comercio es la escasez relativa de los factores de unos y otros países, lo que indica que ya no es la productividad la que genera el comercio sino las diferentes dotaciones factoriales que existen entre los países.

Afirman también, que los países desarrollados exportan productos intensivos en capital y con un mayor valor agregado, mientras que los países en vía de desarrollo exportan bienes intensivos en trabajo, los autores concluyen que existirá un alto volumen de intercambio entre países de diferente nivel de desarrollo, por el contrario, existirá un menor comercio entre países similares. Según esta teoría el comercio internacional ayudará a reducir la abundancia y escases de factores con lo cual se eliminará los costos relativos.

Otro estudio que puede predecir el flujo de comercio entre los países, es el modelo gravitacional del comercio, realizado por Walter Isard y mejorado por el premio nobel Jan Tinbergen, este modelo explica que el comercio entre dos países depende principalmente del tamaño de su población, del PIB y la distancia existente entre los países que comercializan. Ellos afirman que la masa afecta el comercio debido a que determina la amplitud del mercado, otro factor que afecta el comercio es la distancia, debido a los costos ocasionados por el transporte. Esto indica que entre más cerca se encuentren los países mayor flujo comercial existirá entre ellos.

El modelo gravitación también incluye variables dicótomas, que buscan reflejar características propias de los países, entre las más relevantes son lenguaje y frontera, ya que se supone que un mismo idioma facilita el comercio, al igual que si tiene una frontera en común. Otra variable que se suele encontrar en estos

modelos es la que indica si el país cuenta con salida al mar o es una isla, ya que esta condición geográfica favorece el comercio.

Otro autor que desarrollo teorías de comercio exterior fue, Paul Krugman, él explica como algunos elementos de las economías de escala y la competencia imperfecta juegan un papel determinante para la existencia de los modelos de competencia monopolística, dumping recíproco; y un tercer modelo de economía geográfica, teorías que pueden explicar el comercio binacional entre Colombia y Ecuador.

Krugman, basa su teoría de comercio internacional en el concepto de economías de escala, la cual afirma que los países se especializan en algunos bienes y servicios, dado que, a mayores volúmenes de producción, menores costos lo que a su vez facilita la oferta de productos, y se traduce en un beneficio para los consumidores ya que permite disminuir los precios.

En cuanto al modelo de dumping recíproco afirma que, existe la posibilidad de un comercio internacional basado exclusivamente en la competencia imperfecta. El dumping se produce cuando una empresa monopolista establece un precio menor para sus exportaciones que para las ventas en el mercado nacional, es decir se hace discriminación de precios, sin tener en cuenta el impacto a sus competidores. Así el dumping recíproco se produce cuando dos empresas monopolistas practican el dumping, cada una en el mercado de la otra, lo que puede dar lugar al intercambio de una misma mercancía, o a una muy similar

Este autor también creó el término economía geográfica, en donde explica que existen unos aspectos importantes para el crecimiento económico y que estos fomentan el comercio entre países, por ejemplo, la distancia, los costos de transporte y los rendimientos crecientes, los cuales explican las desigualdades en la distribución nacional y mundial. Esta nueva geografía económica se dedica principalmente a explicar a las economías de aglomeración, lo cual hacen referencia a la proximidad geográfica a un gran mercado que permita reducir los costos de transporte, a las ventajas de comunicación que se pueden lograr con unas infraestructuras adecuadas, a los desbordamientos tecnológicos, a la cultura empresarial, a la voluntad de proximidad geográfica entre productores y proveedores.

Según el autor Nilo Meza, en su libro "*Espacios regionales fronterizos teórica, política y práctica del desarrollo y la integración fronteriza*", afirma que en general en las zonas de fronteras de los países latinoamericanos abundan ciertas variables que afectan directa o indirectamente el desarrollo comercial de estas zonas del país, los cuales son:

- Falta de infraestructura vial, este es uno de los factores más determinantes en el comercio colombo-ecuadoriano, ya que del lado colombiano la vía que

une a estos dos países es precaria ya que no es doble calzada lo cual demora el trayecto y vuelve ineficaz el comercio.

- Escasa dotación de infraestructura de servicios básicos, por años el departamento de Nariño ha sido uno de los más olvidados por el gobierno nacional, lo cual ha generado poca inversión en vías, servicios básicos, empleo, educación, entre otras, esto se ha traducido en comercio ilegal es decir contrabando y ventas ambulantes que afectan profundamente a los comerciantes que tiene un local comercial.

2.2 MARCO CONTEXTUAL

Esta investigación se realizó en el municipio de Pasto y para lo cual se determinaron las características físicas, geográficas, económicas, socio-culturales, turísticas, gastronómicas y políticas que posee el municipio y que se consideran importantes conocerlas para profundizar la información de la investigación que se presenta aquí.

A continuación, se presenta un breve resumen de cada una de las situaciones que concierne tratar para la presente investigación.

San Juan de Pasto, capital del departamento de Nariño, la ciudad ha sido centro administrativo cultural y religioso de la región desde la época de la colonia. Es también conocida como *Ciudad sorpresa de Colombia*

El municipio está situado en el sur occidente de Colombia, en medio de la cordillera de los Andes en el macizo montañoso denominado Nudo de los Pastos, la ciudad está situada en el denominado Valle de Atríz, al pie del volcán Galeras y cerca de la línea del Ecuador.

El territorio municipal en total tiene 1.181 km² de superficie de la cual, el área urbana es de 26.4 km².⁵⁴

Situación Económica: En el área urbana las principales actividades económicas son el comercio y los servicios con algunas pequeñas industrias o microempresas, de las cuales cerca del 50% corresponden a la manufactura artesanal. Las empresas nariñenses de mayor tamaño se localizan en Pasto, y corresponden principalmente a productos alimenticios, bebidas y fabricación de muebles. El desarrollo de la actividad comercial se da, principalmente con el vecino país de Ecuador, y con los departamentos del Cauca y Valle del Cauca, durante el año anterior las actividades económicas que más dinamismo tuvieron según el DANE fueron la construcción, agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca.

⁵⁴ [https://es.wikipedia.org/wiki/Pasto_\(Colombia\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Pasto_(Colombia))

En cuanto a las demás variables macroeconómicas según información suministrada por el DANE en el año 2015, el municipio presentó una elevada tasa de desempleo siendo esta del 9.2%,⁵⁵ la cual está ubicada por encima de la tasa de desocupación nacional que es del 8.9%. Por otra parte, el IPC para el año 2015 a nivel nacional se situó en 6.77% la inflación más alta de los últimos siete años y para el municipio de Pasto fue de 7.58%⁵⁶.

Según un análisis realizado por el CEDRE, el PIB del municipio de Pasto tiene una dinámica económica que se caracteriza por ser cíclica y volátil, esto debido a que la economía del municipio se ve afectada por las políticas nacionales, regionales e internacionales, esto se observa cuando se presentan fluctuaciones en el precio del dólar, ya que afecta directamente el comercio del municipio, ya que es esta actividad la segunda rama económica que más aporta al PIB de Nariño.

Acceso terrestre: El municipio de Pasto está conectado hacia el norte por vía terrestre con Popayán y hacia el sur a 78 km de distancia con Ipiales en la frontera con la República del Ecuador a través de la Carretera panamericana, hacia el occidente la ciudad se comunica con el puerto de Tumaco sobre el océano Pacífico, por medio de una carretera pavimentada de 284 km, y hacia el oriente con Mocoa en el Departamento de Putumayo con una carretera de aproximadamente 145 km.

Para el transporte intermunicipal nacional terrestre existe un terminal en el que operan las principales empresas y por el cual pasan aproximadamente 2 millones de pasajeros al año.

Acceso aéreo

El Aeropuerto Antonio Nariño a 35 km de la ciudad, en la localidad cercana de Chachagüí, ofrece conexiones aéreas nacionales a través de empresas aéreas colombianas como Avianca y Satena, actualmente en remodelación por ampliación.

2.3 MARCO LEGAL

El desarrollo de esta investigación se rigió bajo la siguiente normatividad, que tiene como finalidad mantener la estabilidad macroeconómica a fin de velar por el bienestar de la sociedad.

⁵⁵ <http://www.dane.gov.co/index.php/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>. Mercado laboral Pasto 2015.

⁵⁶ http://obiee.banrep.gov.co/analytics/saw.dll?Go&_scid=UtXxmCO3xyg. Índice de precios al consumidor, por ciudad - serie por año.

✓ **Constitución Política de Colombia 1991. Título XII. Capítulo 6 Banca Central Artículo 371.**⁵⁷

Por medio de este artículo se le asigna al Banco de la República como persona jurídica, autonomía administrativa, patrimonial y técnica. Entre las funciones más importantes está el de regular la moneda los cambios internacionales y de crédito; podrá emitir legalmente la moneda; será el encargado de administrar las reservas internacionales y servirá al gobierno como agente fiscal, todo lo anterior acorde con la política económica general.

✓ **Código de Comercio de Colombia, Decreto 410 de 1971. Título III: Del Registro Mercantil. Artículo 31: Plazo para solicitar matrícula mercantil.**⁵⁸

Para efectos legales un establecimiento deberá cumplir con los requerimientos de ley, entre los cuales está la solicitud de la matrícula mercantil al mes siguiente de que se empezó a ejercer el comercio o apertura del mismo.

✓ **Acuerdo de complementación económica N° 59. TITULO II: Programa de Liberación Comercial.**⁵⁹

Por medio del presente acuerdo, las partes contratantes Colombia-Ecuador-Venezuela y MERCOSUR, conforman una zona de libre comercio por medio del cual se acogen a un Programan de Liberación Comercial, aplicado a los productos originarios y procedentes de los territorios de las partes signatarias⁶⁰; para lo cual se realiza una desgravación progresiva y automática que se aplican sobre los aranceles vigentes, aplicando preferencias a los países con los cuales se realice el presente acuerdo.

✓ **Constitución Política de la República del Ecuador. Artículo 242.**

Con este artículo, Ecuador adopta el dólar americano como moneda nacional, ya que el Banco Central del Ecuador tiene como prioridad asegurar para sus habitantes una existencia digna con acceso al trabajo, bienes y servicios.

✓ **Reformas a la Ley de Régimen Monetario y Banco del Estado. Artículo 1.** Mediante el anterior artículo el Congreso de Ecuador da una explicación de cómo será el nuevo esquema monetario y cuáles son las nuevas reformas en la Ley de

⁵⁷ Constitución de Colombia 1991.

⁵⁸ Cámara de Comercio. Código de Comercio de Colombia. Bogotá, D.E., 27 marzo de 1971

⁵⁹ Sistema de Información sobre Comercio Exterior. Acuerdo de Complementación Económica. Disponible en: http://www.sice.oas.org/trade/mrcsrac/eca1_s.asp Última consulta: 5 de octubre de 2016

⁶⁰ Signatarias: hace referencia al participante del acuerdo que firman como constancia de aceptar los términos de un documento.

Régimen Monetario y Banco del Estado, lo cual traerá cambios sustanciales a fin de atraer inversión extranjera y reactivar la economía nacional.

✓ **Artículo 98 del Acuerdo de Cartagena. Resolución 494 del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI).**

Mediante la implementación de esta medida Ecuador, aplicó durante todo el año 2009 una salvaguarda cambiaria a 1346 productos provenientes de Colombia, para corregir las alteraciones causadas por la devaluación del peso colombiano.

✓ **Artículo 98 del Acuerdo de Cartagena. Resolución 50 del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI)**

A partir del 5 de enero de 2015, los productos provenientes de Colombia y Perú estarán sujetos a una sobretasa del 21 % y 7% respectivamente, esto debido a que se ha visto afectado las condiciones de competencia en las relaciones comerciales con estos países, ya que los productos importados puedan ingresar al territorio ecuatoriano a precios menores, lo que incide en la competencia con la producción nacional y puede generar un incremento de las importaciones, afectando también la liquidez de la economía ecuatoriana.

✓ **Ley 905 de 2004**

Mediante la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de las micros, pequeñas y medianas empresas colombianas y se dictan otras disposiciones, entre las cuales las que determinan que para efectos legales se entiende por las micro empresas las siguientes: empresas familiares, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana.

2.4 MARCO CONCEPTUAL

Dentro del marco conceptual se planteó la utilización de los siguientes conceptos alusivos al trabajo denominado “Comportamiento de la actividad comercial de San Juan de Pasto frente al fenómeno de la devaluación del peso en relación al dólar para el período 2014-2015 en las relaciones comerciales colombo ecuatorianas.”

- **Call:** es parte de la política monetaria de un país, realizada por el Banco de la Republica, es una opción para con el fin de poner divisas en circulación, se usa para reducir el impacto de la devaluación de la moneda nacional.

- **Comercio:** se denomina comercio, a la actividad económica que se realiza de manera libre en el mercado de compra y venta, generando un intercambio de materias primas, productos, servicios libres de cualquier transformación o agregado de valor entre individuos y empresas con el fin de ser consumidos, vendidos o transformados.
- **Devaluación:** se presenta cuando existe un movimiento en el que sube el precio del dólar, es decir que se entrega más moneda doméstica a cambio de la moneda extranjera lo que indica que se presenta una pérdida del poder adquisitivo.
- **Dumping:** se produce cuando hay un acuerdo entre dos empresas monopolistas, con el fin de acordar los precios en las mercancías y de tal forma apoderarse del mercado con bajos precios a los consumidores.
- **Economías de escala:** se refiere a que los países se especialicen en pocos bienes y servicios, dado que la mayor producción mejora sus beneficios al disminuir sus costos, son propias de la competencia imperfecta.
- **Local comercial:** hace referencia a un espacio físico en donde se ofrecen bienes y mercancías para su venta al público.
- **Servicio:** Son todas aquellas actividades que suplen las necesidades de los clientes, por lo general un servicio es intangible y son de carácter público o privado.

3. METODOLOGÍA

3.1 TIPO DE ESTUDIO

El tipo de estudio que se asumió para el tema planteado fue: cualitativo, cuantitativo, analítico, propositivo y relacional de las dos variables existentes, las cuales son tasa de cambio e indicadores de la actividad comercial, de esta manera se permitió realizar un estudio que abarcó la problemática desde una perspectiva global, con un orden lógico y cronológico hasta llegar a los hechos locales, de esta forma se dio un enfoque preciso de la situación con el fin de cumplir con los objetivos propuestos en esta tesis.

El enfoque de la investigación se inició con un tipo de estudio cualitativo, ya que a partir de esta se conoció de antemano las relaciones comerciales existentes entre Colombia-Ecuador y sus antecedentes históricos. En lo relacionado a lo cuantitativo, es de suma importancia el estudio en base a los datos económicos históricos, de manera se logró un comparativo entre los años estudiados y adicionar la información que se obtuvo por medio de la investigación en cuanto a la economía de San Juan de Pasto.

Teniendo en cuenta los anteriores enfoques, no se puede dejar de lado el tipo de estudio analítico, debido a que las investigadoras analizaron detalladamente los hechos históricos y los datos que se obtuvieron de las diferentes fuentes de información, esto con el fin de dar a conocer la problemática y su posible solución a la investigación.

Al finalizar la investigación se encuentra el tipo de estudio propositivo ya que, a partir de los resultados obtenidos, se plantean alternativas que posiblemente den solución a los problemas encontrados dentro de la economía de la ciudad de San Juan de Pasto.

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

La ciudad de San Juan de Pasto se encuentra dividida en 12 comunas, de las cuales la comuna uno corresponde a la de mayor flujo comercial, empresarial y bancario. Es por ello que para el caso específico de esta investigación se trabajó con esta comuna la cual esta encuentra compuesta por 21 barrios, los cuales son: San José obrero, las Américas, Bomboná, San Agustín, Santiago, Los dos Puentes, Avenida Santander, Caracha, el Churo, el Cilindro, la Panadería, Avenida Boyacá, San Andrés, Centro, el Portalito, el Parque, Huallaguanga, Marcos de la Rosa, San Andresito, San José, Condominio Santiago.

Para la recolección de datos fue necesario determinar el número de calles y carreras que conforman la jurisdicción de la comuna uno, se logró determinar que esta comuna empieza en la calle 5 y termina en la calle 22, en cuanto a carreras inicia en la 19 y termina en la 30, lo cual daba 17 calles y 11 carreras donde se realizaron las encuestas. Para facilitar el proceso de recolección de información se prosiguió con la división por cuadrantes de estas zonas, quedando un total de 14 cuadrantes, de los cuales aleatoriamente se escogieron 7, ya determinado estos cuadrantes se decidió realizar las encuestas a los locales comerciales cuya nomenclatura terminara en número par.

✓ Encuestas

A partir de la base de datos suministrada por la cámara de comercio sobre el número de locales comerciales en el municipio de Pasto el cual es de 16.320, se decidió filtrar esta información por ubicación seleccionando solo los locales comerciales que se encontraran dentro de la comuna uno de la ciudad de Pasto, este proceso dio como resultado 3.082 locales dentro de esta zona, con una confianza del 93% y un error del 7% se logró determinar el número de encuestas que se realizaron

✓ Muestra

$$Z: 1.93 \quad e: 0.07 \quad p: 0.5 \quad q: 0.5$$
$$\text{Muestra}(n) = \frac{(N) * Z^2 * p * q}{(N-1) e^2 + Z^2 p q} = \frac{2870}{16} = 179$$

$$n=179$$

Al aplicar la muestra con los datos de la nueva población, se encontró que para los locales comerciales se aplicaron 179 encuestas, con el fin de recolectar información relevante para el desarrollo de esta investigación en la zona comercial del municipio de Pasto.

3.3 DISEÑO DE PROCEDIMIENTOS Y METODOS

Para el desarrollo de esta investigación “Comportamiento de la actividad comercial de San Juan de Pasto frente al fenómeno de la devaluación del peso en relación al dólar para el período 2014-2015 en las relaciones comerciales colombo ecuatorianas.” Se manejaron las siguientes fuentes de información:

- Primaria: la información fue recolectada en forma directa a través de una encuesta a los locales comerciales ubicados en la comuna uno de la ciudad de San Juan de Pasto, ya que era necesario conocer la información de

manera clara y precisa, para el desarrollo de la investigación aquí presentada.

- Secundaria: Esta información se recolectó a través de libros, estudios, investigaciones y ensayos realizados anteriormente con el tema de la investigación.
- Terciaria: la información fue obtenida mediante la consulta de varios documentos digitales y Páginas Web.

4. DEMOSTRACIÓN DE OBJETIVOS

4.1 ESTRUCTURACIÓN DE LAS EMPRESAS DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE SAN JUAN DE PASTO FRENTE AL FENÓMENO DE LA DEVALUACIÓN DEL PESO EN RELACIÓN AL DÓLAR PARA EL PERÍODO 2014-2015 EN LAS RELACIONES COLOMBO ECUATORIANA.

Para la solución de este objetivo, se utilizó la base de datos de la cámara de comercio, a partir de ahí se obtuvieron 179 locales comerciales, que fueron encuestados y sirvieron para realizar la caracterización de las empresas comerciales de la comuna uno de la ciudad de Pasto.

Teniendo en cuenta la importancia de la caracterización de las empresas encuestadas, y con el fin de darle un orden y estructura a la respuesta de este primer objetivo específico se plantean subtemas, que contribuyeron notablemente a su descomposición y comprensión, así:

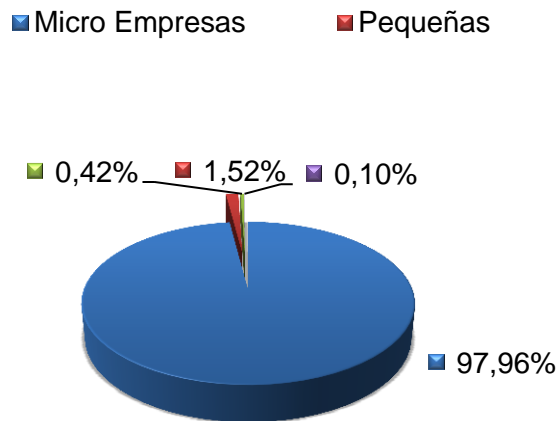
4.1.1 Clasificación locales comerciales. Para la clasificación de los locales comerciales se tuvo en cuenta la legislación colombiana, la ley 905 de 2004 ⁶¹ donde se explica cuáles son los parámetros establecidos para la clasificación de las empresas por tamaño las cuales son:

Las microempresas son aquellas unidades productivas que poseen 10 trabajadores como máximo y sus activos totales son inferiores a 501 SMMLV. Las pequeñas empresas son las que tienen entre 11 y 50 trabajadores y sus activos se encuentran entre 501 y 5.000 SMMLV. Las medianas empresas son aquellas que poseen entre 51 y 200 empleados y tienen activos entre 5.001 y 30.000 SMMLV. Finalmente, las grandes empresas son aquellas que poseen una planta de personal mayor a 200 personas y cuyos activos sean superiores 30.000 SMMLV.

Para los años 2014-2015 los tamaños de las empresas que prevalecen en la comuna uno son micro y pequeñas, lo cual representan 99,48% del universo empresarial de esta comuna, por otro lado, las empresas medianas y grandes dentro del municipio de Pasto no llegan a representar ni siquiera el 1%.

⁶¹ Bancoldex. Clasificación De Empresas En Colombia. Disponible en: <https://www.bancoldex.com/Sobre-microempresas/Clasificacion-de-empresas-en-Colombia315.aspx>. Última consulta 15 de mayo de 2016.

Gráfico 1. Clasificación locales comerciales 2014-2015.

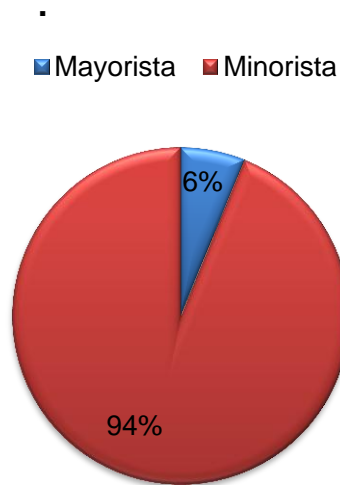


Fuente: Cálculos propios a partir del Registro Mercantil suministrado por la Cámara de Comercio. Año 2014-2015.

Estos datos nos permiten identificar que el tejido empresarial de la comuna uno del municipio de Pasto está conformado mayoritariamente por establecimientos microempresariales, los cuales desarrollan actividades con bajas posibilidades de ingresos, pocas garantías laborales y recurriendo a lo que se conoce como generación de autoempleo, estas características han hecho que la economía local sea tercerizada, basada principalmente en el comercio y los servicios, este sector ha aumentado de manera continua y progresiva durante los últimos años, lo cual lo convierte en el sector principal de la economía del municipio de Pasto.

4.1.2 Tipo de distribución. Siguiendo con la caracterización de las empresas, en cuanto al tipo de distribución que estos establecimientos comerciales realizan es en su gran mayoría minoristas alcanzando cerca del 94% y solo el 6% de estos locales comerciales tienen distribución mayorista, haciendo evidente la poca industria que existe dentro del municipio ya que la economía de la ciudad es tercerizada debido a ello el sector servicios es el que prevalece en la ciudad.

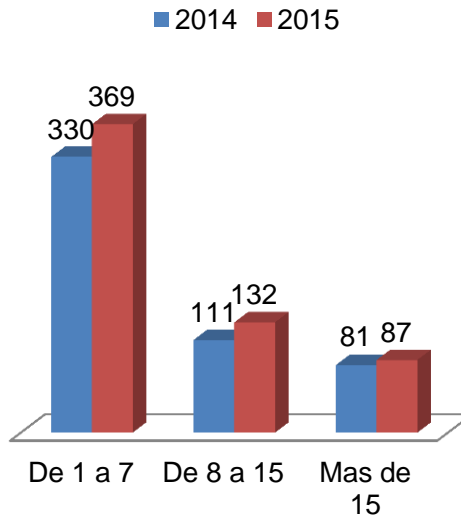
Gráfico 2. Tipo de Distribución



Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015

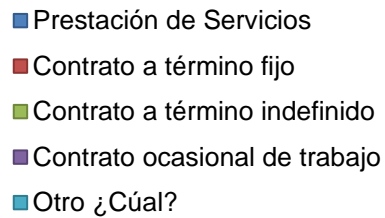
4.1.3 Número de empleados del área administrativa 2014 – 2015. En cuanto al número de empleados contratados para el área administrativa y el tipo de contratación que estos tienen, se puede inferir que entre los años 2014 y 2015 hubo un aumento en el personal contratado para estos cargos pasando de 522 a 588 respectivamente, ya que según respuestas de los propios comerciantes fue necesario contratar profesionales que llevaran un control más preciso de compras y ventas, además el tipo de contratación de estos fue a término fijo, representando el 44%; seguido por el término indefinido con un 24%; el contrato ocasional de trabajo tiene un 20%; y finalmente con un 12%; está la prestación de servicios.

Gráfica 3. Empleo Área Administrativa



Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015.

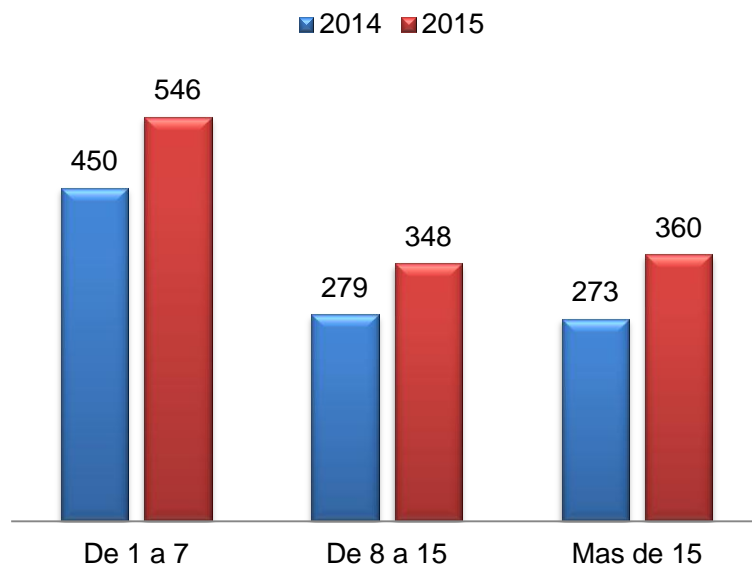
Gráfica 4. Tipo de contratación.



Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015.

4.1.4 Número de empleados del área de ventas años 2014 – 2015. En cuanto al número de empleados contratados para el área de ventas entre los años 2014 y 2015 hubo un aumento en el personal contratado pasando de 1002 a 1254 respectivamente, lo que significa un porcentaje cercano al 80%; ya que las ventas en muchos de estos establecimientos aumentaron significativamente y fue necesario contratar personal para suplir la cantidad de compradores nacionales y extranjeros que llegaron a la ciudad de Pasto.

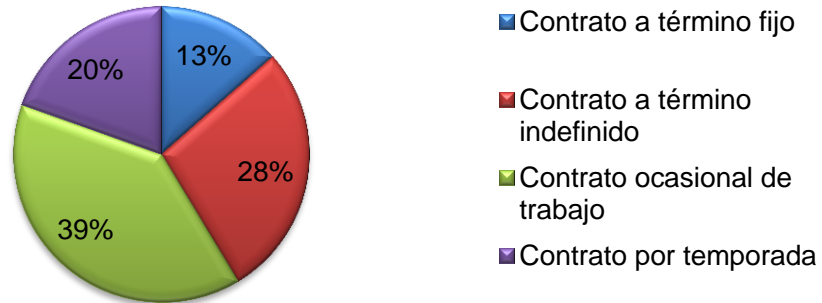
Gráfica 5. Empleo Área Ventas.



Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015.

Además, el tipo de contratación que más se utiliza en esta área es el contrato ocasional de trabajo con 39%; seguido por el término indefinido con un 28%; contrato por temporada con 20%; y finalmente con un 13%; está el contrato a término fijo.

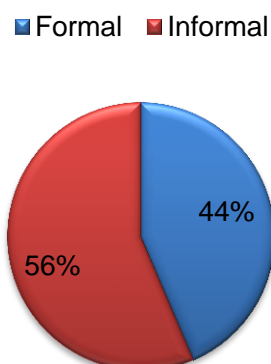
Gráfico 6. Tipo Contratación Area Ventas



Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015

4.1.5 Tipo de empleo. Para continuar con la caracterización de las empresas de la comuna uno de San Juan Pasto, se debe especificar que el tipo de empleo que prevalece en esta zona es el informal con un 56% es decir que, de cada 100 personas ocupadas, 56 tienen labores informales. Esto indica que estas empresas no pagan prestaciones sociales a sus trabajadores, ya que no disponen del dinero suficiente para cubrir todas las exigencias del Estado, este tipo de empleo ha servido para que el desempleo en la ciudad de Pasto no sea aún mayor, y aunque es de mala calidad y con baja remuneración salarial es aceptado por los trabajadores para solventar sus necesidades básicas. Por otra parte, solo el 44% de estas empresas ofrecen empleo formal es decir que cumplen con lo determinado por la ley colombiana.

Gráfico 7. Tipo de Empleo



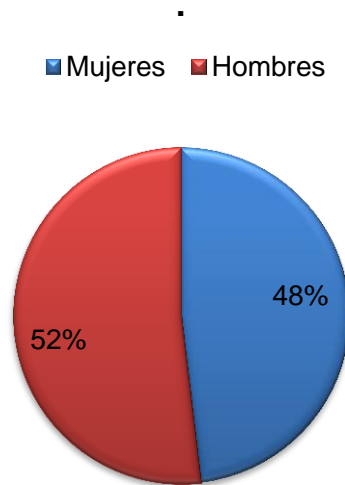
Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015

4.1.6 Género del personal contratado. En cuanto a personal contratado por género se puede inferir que las empresas de la comuna uno emplea más hombres que mujeres, correspondiente al 52% frente al 48% respectivamente, cabe resaltar que según proyecciones del DANE en cuanto a demografía en la ciudad de Pasto, el número de mujeres supera en un 3,7%⁶² al número de hombres, lo cual incrementa el desempleo en la población femenina, la cual muchas veces se siente excluida y vulnerable al momento de solicitar empleo.

Este mayor desempleo en las mujeres del municipio de Pasto se explica porque el departamento de Nariño por años ha sido víctima de violencia y desplazamiento forzado, y la mujer se ha visto obligada en algunos casos a buscar empleo, esto se ha traducido en una mayor concentración poblacional dentro de la ciudad, lo cual ha generado presiones sobre la oferta de trabajo que no ha sido absorbida por la demanda, lo cual genera desempleo e informalidad.

⁶² Diagnostico socioeconomico y del mercado de trabajo Ciudad de Pasto. Pag. 7

Gráfica 8. Personal Contratado

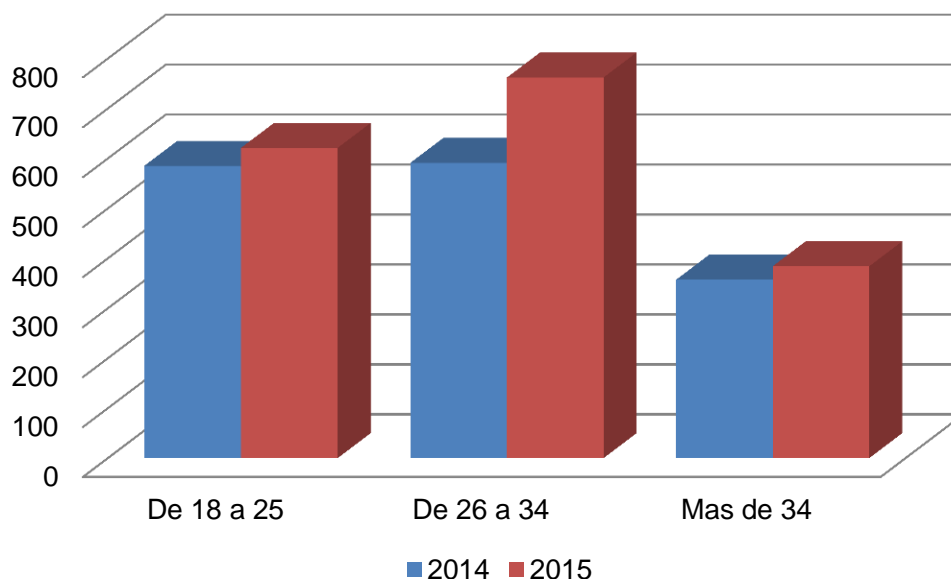


Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015

4.1.7 Edad del personal contratado para los años 2014 y 2015. Siguiendo con la estructura del empleo de la ciudad, para el año 2014 los empresarios de la comuna uno de San Juan de Pasto, prefirieron contratar personal entre los 26 y 34 años con un 39%; seguidos por los de 18 a 25 años con 38%; y en la última posición se encuentran las personas de más de 34 años con un 23%; Para el año 2015 se mantiene esta tendencia en donde el personal más empleado son las personas de 26 a 34 años que suben hasta un 43%; siguen las personas de 18 a 25 años con un 35%; y finalmente se encuentran las personas de más de 34 años que obtienen un 22%.

Esto indica que existe una mayor contratación de personal joven ya que estos son los que mejor se acomodan al tipo de empleo que ofrecen estos establecimientos, un empleo de baja calidad sin prestaciones sociales y con baja e inestable remuneración salarial.

Gráfico 9. Edad personal contratado 2014-2015



Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015

4.1.8 Nivel educativo del personal años 2014 – 2015. Para complementar la información anterior se analizó el nivel educativo del personal contratado por los establecimientos comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto para los años 2014 y 2015, en el cual se ve reflejado que las personas con educación básica media son los más contratados por estos negocios con un 58%; seguidos por las personas con educación superior con 26%; continúan los tecnólogos con un 9%; técnicos con un 7%; y finalmente las personas con especializaciones no alcanzan el 1%.

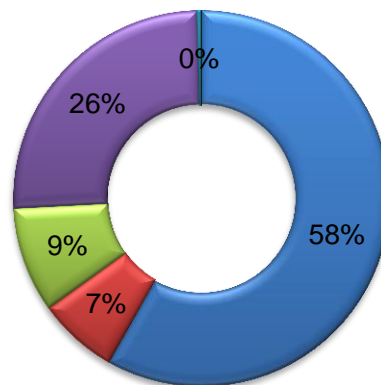
El secretario adjunto de la CEPAL, Antonio Prado afirmó en el foro “la promoción del trabajo decente para los jóvenes, nuevas capacidades para nuevos empleos” que *“Mientras más bajo sea el nivel educativo de los jóvenes, menor será su acceso a empleos de calidad y alta productividad, particularmente entre las mujeres”*⁶³.

⁶³ Alto Nivel. Calidad De Empleo Vs Nivel Educativo. Disponible [En: \[http://www.altonivel.com.mx/calidad-de-empleos-vs-nivel-educativo/\]](http://www.altonivel.com.mx/calidad-de-empleos-vs-nivel-educativo/). Consultado por ultima vez 20 de mayo de 2018.

La anterior cita reafirma lo que se vive en este momento dentro del municipio de Pasto, ya que las mujeres y los jóvenes son los más perjudicados a la hora de conseguir empleo y de igual forma en el momento de la remuneración salarial debido al bajo nivel educativo que tienen algunos de ellos.

Gráfico 10. Nivel Educativo Del Personal

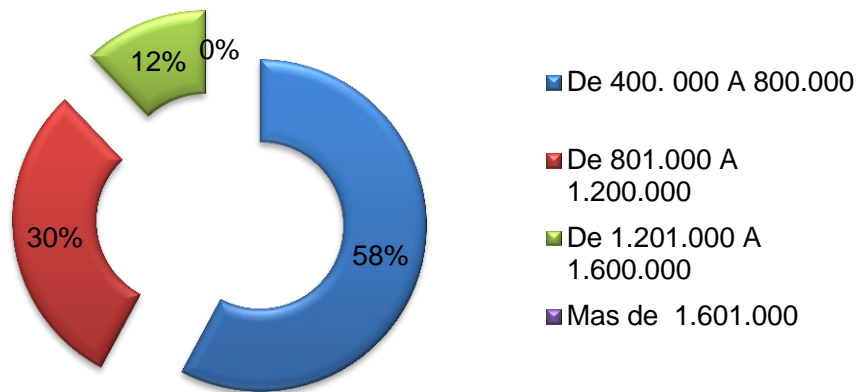
■ Bachiller ■ Técnico ■ Tecnólogo ■ Superior ■ Especialización



Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015

4.1.9 Salario devengado del personal contratado. Para finalizar el primer capítulo de caracterización de las empresas comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto, se analizó lo relacionado con los salarios devengados por estos trabajadores y se pudo establecer que más de la mitad, es decir el 58% de estos ganaron entre 400.000 y 800.000 pesos mensuales, lo que indica que reciben por sueldo lo mínimo legal vigente establecido por la ley colombiana; el 30% de estas personas empleadas recibieron entre 801.000 y 1.200.000 pesos; por otra parte solo el 12% de las personas que trabajan en la actividad comercial ganaron entre 1.201.000 y 1.600.000 pesos.

Gráfico 11. Salario Devengado



Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015

De acuerdo con lo desarrollado en el capítulo anterior, se puede determinar que dentro del municipio de Pasto existe una brecha entre la oferta y la demanda de trabajo, ya que es una de las ciudades que históricamente registra las mayores tasas de desempleo a nivel nacional, se determinó que existe una inequidad entre los hombres y las mujeres al solicitar empleo, así como para el pago por sus servicios.

Dentro de la ciudad prevalece el empleo informal, según los comerciantes es muy costoso mantener a un trabajador con todo lo exige la ley colombiana, además el pago de impuestos y requisitos para crear y mantener nuevas empresas son muy elevados, lo que hace que el empleo que se ofrece por parte de estas, sea de baja calidad, siendo los más perjudicados con estas medidas los jóvenes y las mujeres que por necesidad y poca formación educativa aceptan esta clase de empleos.

4.2 ANÁLISIS DE LAS COMPRAS DE LAS EMPRESAS DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE SAN JUAN DE PASTO FRENTE AL FENÓMENO DE LA DEVALUACIÓN DEL PESO EN RELACIÓN CON EL DÓLAR PARA EL PERÍODO 2014-2015 EN LAS RELACIONES COMERCIALES COLOMBO ECUATORIANAS.

Para responder al objetivo principal de la investigación realizada, la respuesta de este objetivo específico es importante para el desarrollo en general del trabajo, por

lo tanto, en el presente objetivo se planteó evaluar las 179 empresas de la muestra tomada de la comuna uno de la ciudad de San Juan de Pasto.

Es decir, en segunda instancia, el desarrollo en sí, de la investigación permitió reconocer la importancia de las compras dentro de las diferentes empresas encuestadas, con lo cual se pretendía conocer la estructura de compras y como se desempeñó en los periodos 2014-2015, con el fin de revelar las variaciones que genero el efecto de la tasa de cambio del peso/dólar en la actividad comercial investigada.

Inicialmente será necesario conocer, la connotación de las compras dentro de una empresa, de manera que es uno de los procesos que se destacan dentro de la razón de la misma, ya sea de servicios, industrial o comercial, como es el caso de la presente investigación. El primer paso para las empresas está dado, por las compras, siendo uno de los criterios básicos, para la adquisición de los productos necesarios para la elaboración y/o comercialización dentro de su establecimiento, ya que de esto depende la rentabilidad y la calidad que se pretende ofrecer. Es por ello que la compra deja de ser una actividad más de las empresas, convirtiéndose en una estrategia en cada organización, con lo cual competirá por seleccionar el proveedor con el que obtengan productos de alta calidad, al menor costo posible. *Según Ballou, Ronald H. 1991, considera que las compras representan un papel importante dentro de las organizaciones, ya que por lo general representan el 40% y 60% del valor de las ventas del producto final, por lo tanto, reducciones en los costos, por más pequeños que se consideren, pueden tener un impacto significativo sobre los beneficios, en comparación con mejoras en otras áreas de la organización.*⁶⁴

Teniendo en cuenta la importancia de las compras dentro de las empresas, y con el fin de darle un orden y estructura a la respuesta de este objetivo específico se plantean subtemas, que contribuirán notablemente a su descomposición y comprensión, así:

4.2.1 Agrupación de empresas de acuerdo con los productos a comercializar.

Las empresas comerciales, se clasifican de acuerdo con los productos, a los cuales destinan sus recursos en la compra de bienes materiales, sin distinción de que sean materias primas o productos terminados, siempre y cuando estén listos para comercializar, debido a que las empresas de las que trata la investigación no pueden realizar ningún proceso de transformación en ellos.

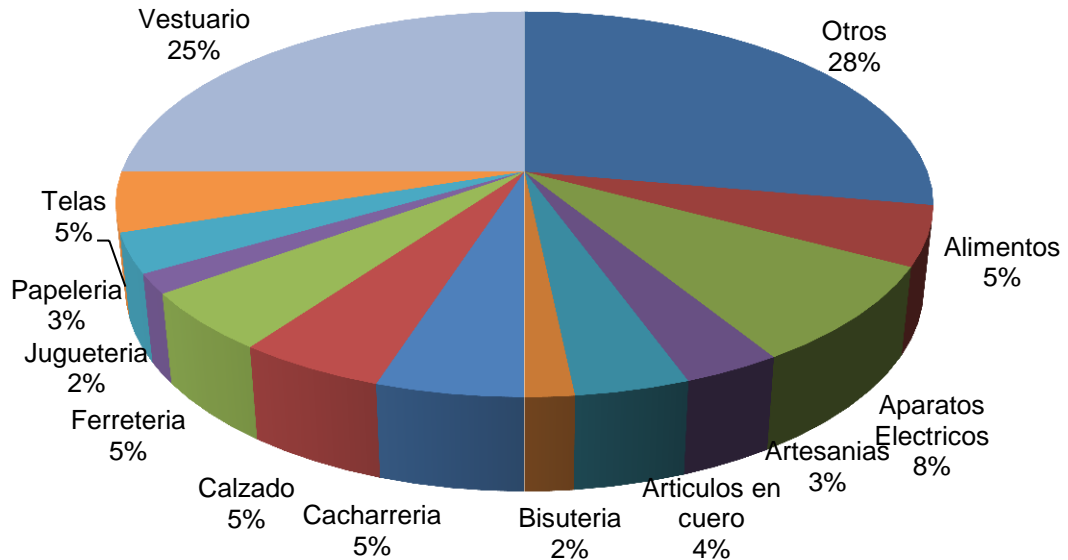
En este objetivo se identificó y clasificó, la muestra de las empresas encuestadas de la comuna uno de la ciudad de San Juan de Pasto, de acuerdo con los

⁶⁴ Gestipolis. La Gestion En Compras. Disponible En: [<https://www.gestipolis.com/la-gestion-de-compras/>]. Ultima consulta 6 junio de 2018

productos comprados en los periodos de estudio, con los que se agrupó el proceder de las empresas y el entorno comercial en el que se desenvolvían. En lo referente a los resultados, se presentarán en porcentaje y número de establecimientos, de las encuestas realizadas a la muestra de las 179 en estudio, de las cuales se obtuvo lo siguiente:

Los establecimientos dedicados a la compra de vestuario en general, representó el 25% concerniente a 45 empresas; el 8% correspondió a 15 establecimientos dedicados a la compra de aparatos electrónicos; además, se encontró el 5% representado por 9 establecimientos que se dedicaban a comercializar los siguientes productos: 9 de calzado, 9 de telas, 9 de ferretería, 9 de cacharrería y 9 de alimentos; mientras por otra parte el 4% correspondió a 7 establecimientos de artículos de cuero; el 3% estuvo dado por 6 empresas de las siguientes: artesanía y papelería; y finalmente el 2% que fueron establecimientos dedicados a bisutería y juguetería con 3 establecimientos por cada uno; sin embargo fue necesario tener en cuenta los establecimientos ubicados en el lugar de estudio que en cierta manera no tienen una fuerte presencia en el sector comercial de estudio, pero que para la investigación se recogió en la opción “otros” el cual de acuerdo a las encuestas representó el 28% correspondiendo a 50 empresas en ramas de la actividad comercial como: los autopartes, hotelería, colchones, productos de belleza, farmacias y otros, como se refleja en la siguiente gráfica.

Gráfico 12. Agrupación de empresas comerciales



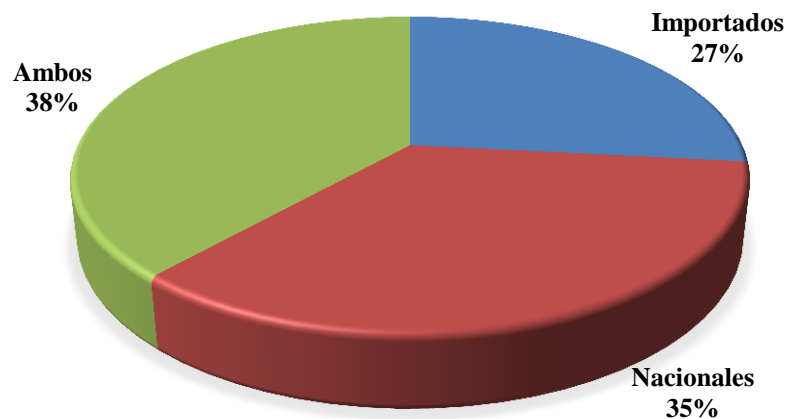
Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015

En la investigación, sobre el comercio en general de la comuna uno de la ciudad de San Juan de Pasto, de acuerdo con los datos que suministró la muestra de las 179 empresas, se determinó que los establecimientos dedicados a la compra de vestuario, se encuentran dispersos con mayor representación en la zona de estudio, de manera que demuestran la diversidad de establecimientos y productos en cuanto a vestuario que se ofrece al público, siendo esta una de las ramas del comercio que presentó un mayor dinamismo en lo referente a su ubicación, formando un contexto económico importante para la presente investigación, debido a que desde tiempos antiguos el vestuario ha sido una de las necesidades principales del ser humano; el segundo ítem que tomó fuerza en la investigación, fueron los establecimientos dedicados a la compra de aparatos eléctricos, que a pesar de presentar ubicaciones con espacios reducidos, es otra de las ramas que tiene fuerza en cuanto a la dispersión de los establecimientos, ya que en la actualidad se convirtieron en una necesidad, debido a la información mundial y las telecomunicaciones. En otro plano, se obtuvo que los establecimientos con menor presencia en la zona de estudio, fueron juguetería, bisutería, papelería y artesanías, pero hicieron parte de la investigación, por encontrarse dentro de la muestra y era necesario conocer su comportamiento, con el fin de darle profundidad a la investigación en lo referente al comercio en la ciudad de San Juan de Pasto. Finalmente, se obtuvo un sin número de establecimientos, que no

tenían una presencia significativa en la zona de estudio, sin embargo, fueron conglomerados en el ítem “otros”, de manera que su presencia y su contribución en la económica logre ser medida en la presente investigación.

4.2.2 Procedencia de la mercancía. Conocer la procedencia de la mercancía, era importante para la investigación, debido a que permitió determinar las decisiones tomada por los empresarios en cuanto al origen de los productos que compraban y distribuían en la ciudad de San Juan de Pasto, según los datos de la investigación se encontró que de los 179 establecimientos encuestados, 48 importaron productos para ser comercializado en la zona de estudio, esto representado por el 27%; por otra parte 63 empresas decidieron comprar productos nacionales con una ponderación del 35% y finalmente 69 empresas representadas en el 38% del total, dijeron comprar productos tanto nacionales como importados para ser comercializados dentro de su establecimiento, como se observa en la siguiente gráfica.

Gráfica 13. Procedencia De La Mercancía



Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de

Para este apartado, dentro de la investigación se planteó la importancia de conocer el origen de los productos comprados por los empresarios para el periodo de estudio, con el fin de determinar la estructura de compra y relacionar los efectos del dólar. Como se puede observar, al hacer una comparación se destaca que los empresarios optaron por la comprar de productos nacionales a los importados, con una diferencia del 8% de una con respecto a la otra,

correspondiente a 15 empresas, que de acuerdo a los datos de precios del dólar para los periodos estudiados, se encuentra cierta lógica, debido que para 2015 el precio de la divisa estaba en alza por la recuperación económica de Estados Unidos, situación que los empresarios como sujetos activos dentro de la economía, tienen en cuenta para realizar compras, de manera que toman la determinación de comprar productos nacionales, siempre que la situación lo permita, por cuestión de costos. Mientras por otra parte los empresarios que realizaron importación de los productos que comercializaban, consideraron esta situación, desastrosa para la economía de la empresa debido a que los precios cambiaron por el incremento del dólar, y sus productos no tuvieron la misma competitividad que en años anteriores, por lo tanto, debieron considerar otro tipo de anclas comerciales para optimizar las ventas, reduciendo las pérdidas y manteniendo su imagen en el mercado.

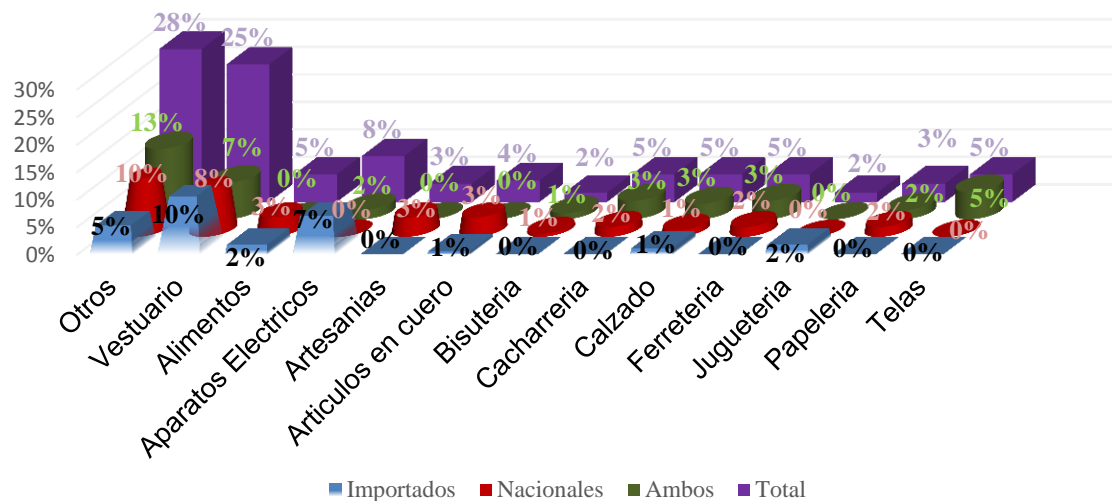
Dada esta condición, fue necesario precisar por cada producto, su origen al ingresar al mercado y su representatividad, para lo cual se requirió complementar la información anterior por medio de una tabla en donde se logró combinar las variables: tipo de productos versus el origen de los mismos, con el fin de fortalecer el análisis, obteniendo los siguientes resultados.

Al realizar un análisis preciso de la tabla, sobre todo en los datos que indican relevancia, arrojaron que los establecimientos con mayor dinámica en cuanto a la compra de mercancía, como se evidencio en el Ítem 4.2.1⁶⁵ es el vestuario, del cual se pretendía conocer el origen de la mercancía del 25% de los establecimientos, fraccionados de la siguiente manera: el 10% representado por 18 establecimientos que obtuvieron productos importados; seguido por el 8%, es decir 15 empresas que compraron nacional y el 7% son 12 establecimientos que surtieron sus empresas de productos nacionales e importados, esto demostró que estas empresas, se vieron afectadas con la depreciación del peso colombiano frente al dólar, en la compra de productos importados, ya que a pesar de la situación económica adversa, vieron la necesidad de comprar productos importados con el fin de satisfacer a sus clientes, con los productos ofrecidos en el periodo de estudio, teniendo en cuenta que se sacrificó clientes, ganancias y gastos, con el fin de ser más competitivos dentro del mercado. Una situación similar, se encontró en las empresas dedicadas a la comercialización de aparatos eléctricos, correspondiente al 8% del total, distribuido así: 7% dado por 12 empresas, que compraron productos importados, y tan solo el 2% correspondiente a 3 establecimientos realizaron sus transacciones a nivel nacional e internacional. Por otro lado, se encontró que de las 3 empresas encuestadas que compraban productos de juguetería correspondiente al 2%, coincidieron en solo comprar productos importados; mientras las 6 empresas encuestadas dedicadas a las artesanías, siendo el 3% dijeron comprar mercancía nacional.

⁶⁵ Vease pag 60. Del presente trabajo

Finalmente, del 28% de las empresas que se encuentran dentro del ítem “otros”, se obtuvo que el 13% es decir, que 23 establecimientos comercializaron productos nacionales e importados, seguidos por el 10% con 18 empresas que compraron productos nacionales y el 5% dado por 9 locales que compraron productos importados en la zona de estudio.

Gráfica 14. Origen De Los Productos



Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015

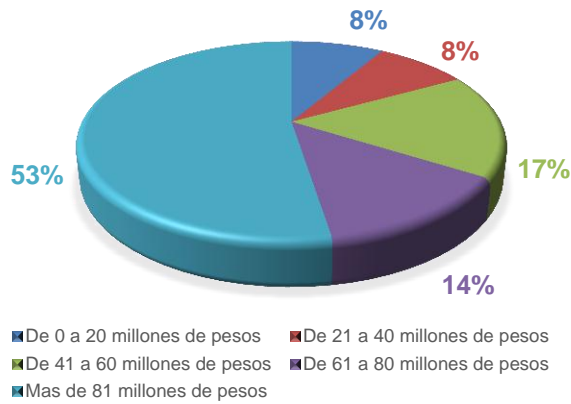
4.2.3 Comparativo del volumen de compra entre 2014 y 2015. De acuerdo a los datos suministrados por las empresas de la comuna uno de la ciudad de San Juan de Pasto, por medio de un comparativo realizado en esta investigación, se logró determinar un fenómeno presentado para los años de estudio, en donde se observó una reducción considerable en cuanto a los montos comprados de un año a otro, de manera que para 2014 el 53% de las empresas tenían un volumen de compra por encima de los 81 millones de pesos, mientras que posiblemente debido a la devaluación del peso colombiano con respecto al dólar el porcentaje de empresas que compraron ese mismo monto se redujo al 44% en el año 2015, es decir, se presentó una reducción del 9% en las compras realizadas con respecto al año inmediatamente anterior, siendo esta una de característica significativa para la presente investigación.

Al analizar con detenimiento los montos comprados por las empresas y la decisión de los empresarios de reducir el monto de compra más significativo de un año a

otro, teniendo en cuenta la situación que se presentó para el periodo estudiado, en cuanto a la devaluación del peso colombiano con respecto al dólar, afectó de manera directa el desempeño de las compras dentro de la empresa, que pretendía mantener la calidad de sus productos, stock en sus almacenes y precios de venta, acordes a las disposiciones del mercado.

Este comparativo permitió determinar que una externalidad económica, como la devaluación del peso colombiano obligo a cambiar la estructura de compra de las empresas que se vieron afectadas con esto, de manera que tomaron decisiones drásticas para reducir los costos en las compras, para el caso en particular se redujeron considerablemente las compra de mercancías, por el incremento de precios que se debió realizar a los productos que eran fabricados en el exterior o bien se fabricaban en el territorio nacional con materias primas exportadas. Situación que se observa al continuar el comparativo, ya que, el volumen de compra de 61 a 80 millones de pesos realizado por las empresas pasa del 14% en 2014 a 19% en 2015, es decir se incrementó en un 5% la cantidad de empresas que dispusieron sus recursos para realizar compras por ese monto; por otra parte las empresas que tenían un volumen de compras de 41 al 60 millones de pesos, pasaron del 17% en 2014 al 19% en 2015, con un incremento del 2% de las empresas que realizaron transacciones por este valor; además, se incrementaron las empresas que compraban montos como el volumen de compra de 21 a 40 millones de pesos pasando del 8% al 15% con un incremento del 7%, siendo este el incremento el más significativo, correspondiente a 12 empresas adicionales, que para 2015 prefirieron comprar una cantidad menor de mercancía debido a la coyuntura económica para el periodo de estudio, según las perspectivas de los empresarios involucrados en esta decisión, coincidieron en que: para las fechas estudiadas se realizó variaciones en la estructura de compra, considerando reducir los montos comprados, debido a un incremento de costos en la mercancía y a una reducción de la demanda nacional; y finalmente las empresas con transacciones de 0 a 20 millones de pesos se reduce del 8% en 2014 al 3% de 2015, es decir hay una reducción de las empresas que realizan compras por este monto.

Grafico 15. Volumen De Venta 2014



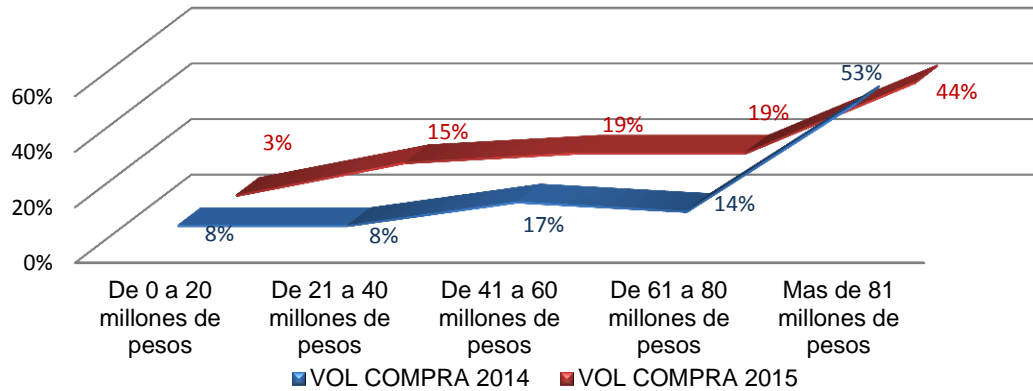
Fuente: Cálculos propios a partir del Registro Mercantil suministrado por la Cámara de Comercio. Año 2014-2015.

Grafico 16. Volumen De Venta 2015



Fuente: Cálculos propios a partir del Registro Mercantil suministrado por la Cámara de Comercio. Año 2014-2015.

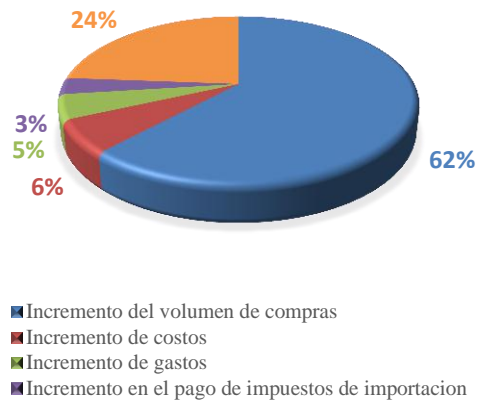
Gráfica 17. Comportamiento Volumen De Compra 2014 Y 2015



Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015

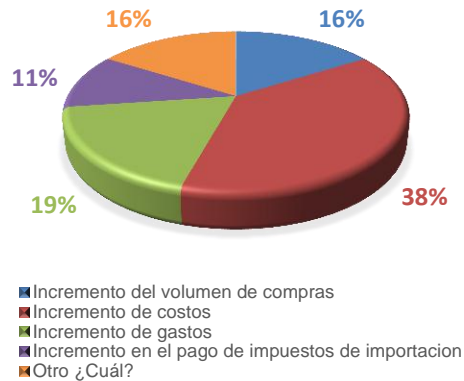
4.2.4 Efectos de la variación de la tasa de cambio en las compras para los periodos de 2014 2015. La perspectiva del sujeto de estudio, es de gran importancia dentro de la investigación, por el dominio que los comerciantes o administradores de los establecimientos ubicados en la comuna uno de la ciudad de San Juan de Pasto, tienen frente a los contextos económicos externos e internos con los que luchan a diario, por lo tanto, por medio de la encuesta realizada se evaluó de manera subjetiva el efecto que los encargados de los establecimientos, consideraron relevantes debido a la variación de la tasa de cambio de un año a otro (dentro de los periodos estudiados), de lo cual se obtuvo lo siguiente.

Gráfica 18. Efectos De La Variación De La TC En 2014



Fuente: Cálculos propios a partir del Registro Mercantil suministrado por la Cámara de Comercio. Año 2014-2015.

Gráfica 19. Efectos De La Variación De La TC En 2015



Fuente: Cálculos propios a partir del Registro Mercantil suministrado por la Cámara de Comercio. Año 2014-2015.

En primer lugar, destacar que las gráficas cambian sustancialmente de un año a otro, lo cual se debe principalmente a la subjetividad de la pregunta en sí, es decir que al ser la información recogida de primera mano y de los administradores de los establecimientos, quienes de acuerdo con la experiencia obtenida en los periodos de estudio evaluaron la economía de la empresa, realizaron su análisis y responden la encuesta presentada a ellos, con sus conclusiones.

De manera que, para las compras se observa que los cambios con mayor relevancia se presentan en la variable “*incremento del volumen de compras*”, lo cual estaría ligado a la gráfica 19 y 20, que para el año 2014 el 62% de las empresas consideraron lograr un “*incremento del volumen de compras*”, mientras que para 2015 tan solo el 16% dijeron haber incrementado sus compras, debido al manejo de productos importados dentro de su establecimiento, con una diferencia del 46% con respecto al año inmediatamente anterior, se considera de manera subjetiva uno de los efectos generados por la variación de la tasa de cambio; complementado por el incremento de costos que según información suministrada para 2014 el 6% de las empresas tuvieron un cambio en esta variable, mientras que para 2015 el 38% de los establecimientos informaron tener cambios en ella, con una diferencia significativa del 32% de las empresas consideraron que la variación en la tasa de cambio en 2015 generó contablemente un incremento en los costos de un año a otro.

Situación similar presentó el incremento de gastos en donde, según el análisis de los encargados de los establecimientos el 5% de ellos dijeron tener un incremento de gastos en 2014, mientras que para 2015 se presenta una diferencia adicional del 14%, llegando al 19% de las empresas encuestadas que presentaron un incremento en la variable gastos; adicional a esto en 2014 el 3% de los establecimientos, según sus encargados tuvieron un incremento de los impuestos de importación, mientras que para 2015 se incrementó en 8%, llegando al 11% de las empresas que sufrieron un incremento en esta variable.

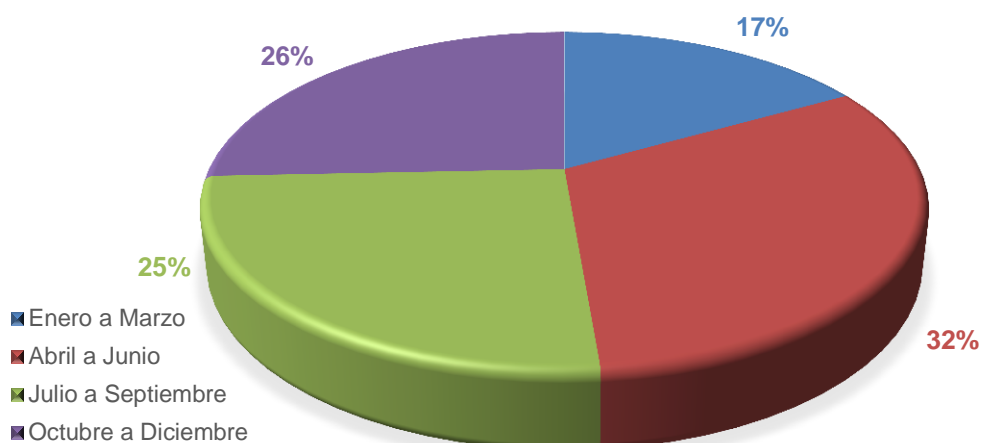
Finalmente en el ítem “*otros*”, en donde se agrupan las variables para 2014, (incremento de ventas, importación a menor precio, mayor rentabilidad, mercancía en stock, entre otros), estuvo dado por el 24% de las empresas que consideraron estas variables como efectos de la tasa de cambio, mientras tanto, el 16% de las empresas consideraron que para 2015 la variación de la tasa de cambio generaron (reducción de la frecuencia de compra, reducción de ganancia, menor rentabilidad, incremento de precios al consumidor, reducción de ventas), como algunos de los efectos generados en sus establecimientos.

El análisis anterior nos permite visualizar la perspectiva de los empresarios frente al fenómeno de la tasa de cambio y como trascienden los efectos dentro de los establecimientos. Permitiendo en algunos casos, la retroalimentación de los fenómenos que golpean directa o indirectamente el desarrollo y fluidez de la actividad económica desarrollada.

4.2.5 Periodo de compra de los establecimientos comerciales. Por medio de esta variable se pretendió, reconocer la estructura de compra de acuerdo al entorno presentado para el periodo estudiado, por lo tanto, se realizó dentro de la encuesta una pregunta que permitiera, identificar y estudiar a profundidad el comportamiento de las empresas en cuanto a las decisiones de compra, en situaciones específicas como la presentada en esta investigación.

Las encuestas arrojaron que las empresas de la comuna uno de la ciudad de San Juan de Pasto, realizaron sus compras siguiendo la estructura de la empresa, directrices y las condiciones externas que presento el mercado, en cada situación. Por medio de la variable, se pretendía conocer la estructura de compra dada por las empresas, dirigida principalmente a los periodos y la frecuencia con la cual generalmente realizaban la adquisición de mercancía, permitiendo un análisis del comportamiento de las compras en los periodos definidos en la encuesta. Los datos arrojaron lo siguiente:

Gráfica 20. Periodo De Compra En 2015



Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015

Al revisar la variable de manera individual, se obtiene que el 32% de las empresas encuestadas realizaron sus compras entre el mes de abril y junio, en cuyo caso para el año 2015 es el periodo en donde 108 empresas de las encuestadas decidieron realizar compras de mercancía en este periodo, seguido por el 26%, es decir 87 establecimientos de los encuestados, que realiza sus transacciones en los meses entre julio a septiembre, lo mismo ocurre en el trimestre dado entre

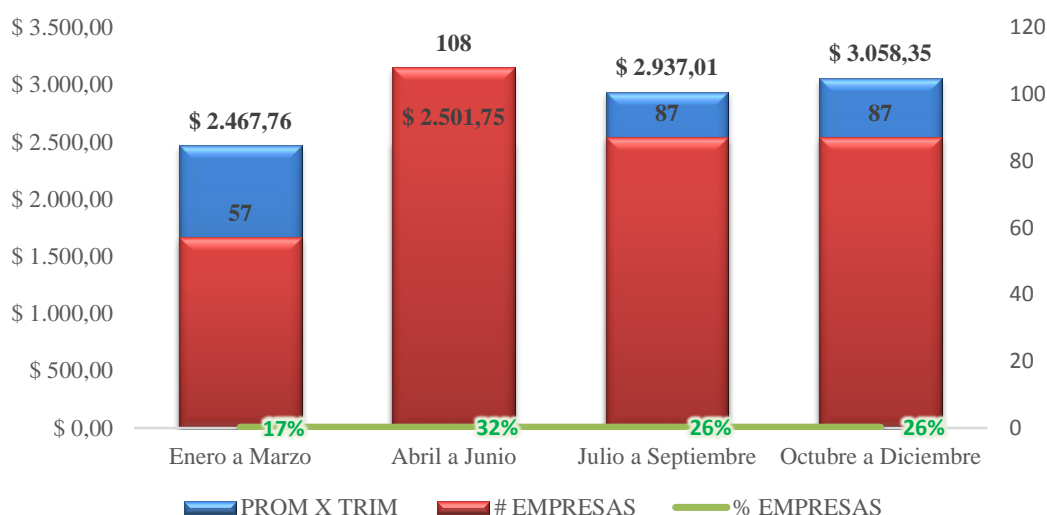
octubre y diciembre con el 25%, dado por 87 empresas que decidieron realizar compras de mercancía en este periodo y finalmente el 17% correspondiente al mes de enero a marzo, en donde para 2015 tan solo 57 empresas tomaron la decisión de comprar mercancía en el primer trimestre del año.

De primera mano permitió reconocer que el segundo trimestre es preferido para la compra de mercancía por parte de las empresas, mientras que el primer trimestre es rezagado para la realización de transferencias de este tipo.

Con el fin, de extender el conocimiento de los empresarios en la investigación, se hizo necesario profundizarla de la siguiente manera:

4.2.5.1 Efecto de la Tasa de Cambio en la decisión de compra. En esta parte de la investigación, por medio de las variables encontradas en las encuestas realizadas a la muestra a la comuna uno de la ciudad de San Juan de Pasto, se logró concentrar en trimestres la compra de los empresarios, identificando la estructura de la empresa y el comportamiento de la misma en los escenarios que presentaba la economía para el periodo de estudio, además se toma la variable de tasa de cambio para el periodo estudiado y se la promedió para cada trimestre de manera que tuvieran la misma unidad de medida y lograr realizar un comparativo importante para la investigación, como se muestra en la siguiente gráfica

Gráfica 21. Efecto de la tasa de cambio



Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015

Después de realizar las tabulaciones, referentes a Tasa de Cambio, variable que se representa a la izquierda de la gráfica, así como el número de empresas que realizaron compras se encuentra ubicado al lado derecha de la misma, y presentando una estructura trimestral para mejor manejo y comprensión de las variables explicadas en la gráfica, se obtuvo que:

En el primer trimestre de 2015 de enero a marzo, la Tasa de Cambio en promedio para este periodo se ubica en \$2.467,76 pesos colombianos por cada dólar, el cual venía apreciándose desde finales de 2014, sin embargo en este periodo el 17% de los empresarios de San Juan de Pasto aprovisionaron mercancía para ese periodo, es decir 57 empresas compraron mercancía en el primer trimestre de 2015, muy posiblemente previeron un incremento de la Tasa de Cambio de acuerdo a la situación que se venía presentando desde finales del año inmediatamente anterior.

Mientras el esquema indica que el 32% de las empresas realizaron compras en el segundo trimestre del año, es decir en los periodos comprendidos entre abril y junio de 2015, el número de empresas que realizaron compras en este periodo fue de 108, aún con una tasa de Cambio de \$2.501,75 pesos por dólar, cifra superior a la inmediatamente anterior. Con lo cual se demuestra, que este periodo es el más concurrido por los empresarios para la adquisición de mercancía, además del hecho de que la expectativa de una Tasa de Cambio creciente al parecer preocupa a los empresarios quienes como se evidencia en las cifras, cada vez es mayor la cantidad de establecimientos que cambian sus decisiones debido a las externalidades que presenta la economía en el periodo de estudio.

Por otra parte, el 25% dado por 87 establecimientos para el periodo comprendido entre julio y septiembre de 2015, es decir el tercer trimestre del año, el cual presentó un promedio en su tasa de cambio de \$2.937,01 pesos por dólar, de manera que se observa una reducción de las empresas que realizan las compras de mercancía en comparación al trimestre inmediatamente anterior, denotando la dependencia de las decisiones de los empresarios con la tasa de cambio.

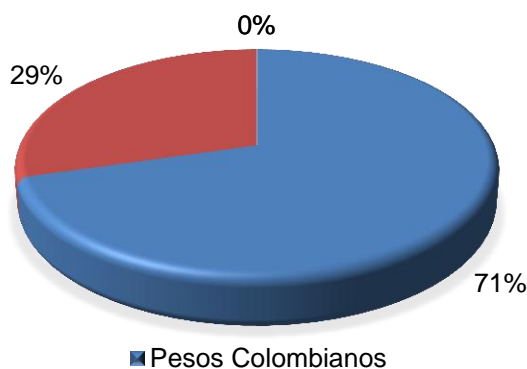
Finalmente, en el cuarto trimestre el 26% de las empresas, dado igualmente por 87 establecimientos, los cuales al ser encuestadas dijeron haber tomado la decisión de realizar compras con una tasa de cambio en promedio de \$3.059,35 pesos por dólar, en donde se tuvo en cuenta la especulación que asumían los empresarios sobre una devaluación del peso colombiano frente al dólar, continua y fuerte con el transcurso del tiempo, situación que se visualizaba desde finales de 2014, es por eso que para este periodo los empresarios que toman la decisión de comprar mercancía permanece casi que constante.

En conclusión, en cuanto a compras, gráficamente se observa que la decisión de compra de los empresarios depende en cierta medida del precio con el que juegue la Tasa de Cambio, de manera que cuando se encuentran relativamente bajas en

comparación a otros periodos, se dispara la cantidad de establecimientos que deciden comprar, y que cuando las tasas de cambio suben significativamente, la decisión de compra se ve desestimada. Es necesario realizar una anotación, en el primer trimestre en donde a pesar de tener la tasa de cambio en promedio más baja del año 2015, se presentó la menor cantidad de compras en todo el año, sin embargo, esta situación, puede tener su explicación en la constante fluctuación de la tasa de cambio que se presentó para el año 2014.

4.2.6 Tasa de cambio en compras vs tipo de moneda usada. Como se puede observar en las gráficas, y complementando el análisis del anterior ítem, se recogió información de las empresas encuestadas de la comuna uno de la ciudad de San Juan de Pasto, en donde la moneda más usada en las transacciones realizadas en las compras, fue el peso colombiano con un 71% de las empresas que usan esta moneda, es decir 165 establecimientos que prefieren realizar sus compras con moneda nacional, mientras que el 29% de los establecimientos usaron el dólar, la cual es la segunda moneda más usada en las transacciones de compra de mercancía por parte de las 69 empresas que dijeron usar este tipo de moneda.

Gráfica 22. Moneda Usada



Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015

Gráfica 23. Uso Tasa De Cambio



Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015

De lo anterior también se logró deducir que de las 69 empresas que compran con dólares, es decir de ese 29%, y tomándolo como el 100% para el siguiente análisis, se obtuvo que tan solo el 68% de estos establecimientos tiene en cuenta la Tasa de Cambio en sus transacciones de compra de mercancía en dólares, mientras que el 32% de esas empresas dijo no tener en cuenta la tasa de cambio para realizar dichas transacciones, situación que genera en cierta medida desconcierto, ya que algunas de las empresas parecen inmutables frente a la situación de la tasa de cambio, sin vislumbrar las repercusiones económicas, que externalidades como esta variable afectan directamente los costos de las empresas, por medio de los incrementos en costos de mercancía, al realizar compras con moneda extranjera

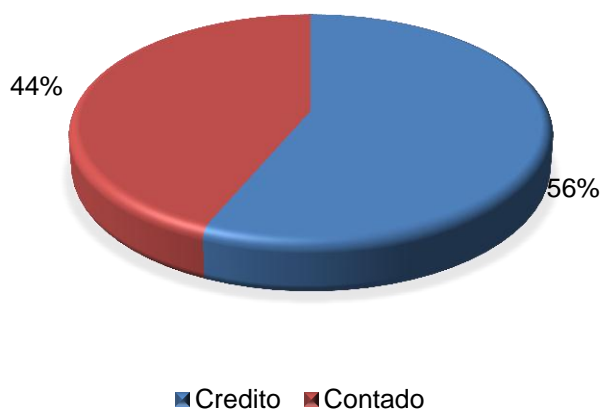
4.2.7 Tipo de compra y plazo del créditos. Con relacion a las graficas anteriores tenemos que el 71% de las empresas de la ciudad de San Juan de Pasto de la comuna uno, realizan transacciones con moneda nacional, partiendo de que este es el nuevo 100% para el siguiente analisis se logro obtener datos, en donde el 44% de los establecimientos realizan transacciones de compra de mercancía con forma de pago a contado, mientras que el 56% de las empresas realizan la compras a credito, de allí se parte de la premisa que hay un gran numero de empresas que se financian por medio del credito que pudiesen obtener de las grandes empresas, ya sea de la ciudad de Pasto, de ciudades o departamentos aledaños.

Siguiendo el mismo hilo, tenemos que del 56% de las emoresas que compran su mercancia a credito, se dedujo por medio de las encuestas el plazo solicitado por las mismas, para la adquisicion de mercancia, a plazos diferentes.

De las empresas que realizan compras a credito, el 36% tienen un plazo de 30 a 60 dias, es decir sus proveedores estan dispuestos a esperar un maximo de dos meses para cerrar la transaccion; por otra parte se obtuvo que el 30% de los establecimeintos realiza compras de 61 a 90 días, es decir esperan alrededor de tres meses para obtener contablemente el reintegro en efectivo o dar por vendida efectivamente la mercancia; el 21% de las empresas tienen de 91 a 120 días, cuyas empresas parecen tener mayor confianza en el mercado por su recorrido y experiencia a las cuales los proveedores estan dispuestos a permitir lapsos aún mas largos para recibir la remuneracion por la mercancia vendida y finalmente un 16% de establecimientos a los cuales se les otorga un lapso de mas de 120 días, es decir un periodo superior a cuatro meses.

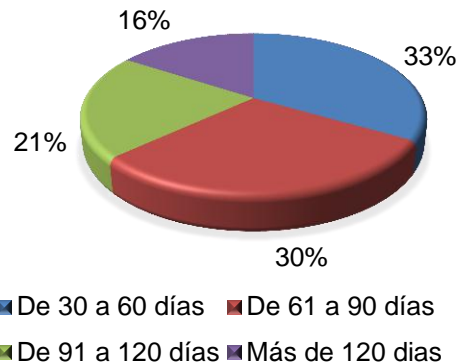
Se observa, que cuando el plazo del credito es mas amplio, se reduce la cantidad de empresas a las cuales se les da este tipo de excensiones, precisamente por el reconocimiento de la empresa dentro del mercado, experiencia de los proveedores frente a las empresas, y la credibilidad en cuanto a pagos oportunos, que parece ser insignificante en el estudio, pero que permite visualizar la fortaleza que tiene el mercado dentro de la comuna uno de la ciudad de San Juan de Pasto.

Gráfica 24. Tipo De Pago



Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015

Gráfica 25. Plazo De Compras



Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015

Por medio de las encuestas, se realizó un resumen general de la situación que presenta la actividad comercial de la comuna uno de la ciudad de San Juan de Pasto, en donde se observó inicialmente que los establecimientos con mayor presencia en la zona de estudio son los dedicados a la distribución de vestuario, aparatos electrónicos y calzado, siendo estas, las actividades que se encontraron con mayor presencia.

Los siguientes ítems, permiten conocer los efectos generados por la tasa de cambio para los años de estudio, ya que de acuerdo a los empresarios la procedencia de gran parte de la mercancía comprada para el año 2015 fue nacional, lo cual explica en cierta medida la reducción de los niveles de compra de productos extranjeros o fabricados con materiales importados, ajustados de acuerdo a la capacidad de compra y a la disponibilidad por parte de los empresarios a realizar transacciones con productos que incrementarían sus costos, gastos y redujeran considerablemente sus ganancias por los impuestos o los precios elevados al realizar transacciones en el exterior. Para el año 2015, en donde se presenta la devaluación más fuerte de los años de estudio, se evidencio que los empresarios se ven desmotivados a realizar compras en los periodos en donde la tasa de cambio es más alta en la relación, peso colombiano versus dólar. A pesar de que un gran número de empresarios, dijeron tener en cuenta la tasa de cambio, al momento de realizar sus transacciones en dólares, por la cercanía con un país dolarizado y con el cual se tiene relaciones comerciales activas, debería ser necesario que toda la comunidad comercial, conociera el manejo de la tasa de cambio.

Lo expuesto anteriormente, permitió consolidar el comportamiento de las empresas frente a la tasa de cambio, fue aquí, en donde se observó la necesidad que los empresarios tienen por conocer la importancia de la tasa de cambio en sus transacciones, ya que esta variable genera efectos dentro de la decisión de compra que pudiese llegar a tomar cualquier empresa que realice una actividad comercial en la ciudad de Pasto, al estar permeada por los dólares que provienen del país vecino, siendo imprescindible el acompañamiento por parte de las instituciones y entidades públicas, que permitan a los empresarios realizar una aproximación de la situación futura y se logren decisiones que posibiliten el crecimiento de las empresas y el desarrollo del territorio, de manera que se pueda aprovechar las externalidades y variables que se presentan en el mercado mundial, que de una u otra manera afectan el mercado regional y los sujetos activos en ella.

4.3 ANALIZAR EL VOLUMEN DE VENTAS DE LAS EMPRESAS DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE SAN JUAN DE PASTO FRENTE AL FENÓMENO DE LA DEVALUACIÓN DEL PESO EN RELACIÓN AL DÓLAR PARA EL PERÍODO 2014-2015 EN LAS RELACIONES COMERCIALES COLOMBO ECUATORIANAS.

Para el desarrollo de este objetivo, se utilizó la información recolectada por medio de las 179 encuestas realizadas a los comerciantes de la comuna uno de la ciudad de San Juan de Pasto, para el periodo de estudio. En el cual se reconoce la importancia de las ventas dentro de una organización, ya que es la que permite determinar el movimiento, reconocer los clientes y el comportamiento de compra, con lo cual, el empresario toma decisiones para satisfacer las necesidades del cliente, que permita obtener una mayor participación y reaccionar activamente al mercado cambiante, en donde reconocer las necesidades y la satisfacción del cliente frente a los productos ofrecidos por la empresa es de vital importancia. Por lo tanto, un control de ventas, permite a las empresas, mantener una organización dentro del área operativa, administrativa y contable, de manera que, al considerar la función de cada sección de la empresa, permite retroalimentación y tomar decisiones eficientes, en pro de una atención efectiva y satisfactoria; así mismo la búsqueda de nuevos cliente y adecuación del área de ventas de acuerdo a las necesidades y a las externalidades que pudiesen cambiar las expectativas del cliente.

Por lo anterior, se analizó detenidamente el comportamiento del sector comercial de la zona, en relación al fenómeno estudiado fue necesario conocer, de primera mano de los empresarios la estructura de ventas instaurado por la empresa referente al control, volumen e identificación de productos vendidos; además de información sobre los clientes y su forma de pago, que permitió moldear aún más la investigación, permitiendo llegar al tema que nos llevó a realizar este estudio; en

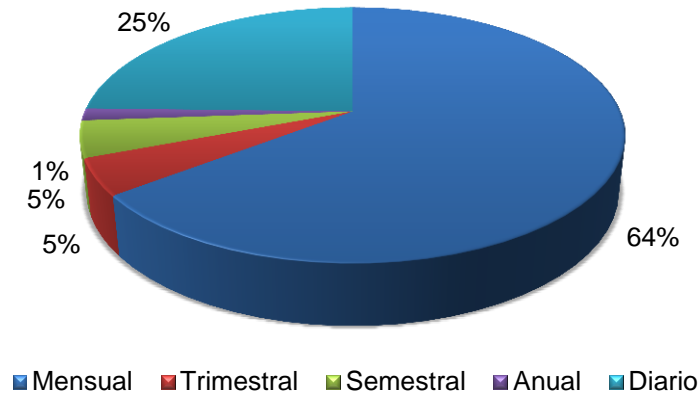
lo concerniente al tipo de cambio, se determinó el tipo de moneda recibido y la fuente de información para realizar el cambio de monedas; además se consideró la experiencia de los empresarios, en lo referente a los efectos generados por la devaluación del peso colombiano para 2015 y su efecto contrario en 2014 para cada empresa, y la reestructuración por medio de políticas internas para afrontar la situación dicha información permitió conocer el año con mayor actividad de acuerdo a lo acontecido en los periodos estudiados.

4.3.1 Estructura de venta. En esta parte de la investigación, se determinó la estructura referente al control de ventas de las empresas, producto de la investigación que se adelantó, con el fin de conocer su comportamiento para el periodo de estudio, permitiendo analizar las dicotomías que presentaron los periodos estudiados de acuerdo a los efectos producidos por las variaciones en la tasa de cambio.

El principal objetivo en este punto de la investigación, se pudo cumplir al determinar que el 100% de las empresas encuestadas llevaban un tipo de control contable de ventas, esto infiere la capacidad, disposición y la importancia que los empresarios reconocen para este tipo de información, permitiendo así mismo determinar la confianza de las encuestas realizadas, su análisis y posterior comparación entre los años de estudio.

Los controles de venta dentro de las empresas encuestadas, estuvieron configuradas, por los periodos de los informe que los empresarios y sus respectivas áreas realizaban así; el 25% de los empresarios realizó un informe diario de las ventas en los periodos estudiados, esto demuestra el compromiso de la empresa por reconocer el cliente, identificar el comportamiento de acuerdo a los acontecimientos y/o cualquier cambio que pudiese suceder en el mercado, de manera que la respuesta de los establecimientos que realizan este tipo de control, logra en cierta medida ser aún más eficiente al momento de reaccionar frente a las necesidades y la satisfacción de los clientes; seguido por el 64% de las empresas que dijeron, realizar un control de ventas de manera mensual, que permite determinar el comportamiento de manera general dentro de un periodo determinado y posiblemente se considere como un histórico de ventas, para decisiones futuras; el informe trimestral y semestral en donde solo el 5% de los comerciantes para cada ítem, respondió mantener este tipo de informe por la facilidad, lo cual les permite determinar las temporadas, manejar las necesidades desde una amplia perspectiva de los clientes y concentrar sus esfuerzos en los periodos que históricamente tuvieron mayor fuerza; y finalmente solo el 1% de empresarios aceptaron mantener un control de ventas anual, en donde al final de la operación se realizaba un análisis detenido de la evolución del establecimiento en cuanto a las ventas y los determinantes que respaldaron dichas ventas. Como se observa en la siguiente gráfica:

Gráfica 26. Registro de Ventas



Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015

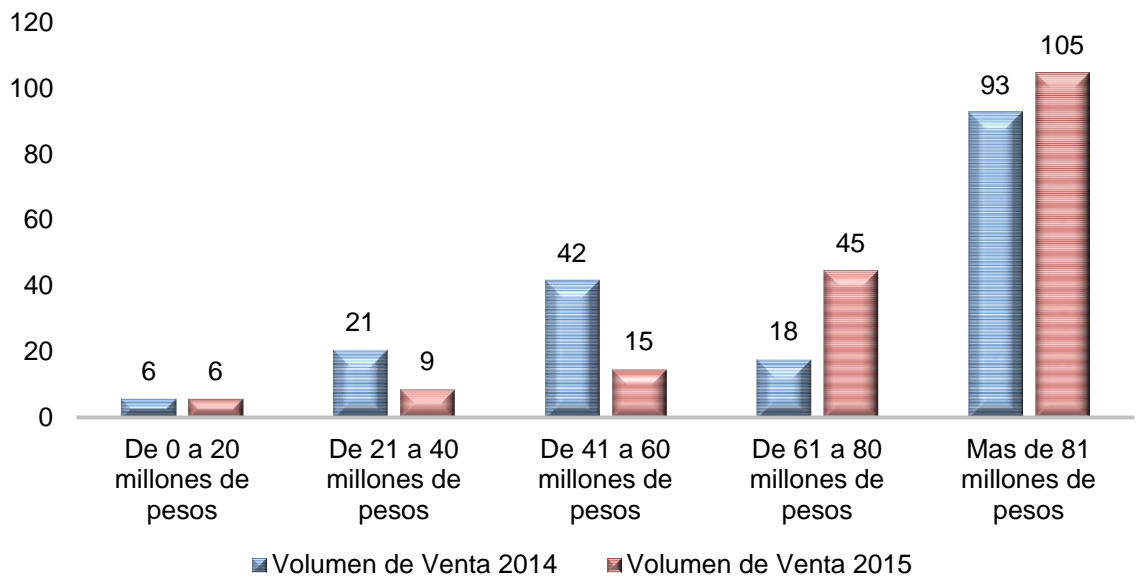
4.3.2 Comparativo del Volumen de Venta para los años 2014 y 2015. Por medio de las encuestas y teniendo en cuenta las buenas prácticas de los empresarios encuestados para obtener y conservar la información, la cual fue consignada en las encuestas y por medio de la presente investigación se obtuvo el volumen de venta para los años 2014 y 2015, con lo cual se realizó un comparativo entre los datos recogidos, revelando la variación de un año a otro, de la siguiente manera: para el primer nivel referente al volumen de venta que oscilaban entre 0 a 20 millones de pesos, las empresas que realizaron transacciones con ese volumen de venta fue constante, los 6 comerciantes representando el 3% de la población de estudio, realizaron ventas en este nivel en el año 2014 y en el año 2015, de manera que no hubo variación en el número de empresas que realizaron transacciones para ese volumen de venta en el periodo de estudio; dentro del volumen de venta que oscila entre los 21 y los 40 millones de pesos, en el año 2014, 21 empresas representada por el 12% de la población encuestadas, hizo transacciones por ese valor, mientras en 2015 tan solo 9 representando el 3% de los establecimientos conservaron el mismo nivel de ventas, es decir que 12 empresas cambiaron su nivel de venta para el periodo 2015, año en el cual se presentó la devaluación del peso colombiano con respecto al dólar, presentando una reducción del 7% sobre la cantidad de empresas que realizaron transacciones con este nivel de venta para el periodo de 2015; en el mismo sentido se analizó que para el nivel de venta entre 41 a 60 millones de pesos, presentó una variación negativa, de la siguiente manera, para 2014, 42 empresas representado por el 23% de la muestra, realizó transacciones con ese volumen de ventas, mientras que para 2015 se redujo a 15 empresas representadas con el 8%, es decir 27 empresas que de un periodo a otro dejaron

de realizar transacciones de ventas en este nivel, los datos arrojaron que esta reducción fue del 15%, posiblemente las empresas que dejaron de realizar transacciones por ese valor, se beneficiaron con el auge de los clientes ecuatorianos, permitiendo que se trasladaran a un volumen de ventas superior.

En concordancia con lo anterior, en los niveles superiores de volúmenes de ventas, se presentó la situación totalmente contraria, al observar y analizar el nivel de ventas de 61 a 80 millones de pesos, en la gráfica 28, para 2014 existen 18 empresas representadas por el 10% de la población, que realizaron transacciones con ese volumen de venta anual, mientras que para 2015 se incrementan los establecimientos con el mismo volumen de ventas a 45 empresas, las cuales representaron el 25% del total encuestado, es decir de un periodo a otro se produjo un incremento en la cantidad de empresas de 27, por lo tanto se deduce que el 15% de las empresas lograron crecer pasando de niveles inferiores de ventas, a niveles superiores, por medio de la absorción de nuevos clientes y/o el incremento del volumen de compra de los clientes ya existentes, esto empieza a demostrar que en cierta medida la devaluación del peso colombiano para el periodo de 2015, genera dentro de los establecimientos un incremento de las ventas, debido a la llegada de extranjeros que poseen dólares, modificando el mercado de bienes y servicios de la ciudad de Pasto, generando fluctuaciones positivas para los empresarios que vivieron en este periodo una re potencialización de la economía pastusa; lo mismo sucede cuando pasamos a niveles aún más superiores, en donde las ventas superaron los 81 millones de pesos, la gráfica indica que para este volumen de ventas, la cantidad de empresas que alcanzaron ese nivel estuvo dado por 92 establecimientos para el año de 2014, el cual estuvo representado por el 51% del total encuestado, situación que cambia para 2015, en donde las empresas que lograron llegar a ese nivel de ventas fue de 105, el cual está representado por el 58% de la población estudiada, de manera que presentó un incremento de 12 empresas que superaron su nivel de ventas con respecto al año inmediatamente anterior, correspondiente al 7%.

Los establecimientos que lograron potenciar el comercio, por efectos externos a la empresa como lo fue la devaluación para el periodo estudiado, tomaron la iniciativa de influir en el mercado aprovechando la coyuntura, por medio de políticas internas como publicidad, ofertas, facilidades en los medios de pago (recibir dólares), atención especial a nuevos clientes y extranjeros, convenios, entre otros, respondiendo a las necesidades que el mercado dispuso en su momento.

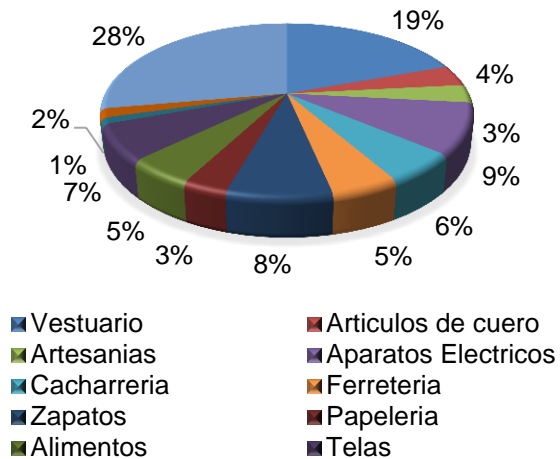
Gráfica 27. Comparativo 2014 Y 2015



Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015

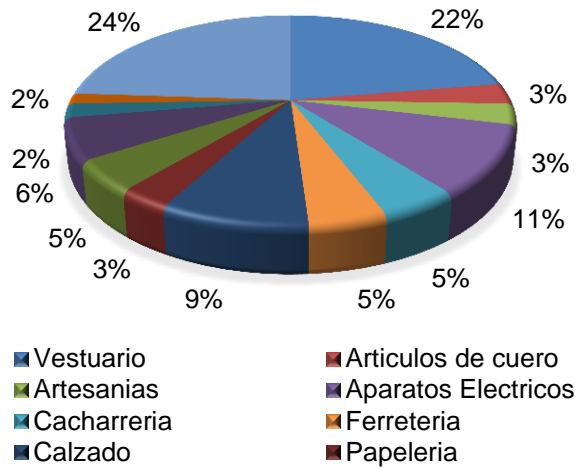
4.3.3 Comportamiento de ventas en los periodos de estudio

Gráfica 28. Ventas 2014



Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015

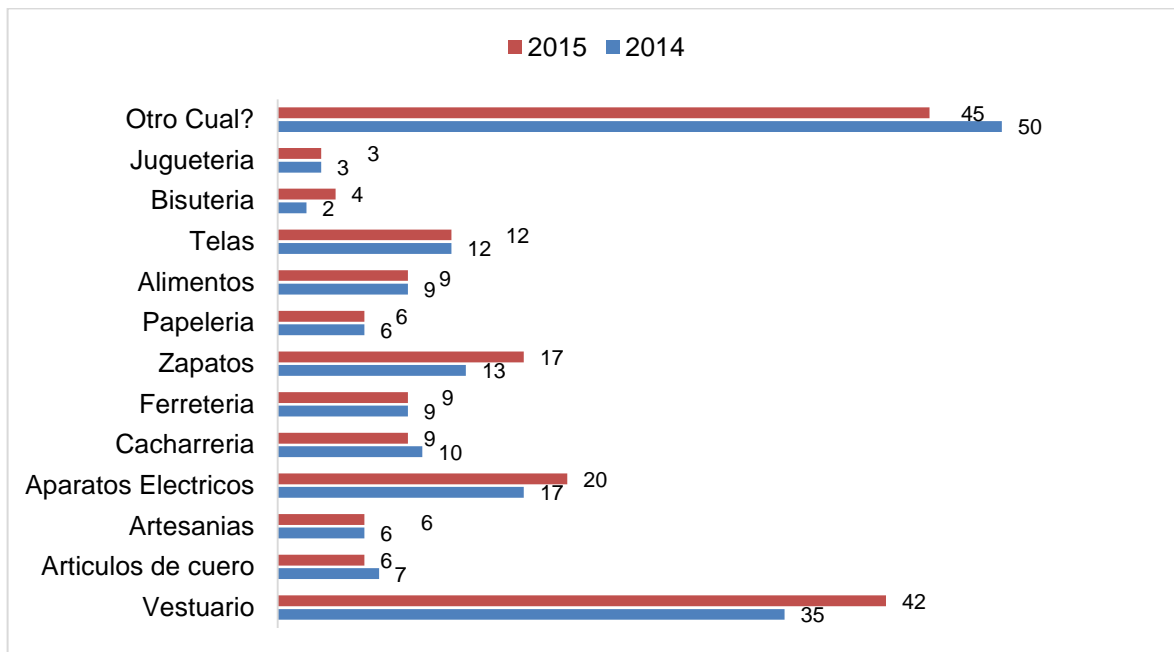
Gráfica 29. Ventas 2015



Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015

Con el fin de desarrollar el presente objetivo, por medio de las 179 encuestas realizadas a la población objetivo de la comuna uno de la ciudad de San Juan de Pasto, para los periodos investigados 2014 y 2015, se logró obtener información que pudo ser consolidada y a la vez permitió profundizar en la dinámica del comercio que se vivió en los años en cuestión. Los empresarios dieron información referente a las ventas realizadas para cada periodo, por lo tanto, en este estudio se realizó un comparativo con el fin de reconocer las empresas y los productos representativos, que fueron distribuidos con mayor afluencia teniendo en cuenta el periodo y la dinámica económica que se desarrolló en cada uno de ellos, lo cual permitió especializar el análisis y obtener un informe detallado. Es por eso, que se presentan dos gráficos, en donde se pretende demostrar la fluctuación que tuvieron las empresas y los productos estudiados en la población muestra. Al inicio de este subtema se presenta el gráfico 29 y 30 en donde se consolidó la información de acuerdo al tipo de producto que distribuía cada establecimiento, agrupados de acuerdo a los años para los que se realizó el estudio.

Gráfica 30. Comparativo 2014 Vs 2015



Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015

Por otra parte, se muestra el gráfico 31 más dinámico, que conlleva a un análisis globalizado, en donde se realiza la comparación de los productos representativos que distribuían los establecimientos, a la par con los periodos de estudio, con el cual se realizó el análisis de manera individual, teniendo en cuenta el contexto económico vivido por la ciudad en cada periodo de estudio.

Para el periodo estudiado entre los años 2014 y 2015, se logró obtener información relevante que permitió determinar, si las fluctuaciones en la tasa de cambio generaron repercusiones en las ventas de los establecimientos de acuerdo a los productos representativos que distribuían.

Para el análisis y comprensión de la gráfica anterior, es necesario anotar que para mayor facilidad se realizó una agrupación de las empresas, de acuerdo a los productos que comercializaron para los periodos estudiados, además se tendrá en cuenta las variaciones o efectos que generó en cada grupo de empresa las fluctuaciones de la tasa de cambio.

El análisis se compone de tres partes, en donde inicialmente se analizará las empresas que permanecieron constantes; las que tuvieron resultados negativos y finalmente los establecimientos que lograron obtener variaciones positivas,

tomando como referente las fluctuaciones y/o determinación de la tasa de cambio de un periodo a otro.

Continuando con el análisis, se encontró que la gráfica anterior, producto de las encuestas realizadas a la población de estudios en esta investigación, en donde las empresas que distribuían juguetería, telas, alimentos, papelería, ferretería y artesanías no tuvieron fluctuaciones, es decir el número de empresas que distribuyó este tipo de productos en 2014 y 2015, se mantuvo constante de la siguiente manera 3, 12, 9, 6, 9 y 6 respectivamente, por lo tanto se podría deducir que las fluctuaciones de la tasa de cambio al parecer no realizaron cambios sustanciales en el número de empresas que distribuían estos productos, sus ventas no se incrementaron de manera que pudiese modificar el mercado, situación por la cual no se presentaron modificaciones en la estructura de dichas empresas, por lo tanto las fluctuaciones de la tasa de cambio en los periodos que presentó la economía de la ciudad de Pasto, o aún más claro, se puede precisar que los productos representativos de los establecimientos en este ítem, no fueron de interés o no cumplían las expectativas de los clientes nuevos que llegaron a la ciudad de Pasto a causa de la devaluación del peso colombiano y muy posiblemente los empresarios o dueños de dichos establecimientos al parecer no respondieron a la demanda de los clientes, no incluyeron productos adicionales que para el periodo de 2015 hubiesen podido tener acogida, por lo tanto no hubo diversificación de los productos ofrecidos por estos establecimientos, es decir se encontró falencias en la capacidad de dichos establecimientos a responder efectivamente a la demanda del mercado.

Por otra parte, en el análisis realizado, se encontró empresas que distribuían determinados productos que respondieron de manera negativa a las fluctuaciones que presentó la comuna uno para los periodos de estudio, siendo que las empresas dedicadas a la venta de productos de cacharrería, pasaron de 10 en 2014 a 9 establecimientos en 2015, con una reducción de 1 establecimiento de un periodo a otro, que se encuentra representado en el 10% de las empresas encuestadas con respecto al año 2014; los establecimientos dedicados a distribuir artículos en cuero pasaron de 7 a 6 en 2015, con una diferencia notoria de 1 empresa menos con respecto al año 2014, la cual represento una reducción del 14% de las empresas encuestadas de un año a otro, y finalmente, el ítem “otros” en donde se encuentran establecimientos que distribuían productos de belleza, colchones, repuestos, farmacias, plásticos, ropa interior, entre otros, paso de 50 a 45 empresas, cambio que sucedió entre 2014 y 2015, en donde se observó una reducción del 10% en las empresas encuestadas con respecto al año inmediatamente anterior, representada por 5 establecimientos que dejaron de permanecer en esta connotación “otros”.

La anterior información obtenida de las encuestas y analizada junto a la perspectiva de los empresarios frente a la situación de devaluación que para 2015 presento el país y en particular la ciudad de Pasto, se obtuvo una característica

prevalente en casi todos los establecimientos que arrojaron cifras negativas para 2015, es decir una reducción de los establecimientos para este periodo, en donde los administradores de dichos establecimientos, dijeron que *al analizar el mercado en los primeros periodos de devaluación, consideraron prudente organizar establecimientos que respondieran a las necesidades de los clientes y al “auge económico”* que se presentó para el periodo en cuestión. Es por ello que se observa una leve disminución de los establecimientos que atendían estas necesidades en 2014 y que optaron por ser aún más competitivos en 2015 y manejar una variedad de productos que permitieran a los establecimientos manejar un incremento en sus ventas a costa de sacrificar la *esencia de la empresa en sus inicios*, de manera que se aprovechó discretamente las posibilidades de nuevos clientes y la presentación de un portafolio más amplio que permitiera extraer del mercado las posibilidades que se presentaron para el año 2015.

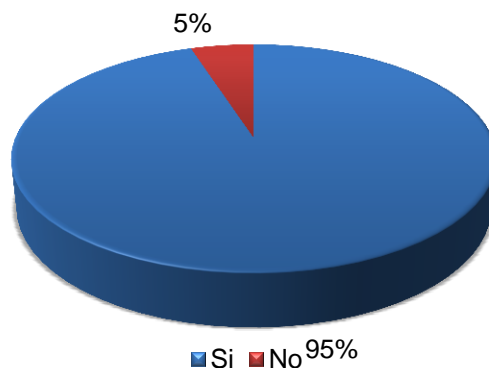
Finalmente, se analizó las empresas que al parecer se vieron afectadas de manera positiva con las fluctuaciones de la tasa de cambio para el periodo 2015, de acuerdo a los resultados suministrados por la investigación, en la gráfica 31 al estudiar a fondo la otra cara de la devaluación y su efecto en las empresas tenemos que algunas que parecieron desaparecer en el anterior ítem, se repiensen o recrean con el fin de acceder al nuevo mercado que se presentó para el periodo de 2015, en donde nacen nuevas o adicionan productos para la venta en sus empresas, permitiendo un flujo dinámico de las ventas aprovechando el contexto económico que presenta la ciudad, con respecto a la devaluación de su moneda nacional, lo cual dio como resultado que las empresas dedicadas a la distribución de vestuario pasaran de 35 a 42 establecimientos que distribuían estos productos, con un incremento de 7 establecimientos que al ver el movimiento del mercado en la zona de estudio decidieron realizar una inversión, representando un incremento del 20% con respecto al año 2014; las empresas dedicadas a la venta de aparatos electrónicos paso de 17 a 20, con un incremento de 3 empresas que decidieron optar por distribuir este tipo de productos, representado por el 18% con respecto al año 2014; otro de las actividades comerciales que creció en 2015 de acuerdo a la investigación fueron los establecimientos dedicados a la distribución de zapatos, paso de 13 a 17 empresas, con un incremento de 4, lo cual representó el 31% con respecto al año anterior y finalmente, pero con igual importancia, se encontró que los establecimientos de bisutería en la zona de estudio paso de 2 a 4 locales, con un incremento de 2 establecimientos con respecto al año 2014, es decir aumento en un 100% con respecto al año inmediatamente anterior.

Si bien algunas empresas no respondieron de manera positiva a los cambios que el mercado presentaba para el periodo de estudio, un diagnóstico general permitió reconocer la diferencia, en donde se descubre que para el año 2015 tres establecimientos que distribuían determinados productos como los artículos en cuero, cacharrerías y “otros”, se redujo de un año a otro.

De manera conjunta, sucede que 4 tipos de establecimientos de los encuestados como lo son los dedicados a distribución de vestuario, zapatos, aparatos electrónicos y bisutería, presentan un incremento de establecimientos, es decir al parecer realizaron un estudio del mercado, aprovechando la coyuntura económica y lograron acoger a más clientes con los nuevos establecimientos o el cambio de estructura de su distribución.

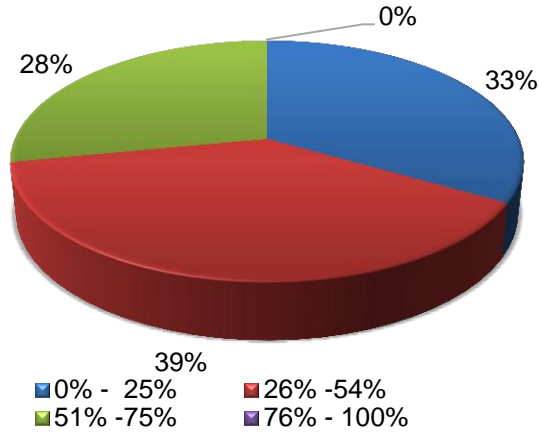
4.3.4 Identificación Del Cliente. Dentro de la investigación, era necesario reconocer la cantidad de extranjeros que llegaron a la ciudad de Pasto con el fin de realizar transacciones comerciales, de manera que se logre reconocer su flujo en la coyuntura económica que presentaba la ciudad de Pasto para el periodo 2015, es por ello que a continuación se presenta una serie de graficas que permitirán un análisis exhaustivo de los clientes, su llegada a la ciudad y los propósitos de compra que se fijaron para dicho periodo.

Gráfica 31. Identificación Del Cliente



Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015

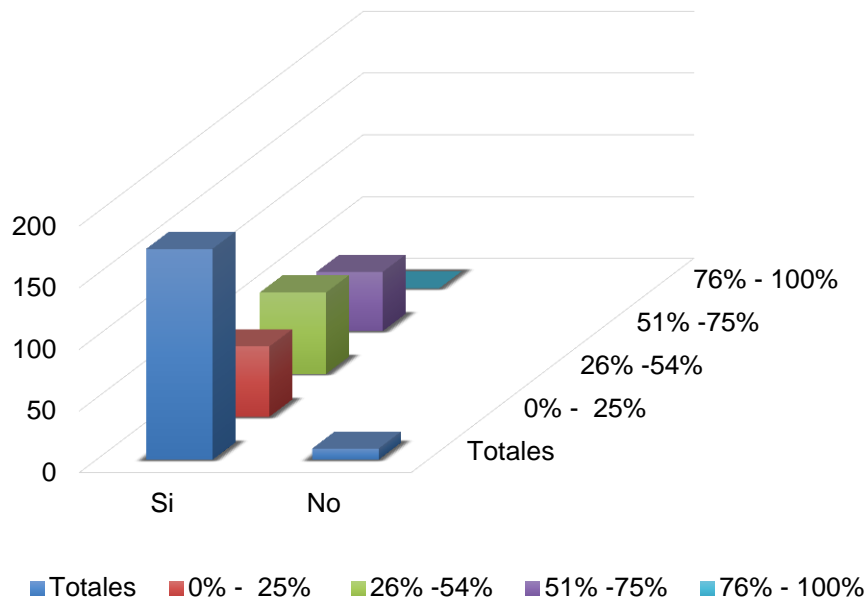
Gráfica 32. % Ecuatorianos



Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015

En la zona de estudio para el periodo de 2015, se presentó que, de las 179 empresas, 8 de las cuales representaron el 5% de las encuestas, coincidieron en no lograr el reconocer la nacionalidad de los clientes. Por otra parte, el 95% de los encuestados debido a la coyuntura económica que se presentaba en la ciudad en general, le dieron importancia a la identificación del cliente, por lo cual 171 establecimientos lograron reconocer el cliente y diferenciarlo, en cuanto a si se trataba de un cliente nacional o extranjero, además de precisar la nacionalidad de los segundos, lo cual permitió que el presente estudio, conociera cuántos de los extranjeros atendidos según el criterio de los empresarios eran ecuatorianos, de manera que a continuación se presenta una gráfica relacionando el tema.

Gráfica 33. Identificación Del Cliente



Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015

De los 171 establecimientos que respondieron *Si* haber identificado al cliente perfectamente, respecto a la encuesta presentada a ellos, corresponde al 95% del total encuestado, y de los cuales se logró obtener cifras aún más precisas, sobre el porcentaje de clientes que consideraron fueron ecuatorianos, tal como se presenta en la anterior gráfica y su análisis nos indica lo siguiente:

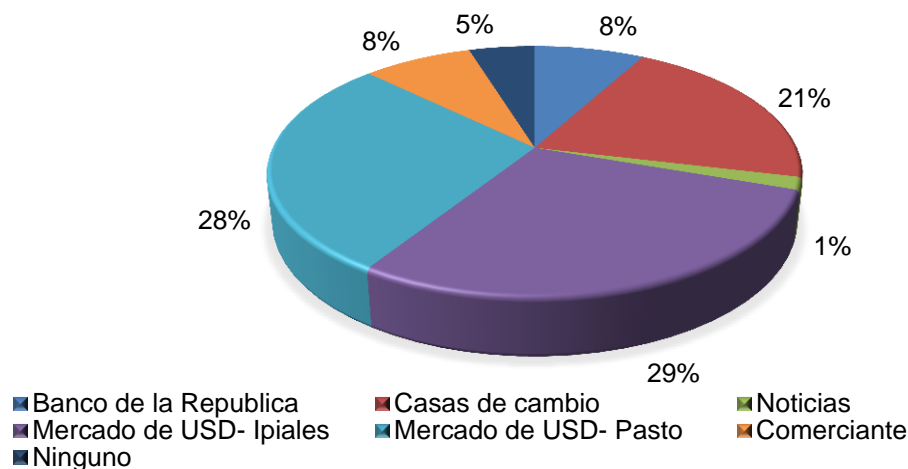
De los establecimientos encuestados, se obtuvo que 57 de ellos, representado por el 33%, considero que el porcentaje de clientes ecuatorianos atendidos en sus instalaciones estaba en los rangos comprendidos entre el 0% y el 25%; el mayor porcentaje de encuestas fue de 66 establecimientos con del 39%, los cuales consideraron ser visitados en el periodo de estudio por los ciudadanos del vecino país entre el 26%-55% y finalmente tan solo 48 empresas correspondiente al 28% de los encuestados identificaron a sus clientes extranjeros y consideraron haber logrado ventas a ecuatorianos en un rango del 56%-75%; mientras por su parte ningún establecimiento consideró tener más del 76% al 100% de ecuatoriano realizando compras en sus instalaciones.

Con lo anterior se puede deducir, que en la zona de estudio el flujo de compradores ecuatorianos, posiblemente por la dinámica económica que se presentó en los periodos de estudio, tuvo fuerza y se mantuvo presente en el año 2015, situación que muestra como la devaluación del peso colombiano dinamiza en cierta medida las posibilidades de venta dentro de los establecimientos.

4.3.5 Fuente de Información para el Cambio de Dólares en los Establecimientos. Para los periodos de 2014 y 2015 específicamente, la tasa de cambio presenta una serie de fluctuaciones que permean la economía del país, tocando de manera significativa la de la ciudad de Pasto debido a las cercanías que presenta con uno de los países vecinos que maneja el dólar dentro de su economía, es por ello que fue de suma importancia, adentrarnos aún más en las capacidades y conocimientos de los empresarios para poder reconocer la disponibilidad de información con que contaron en dicha situación, que les permitieron tomar decisiones con respecto a la posición, la dinámica de la empresa y la disponibilidad que tuvo para llevar a mejor termino las externalidades presentes en el contexto económico en los periodos estudiados, para la comuna uno de la ciudad de Pasto.

Por lo tanto, fue necesario reconocer la fuente de información, de acuerdo a lo cual se deducirá la confianza y su influencia en la capacidad de los empresarios para tomar decisiones dentro del mercado, objeto del presente estudio.

Gráfica 34. Fuente de Información



Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015

En la comuna uno de la ciudad de Pasto y de la muestra de las 179 empresas encuestadas, cabe resaltar que algunos establecimientos tenían varias fuentes de consulta, por lo tanto, se obtuvo que:

La información que obtienen los empresarios, de acuerdo a la importancia que ellos consideraron más fiable referente al cambio de dólares en la ciudad de

Pasto, fue el mercado de dólares de la ciudad de Ipiales, de donde el 29% representado por 54 establecimientos obtuvieron información sobre el cambio de la moneda nacional con respecto al dólar; seguido por 53 establecimientos representados por el 28% que se fiaron de la información del mercado de dólares que para el momento se presentaba en la ciudad de Pasto; el 21% es decir 39 locales comerciales decidieron realizar las consultas en las casas de cambio cercanas; y entre las opciones con menor consulta encontramos al Banco De La Republica junto con la opción otro comerciante con un 8%, representado tan solo por 15 empresas en cada ítem y finalmente tan solo 3 establecimientos representando el 2%, consideraron la información presentada en noticieros para realizar el cambio del dólar dentro de sus instalaciones. Por su parte, 9 establecimientos representando el 5% dijeron no realizar consultas por ninguna fuente de información o no haber realizado ninguna transacción con dólares para el periodo estudiado.

Al parecer el mercado de Ipiales se considera más apto para la región cuando se trata del cambio de dólares por encontrarse en cercanía con el país vecino, siendo este uno de los métodos de información más frecuentado por los empresarios pastusos para tomar decisiones con respecto al mercado y la decisión de los cambios de moneda, seguido a la par del mercado de la ciudad de Pasto el cual para el momento, pareciera están bien informado y conectado con el mercado de Ipiales de manera que es el segundo en la lista de los más consultados para realizar dichas transacciones, posiblemente el cambio presentado en el Banco de la Republica por venir del centro del país y estar más conectado con los mercados internacionales, se aleja en cierto modo del mercado real de la tasa de cambio para la zona sur del país, en donde se realizó la investigación.

4.3.6 Comportamiento del precio del dólar por trimestres. Como se decía en subcapítulos anteriores, las empresas al archivar información pertinente a los cambios que producen este tipo de situaciones económicas y al facilitarla para la presente investigación, se logró realizar un cuadro de dispersión por cada año, en donde se observa los trimestres y el precio al cual la empresa realizó el cambio de dólares en el momento de la venta.

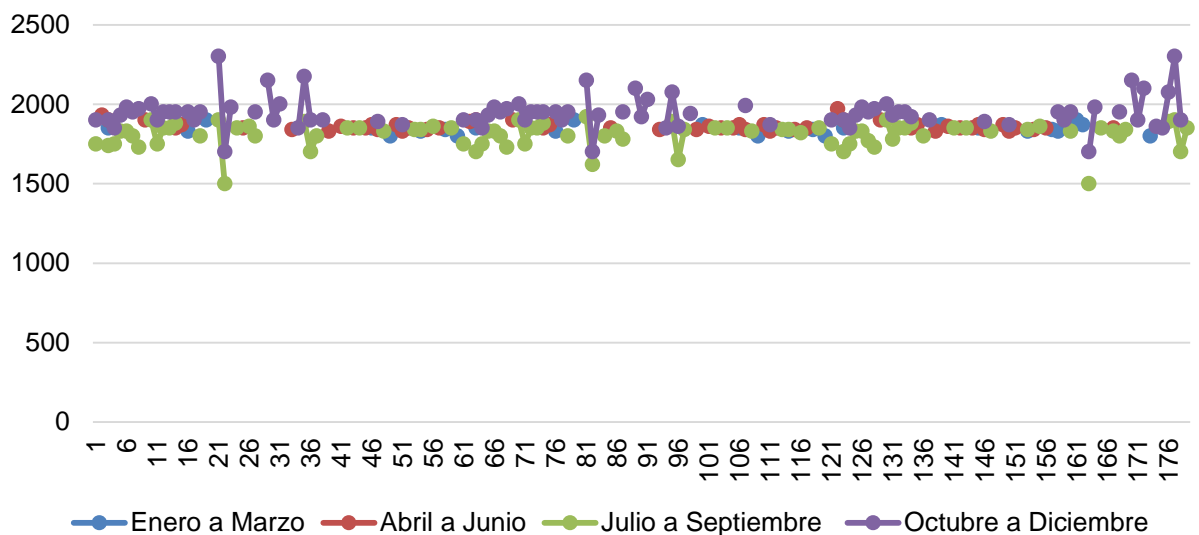
Para el año 2014 se logró realizar un comparativo del comportamiento producido en cada trimestre, en donde se observa las empresas encuestadas y las variaciones que presentan en los diferentes periodos, de manera tal que los trimestres comprendido de enero a marzo en donde tan solo 26 empresas realizaron transacciones en dólares en sus establecimientos, mantienen un promedio alrededor de \$1843 pesos por cada dólar, manejando un máximo de \$1900 pesos y un mínimo de \$1800 pesos por dólar, de acuerdo a la oscilación que presentaba la tasa de cambio para ese periodo; en los meses comprendidos entre abril a junio, se sumaron 27 empresas más, para un total de 53 establecimientos realizando ventas dentro de sus instalaciones, en donde

realizaron cambio de dólares a un precio promedio en el trimestre de \$1861 pesos por dólar, con un máximo de \$1970 pesos y un mínimo de \$1830 pesos por dólar, en sus establecimientos en el momento de hacer transacciones comerciales, sin embargo el primer semestre de 2014 presenta cambios poco significativos, considerando la variación del precio en la tasa de cambio suministrada por parte de los empresarios de los establecimientos encuestados.

Mientras por otra parte, el periodo comprendido entre julio a septiembre del mismo año, presenta un promedio menor a los anteriores trimestres, siendo de \$1809 pesos por dólar, con un máximo de \$1900 pesos y un mínimo de \$1500 pesos por dólar, por lo tanto, siendo este uno de los periodos con fluctuaciones fuertes por las variaciones entre el máximo y el mínimo precio que las empresas manejaron frente a sus clientes, lo cual posiblemente promovió el crecimiento de las empresas llegando a 84, las cuales dispusieron al servicio de sus clientes la compra de productos con moneda extranjera y finalmente el periodo comprendido entre octubre y diciembre de 2014, en donde las fluctuaciones a nivel mundial del dólar, cambian abruptamente, situación que se ve reflejada en la economía de la ciudad de Pasto, en donde para los periodos citados se tienen fuertes fluctuaciones comparadas con periodos anteriores, en donde el promedio tomo un valor de \$ 1946 pesos por dólar, llegaron a un máximo de \$2300 pesos al cual recibieron dólares y un mínimo de \$1700 pesos, precio al cual se realizó el cambio al momento de la venta de mercancía que realizaron los extranjeros en 85 establecimientos comerciales.

Por lo tanto las empresas realizan el cambio de dólares, en donde influye directa o indirectamente la fuente de información por la que hubiese optado el administrador, y en cuyo caso se observa la fluctuación para octubre y diciembre en donde se encuentran los picos más elevados, de la tasa de cambio, lo cual indica desde ese preciso momento, las variaciones que sufría la tasa de cambio del peso colombiano con respecto al dólar, y suscitaba el cambio que se veía para el año siguiente, como se observa en la gráfica.

Gráfica 35. Precio Del Dolar En 2014



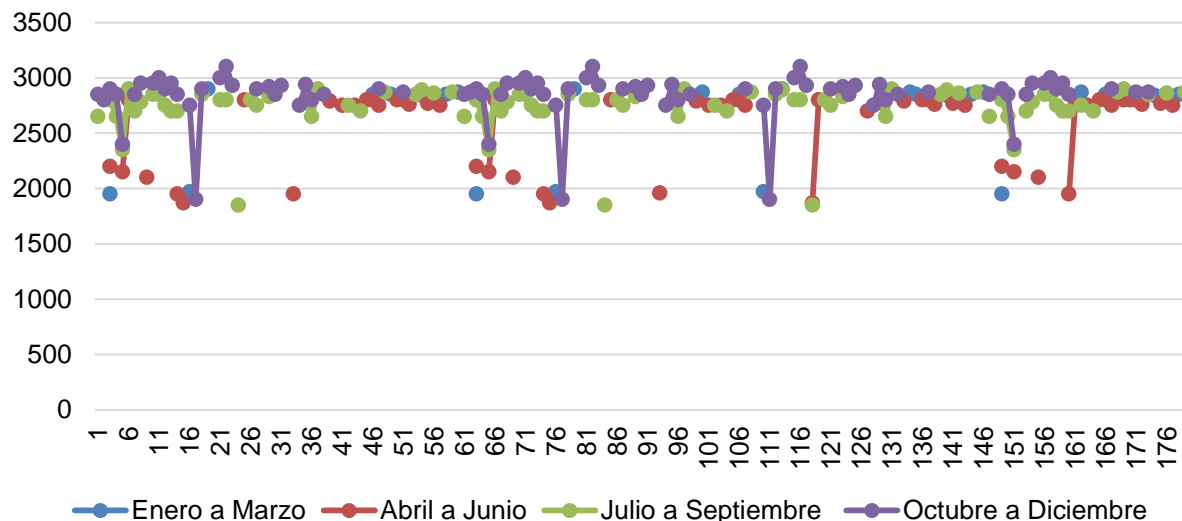
Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015

Para el periodo 2015, las fluctuaciones son aún más fuerte, debido a que la tasa de cambio, realizo un variación significativa, llegando en el primer trimestre a un promedio de \$2653 pesos por dólar, con un tope máximo alrededor de \$2900 pesos, mientras el valor mínimo que logro fue de \$1950 pesos por dólar, para cuyo periodo tan solo 26 empresas realizaron ventas entre enero y marzo de 2015, en su establecimiento; para el periodo comprendido entre abril y junio de 2015, 57 establecimientos accedieron a recibir dólares en sus establecimientos producto de la venta a extranjeros, con lo cual llegaron a un promedio de \$2558 pesos por dólar, mientras el precio máximo al cual realizaron ventas fue de \$2800 pesos y el mínimo se situó en \$1870 pesos por dólar, fluctuaciones que se ven reflejadas en la gráfica 37 por ser fuertes y esporádicas; las variaciones para el primer periodo se presenta casi constantes, debido a que las variaciones son significativas pero tienen relativamente una dispersión similar.

De julio a septiembre de 2015, por medio de la información suministrada por las 87 empresas, se logró obtener un promedio de \$2741 pesos por dólar, mientras el valor máximo obtenido para el mismo periodo fue de \$2900 pesos y el mínimo se ajustó a \$1850 pesos por dólar, intentando igualarse a la tasa de cambio presente en mercado para ese periodo y finalmente del mes de octubre hasta diciembre del mismo año, por medio de los datos suministrados por 84 empresas, con un promedio de \$2842 pesos por dólar, con un máximo alcanzado de \$3100 pesos y un mínimo de \$1900 pesos por dólar, en donde se observó como la dinámica económica a nivel mundial, también se veía reflejado en la economía de la ciudad

de Pasto, según la dinámica del mercado y la agilidad de los comerciantes para realizar la negociación con extranjeros ecuatorianos, y apreciando la posibilidad de estudiar el mercado y el comportamiento de la demanda del dólar, como se observa en la siguiente gráfica.

Gráfica 36. Precio Del Dolar En 2015

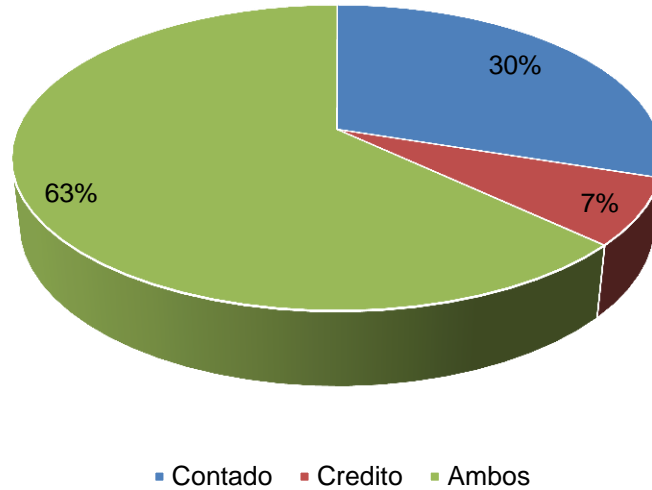


Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015

4.3.7 Forma de pago de los clientes. En esta parte se quería verificar la solides, con la que trabajaba el establecimiento, con el fin de corroborar el tipo de clientes que manejaban, de manera que se obtuvo que del 100% de los establecimientos encuestados, que se encontraban dentro de la comuna uno de la ciudad de San Juan de Pasto, tan solo el 30%, dijo tener clientes con el sistema de pago al contado, el 63% de los establecimientos afirmo tener solamente clientes de contado y crédito, tan solo el 7% de las empresas encuestadas para el periodo de estudio se relacionó comercialmente con clientes de crédito.

Con lo anterior se puede verificar la solides que mantienen las empresas encuestadas pues la mayoría de ellas manejan clientes de contado y crédito, lo cual les permite tener flujo eficiente de efectivo que a la vez les dinamiza la economía de la empresa, así como la del mercado dentro de la ciudad de Pasto.

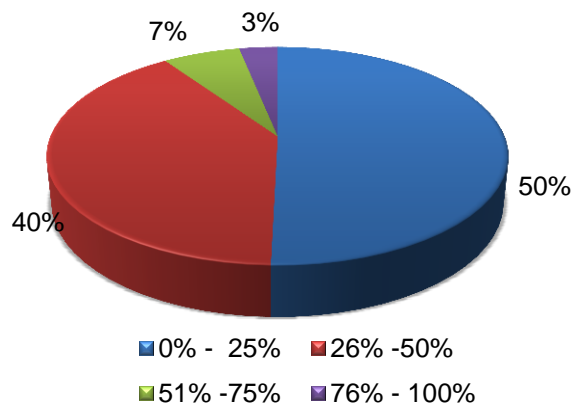
Gráfica 37. Forma de Pago



Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto. 2014-2015

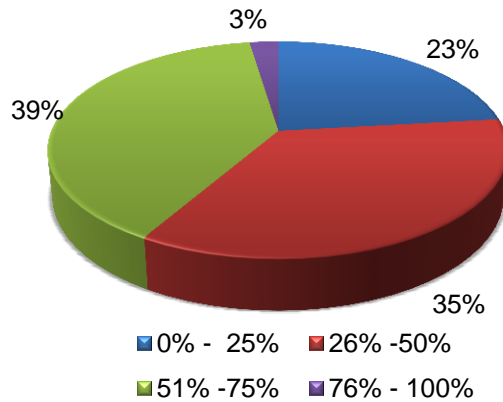
4.3.8 Comparativo 2014 y 2015 del efectivo recibido en dólares. De acuerdo al punto anterior, y con la información recolectada se pudo obtener información sobre el porcentaje de dólares que ingresaron a las empresas encuestadas en los periodos estudiados, de lo cual se obtuvo la siguiente gráfica

Gráfica 38. Efectivo En Dolares 2014



Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015

Gráfica 39. Efectivo En Dolares 2015



Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015

Las empresas que colaboraron con la encuesta realizada, suministraron información de acuerdo a los datos y archivos a su disposición, con lo cual se logró obtener el porcentaje aproximado de dólares que ingresaron a sus establecimientos, producto de la venta de la mercancía.

Al momento de analizar la gráfica con detenimiento, se observa inicialmente los cambios que se producen de un año a otro, referente al porcentaje de dólares que ingresaron a su establecimiento, por parte de los clientes que pagaron de contado y eran extranjeros. Desde lo cual inicialmente para el año de 2014, las empresas que admitieron haber recibido dólares en un rango de entre 0% y 25%, fueron 63 empresas representadas por el 50% de la población de estudio, mientras que para 2015 en el mismo rango se presenta una disminución de empresas que dijeron recibir dólar en las ventas, pasando a tan solo el 23% correspondiente a 29 establecimientos, para cuyo rango se presenta una reducción de establecimientos que recibieron esa cantidad de dólares de 34, representado por el 54% menos con respecto al año inmediatamente anterior; en el rango que va desde 26% a 50% de efectivo recibido en dólares, para el año 2014 el número de empresas fue de 50, representado por el 40% de los establecimientos que dijeron recibirlo al momento de la venta, cifra que para el año 2015 no se aleja demasiado, debido a que en el mismo rango fueron 44 establecimientos representados por el 35%, con lo cual se obtuvo una reducción mínima de 6 establecimientos representando el 12% con respecto al año base y para cerrar en el rango comprendido entre el 76% y el

100% de efectivo recibido por los establecimientos encuestados, se obtuvo que no tuvo mayor variación ya que el cambio fue solo de 1 establecimiento el cual represento el 25% con respecto al año 2014, es decir en este rango para 2014, solo 4 empresas, representado en el 3%, vendieron en efectivo y recibieron dólares en este rango, mientras en 2015 tan solo fueron 3 empresas las que recibieron ese porcentaje de dólares, representando el mismo 3%.

Al parecer, esa reducción de empresas en los rangos de efectivo recibido en dólares, que se explicó en el párrafo anterior, se dirigieron de acuerdo a los datos suministrados, al rango comprendido entre el 51% al 75%, en donde para 2014 se encontraban 8 empresas las cuales representaron el 7% para ese año, mientras que para 2015 se incrementa en 41 empresas representando casi el 513% en comparación al año anterior, ya que llego a consolidarse en 49 establecimientos que representaban el 39% de la población que recibió efectivo en las transacciones.

En general, del análisis anterior, se rescata que las empresas de la comuna uno de la ciudad de Pasto, con el fin de realizar las ventas en el periodo de 2015 en donde se presentó la devaluación del peso colombiano, y con el fin de acoger a los clientes que llegaban a sus instalaciones, fueron capaces de adaptarse a la situación del mercado para ese periodo, pero que además prepararon al personal para admitir la venta en dólares y permanecer al tanto de la fluctuación que presentara la moneda casi a diario.

4.3.9 Efectos de la variación de la tasa de cambio en los establecimientos. Lo anterior se replicó en todas las ciudades de Colombia y San Juan de Pasto no fue la excepción, esta investigación consultó a través de encuestas cuales fueron los factores que más influyeron entre los años 2014 y 2015 en relación a la devaluación del peso frente al dólar.

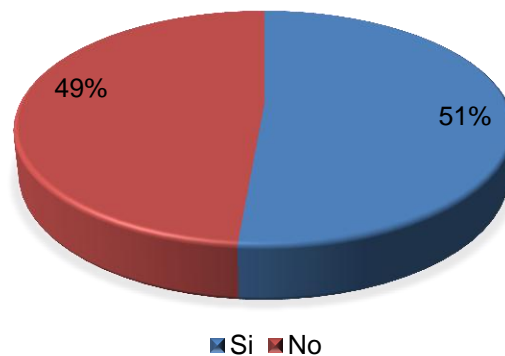
En el año 2014 los comerciantes se vieron incentivados a realizar compras en el extranjero debido a que la tasa de cambio era favorable para traer bienes que en su mayoría eran aparatos eléctricos y tecnológicos, para el año 2015 se redujeron estas compras las cuales pasaron de un 75% en 2014 a un 25%, unas de las razones para reducir las compras en el exterior fue que durante el 2014 las ventas fueron menores y los comerciantes tenían suficiente inventario disponible para satisfacer la demanda del año siguiente.

Para el año 2014 los comerciantes sintieron que los costos de los bienes extranjeros importados se incrementaron en un 11%, mientras que para el 2015 ese aumento fue del 89% debido a devaluación del peso colombiano, en cuanto a gastos en importaciones el panorama fue muy similar, para el 2014 estos se situaban en un 17% y para 2015 alcanzaban el 83%, por su parte los comerciantes

sintieron que no hubo ningún cambio durante los años 2014 y 2015 por el pago de impuestos por importaciones de bienes.

4.3.10 Cambios en la Estructura de la empresa por las variaciones de la tasa de cambio:

Gráfico 40. Cambio La Estructura De La Empresa



Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015

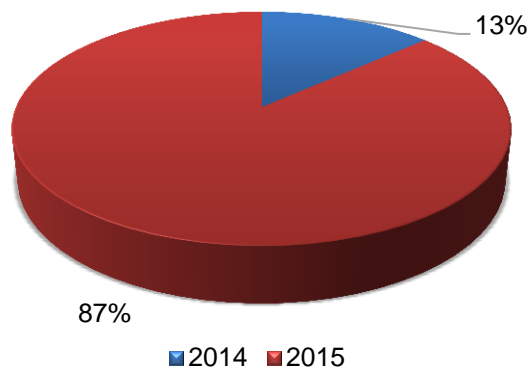
Según los datos suministrados por los empresarios encuestados, el 49%, representando a 87 establecimientos los cuales al parecer no realizaron modificaciones en la estructura interna y externa de los establecimientos debido a que no consideraron necesarias las intervenciones a la empresa, por encontrarse preparados para la coyuntura económica que presentó la ciudad de Pasto para el periodo de 2014 y 2015.

Por otra parte, el 51% de los empresarios, que correspondió a 92 establecimientos de comercio ubicados en la comuna uno de la ciudad de Pasto, aceptaron haber realizado intervenciones en la estructura interna (administrativa y personal) y externa, con el fin de lograr mantener ante todo capacitado al personal, que labora en su establecimiento en la atención de los extranjeros que llegaron a sus instalaciones, permitiendo que la experiencia sea agradable y el cambio de monedas se realice de manera normal. Para lo cual los empresarios y administradores encargados, realizaron capacitación al personal de ventas en cuanto a la atención de los clientes, sobre todo a los extranjeros, información constante para el área administrativa sobre la tasa de cambio vigente y como se debía realizar los cambios de la moneda, implementaron la política de ayudar estos clientes a ubicar lugares seguros para realizar los cambios de moneda, hoteles, restaurantes, lugares donde ubicar transporte y sitios turísticos de posible

interés, todo esto con el fin de darle una experiencia personalizada al cliente, afianzar su confianza y fidelizarlo, para visitas futuras.

4.3.11 Año con mayor dinamismo económico:

Gráfica 41. Año Con Mayor Dinamismo



Fuente: Cálculos propios a partir de las encuestas realizadas a los locales comerciales de la comuna uno de San Juan de Pasto.2014-2015

En el gráfico anterior, de acuerdo a la pregunta realizada en las encuestas en donde se solicitaba a los empresarios, administradores o contadores, realizar un análisis de manera que pudiesen determinar, el año con mayor dinámica para sus establecimientos de acuerdo a la experiencia en los años de estudio y teniendo en cuenta los datos arrojados en sus establecimientos referente a compras y ventas. El 13% de los administradores de acuerdo a su experiencia considero que el año con mayor dinámica de acuerdo al análisis referente al movimiento de compras y ventas realizadas por el establecimiento fue en 2014, presentaron una mayor dinámica, esto de acuerdo a las utilidades arrojadas en el año en cuestión. Por otra parte, el 87% de los administradores consideraron que 2015 fue el año con mayor dinamismo económico que se presentó, debido a que se realizaron mayores ventas, hubo nuevos empleos generados por su establecimiento y los impuestos pagados se elevaron considerablemente.

Al analizar el capítulo referente a las ventas que efectuaron los empresarios para los años de estudio, los establecimientos se encuentran organizados de tal manera que les facilita la realización de su actividad comercial a la cual se dedican, iniciando porque gran parte de las empresas mantengan un control de ventas en sus diferentes esquemas, sin embargo el manejo de los informes deberá ser motivado para que impacte la posición futura de la empresa frente a los

fenómenos que se presenten en el transcurso de su actividad, permitiéndole reconocer las capacidades y dificultades que presenta el establecimiento.

En los periodos estudiados se presenta que las ventas se disparan en sus niveles más elevados para el año 2015, por la devaluación de la moneda colombiana, situación que se considera fuerte y que les da posibilidades a los establecimientos, para recuperar la coyuntura que se presentaba el anterior capítulo. Lo cual se ve reflejado directamente en los establecimientos que distribuían calzado, vestuario y aparatos electrónicos, a pesar de ello, la preocupación se centra en el efecto negativo que se presentó hacia los establecimientos dedicados exclusivamente a la distribución de artículos en cuero los cuales son una actividad que es parte de la historia nariñense y que con la devaluación del peso colombiano se vio retraída.

La capacidad y sagacidad de los empresarios por descubrir el tipo de cliente y su nacionalidad, nos permitió observar el porcentaje de ecuatorianos que llegaron a la ciudad con el fin de realizar transacciones comerciales, debido a la fluctuación que, para el periodo de 2015, presentó la economía nariñense. En cuanto, a la fuente de información para el cambio de dólares, tenemos que al parecer la confianza de entidades gubernamentales pierde poder en la zona de estudio, ya que se demostró la confianza en mercados dinámicos, pero a la vez ilegítimos, por tener mayor relevancia y al parecer se adaptan o se ajustan de manera más rápida al mercado que se presenta en el sur del país.

De acuerdo a los datos suministrados por los establecimientos, tenemos que para 2015 las fluctuaciones de la tasa de cambio son más fuertes y erráticas, de manera que permitió al empresario estar a la par con el mercado, informado para tomar decisiones con respecto al precio del dólar, al cual debía realizar las transacciones que se dieran en esa moneda, esto con acuerdo en cierta medida debido a que en los años de estudio para el año 2015, los empresarios reciben una mayor cantidad de dólares en comparación con el año anterior, lo que los obliga a estar en constante aprendizaje del manejo y connotaciones que pudieran desprenderse de la tasa de cambio, por lo tanto algunas de las empresas sintieron no estar preparadas estructural y dinámicamente para afrontar las situaciones económicas que presentó el mercado y estas se vieron obligadas por la situaciones que presentaba el mercado en los periodos de estudio, a realizar modificaciones a su estructura interna y finalmente la mayor parte de los establecimientos estudiados consideraron que el 2015, fue el año con mayor dinámica económica presente en la economía de la ciudad de Pasto.

Para este capítulo y de acuerdo a lo planteado en el texto anterior, se sugiere realizar una estructuración para agrupar la información de las ventas de manera que sea accesible y confiable, con el fin de que sea la base para futuras investigaciones; es necesario reconocer los establecimientos y productos representativos de la región y replantear las capacitaciones, con el fin de fortalecerlos; capacitaciones dirigidas hacia toda la comunidad comerciante para el manejo de clientes extranjeros y nacionales, con el fin de incrementar las ventas

y la disposición para su atención; estudio y comprensión de la demanda por parte de los empresarios, de manera que se tomen decisiones acordes a la situación económica y su dinámica y finalmente es necesario el acompañamiento por parte de cámara de comercio y entidades gubernamentales para vivificar e interiorizar la importancia de la tasa de cambio así como la capacidad de perfeccionamiento que deberá tener un establecimiento.

4.4 PLANTEAR RECOMENDACIONES PARA PROMOVER, FORTALECER Y CONTINUAR CON LAS RELACIONES COMERCIALES COLOMBO ECUATORIANAS DE SAN JUAN DE PASTO, 2015

El desarrollo del cuarto capítulo se lo realizó teniendo en cuenta las respuestas entregadas por los empresarios en cuanto a las posibles recomendaciones que se existen de parte de ellos a entidades gubernamentales, como alcaldía y gobernación, con el fin de promover y fortalecer las relaciones comerciales entre los dos países. De tal manera que exista un beneficio para la ciudad de Pasto

Teniendo en cuenta lo anterior se hizo una marcación de tendencia con el fin de determinar cuáles fueran las dos respuestas que más veces se repitieron, determinando que tuvieran ciertas similitudes entre ellas.

Tabla 1. Agenda de trabajo

Alternativa	Objetivos	Metas	Tareas	Responsables	Recursos	Tiempos
Apoyo Institucional	Fortalecer la actividad comercial de la comuna uno de la ciudad de San Juan de Pasto	Incrementar la Demanda	Capacitar a empresarios sobre ventas	Cámara de comercio de Pasto y Fenalco	Financieros y académicos	1 mes
		Incentivar el consumo	Capacitar a sector comercio sobre atención al cliente	Fenalco		2 semanas
			Capacitaciones en estrategias de mercadeo	Universidad de Nariño y Cámara de Comercio		1 mes
			Incentivar el turismo comercial	Alcaldía y Fontur		3 meses
			Estrategias de publicidad	Universidad de Nariño		1 mes
	Fomentar la cooperación multidisciplinaria con el comercio de la ciudad de San Juan de Pasto	Articular las instituciones con el sector comercio	Foros institucionales	Cámara de comercio de Pasto, Fenalco	Financieros y académicos	2 meses
		Actualizar conocimientos y experiencias entre las instituciones	Presentar informes sobre el contexto económico de la ciudad	Alcaldía		cada 6 meses
		Reactivar la cooperación hacia el sector comercio	Actualizar información en todas las entidades sobre el sector comercio	Cámara de comercio		mensual
				Universidad de Nariño		
	Promover y fortalecer el manejo de la tasa de cambio en los establecimientos comerciales	Reforzar conocimientos sobre tasa de cambio	Capacitaciones sobre manejo de tasa de cambio, para el sector comercial de Pasto	Banco de la Republica	Académicos	1 mes
			Explicar ventajas y desventajas de usar la tasa de cambio	Universidad de Nariño		1 semana
			Uso del dólar como medio para realizar transacciones	Medios de información de la		5 meses

	de la ciudad de Pasto			ciudad		
			Facilitar la información sobre tasa de cambio			3 meses
Zona de Integración Fronteriza	Promover el turismo y el comercio hacia la ciudad de Pasto	Hacer de Pasto un atractivo turístico y comercial	Facilitar movilidad de turistas en ambos sentidos en la frontera colombo ecuatoriana	Migración	Financieros y académicos	1 año
			Mejorar la infraestructura vial colombiana	INVIAS		Indefinido
			Ferias Binacionales	Gobernación, Mincit		5 meses
			Control del contrabando en frontera	Aduanas y policía		1 año
			Seguridad y protección para el turista	Policía		5 meses
			Actualizar a los empleados sobre orientación al turista	Fontur, Cotelco, Alcaldía, Sena		1 mes

5. CONCLUSIONES

Se confirma para la actividad comercial de la ciudad de San Juan de Pasto, la brecha que existe con respecto al desempleo de acuerdo al género masculino y femenino, en donde las mujeres se encontraron en desventaja para adquirir empleos formales y su respectiva remuneración económica.

La importancia de la estructura económica de los establecimientos comerciales de la ciudad de San Juan de Pasto, ya que su organización actual no permite retroalimentación dentro de la empresa, que permita un crecimiento continuo.

La presente investigación, logró demostrar la falta de capacidad técnica, conocimientos y estudios, que permitieran a las empresas conocer a fondo el mercado de la actividad comercial y responder de manera eficiente a cualquier cambio que impacte directa o indirectamente el comercio de la ciudad de Pasto.

Dificultades dentro de los establecimientos para el reconocimiento y manejo de la tasa de cambio y sus constantes variaciones como las que presenta el periodo de estudio.

Se encontró dentro de la ciudad de San Juan de Pasto, falta de coordinación y complementación entre las instituciones de formación profesional, sus estudios y las necesidades de la actividad comercial de la ciudad.

Falta de inclusión por parte de las entidades que agrupan a los comerciantes, con respecto a formación e investigaciones pertinentes en la ciudad que fortalezcan el emprendimiento y la consolidación del sector en San Juan de Pasto.

Con la investigación, se observó que los empresarios y comerciantes de la ciudad de San Juan de Pasto, manejan una tasa de Cambio SPOT, es decir tienen en cuenta el precio del dólar a diario, lo cual genera inseguridad en la economía de las empresas, impulsándolos a tomar decisiones basadas en expectativas.

6. RECOMENDACIONES

Es importante anotar que con el fin de aproximar las posibles soluciones frente a las brechas que se encuentran a nivel de género, instituciones como el BID y el Banco de la Republica, publicaron el libro *Desempleo femenino en Colombia*⁶⁶, el cual ofrece algunos elementos de reflexión para las políticas públicas en áreas como la movilidad urbana, las características de los vecindarios, el acceso al cuidado infantil, la licencia de maternidad y los mecanismos de búsqueda de empleo, además de reiterar la importancia de la cobertura y calidad de la educación.

El esquema de compras realizado por las empresas, demuestra la capacidad de análisis que poseen, sin embargo, es necesario la implementación de directrices a nivel de las asociaciones de comerciantes para realizar análisis de datos que permitan una retroalimentación constante, con el fin de tomar decisiones y/o correcciones hacia las compras mitigando el impacto hacia los comerciantes la demanda en los establecimientos, por los productos que sustentan sus establecimientos.

El mercado de la ciudad de Pasto, necesita el aporte y acompañamiento de las universidades del municipio, de manera que se realicen estudios para conocer la flexibilidad del mercado que presenta la actividad comercial de la ciudad de Pasto, con el fin de que responda satisfactoriamente a los cambios que se presentan a nivel externo e interno de la empresa, y puedan ser tomadas como oportunidades para los empresarios hacia una demanda efectiva y creciente, diseñado desde la expectativa de conocer cada cliente nuevo, sus necesidades y experiencias, con el fin de mejorar el servicio y fidelizarlo.

Se plantea, capacitaciones por parte de las instituciones a cargo de la tasa de cambio, como Banco de la Republica y universidades, dirigido hacia los encargados de los establecimientos, de manera que se observe el impacto generado dentro de la empresa por las variaciones de la Tasa de Cambio en el entorno comercial, dichas capacitaciones deberán estar pensadas para toda la comunidad comercial de manera que afecten por igual todas las actividades y sectores de la ciudad de Pasto.

Replantear el acompañamiento brindado por parte de las entidades que organizan y agrupan a los comerciantes, con el fin de que se realice foros que permitan consolidar información, realizar estudios constantes y veraces sobre la situación

⁶⁶ Desempleo Femenino en Colombia. Gestion de coordinación de publicaciones o La Imprenta Editores S.A. Banco Interamericano de Desarrollo BID y Banco de la Republica. Diciembre 2016

económica de la ciudad, que permita a los empresarios tomar decisiones de estructuración, compra y venta de sus establecimientos.

Los empresarios de la ciudad de Pasto, por la situación de frontera que presenta el departamento, deben pensar en fortalecer la seguridad con respecto a la Tasa de Cambio, por ser una actividad representativa en la zona, pueden articularse y fomentar investigaciones sobre este tema, que permitirán una reducción importante de costos en compras, importaciones, y mejoras dentro de la actividad comercial.

BIBLIOGRAFIA

- AYALA, Roberto. (1998). Cuestiones económicas – Realineamiento de la banda cambiaria. Quito: Banco Central del Ecuador.
- CEDRE. (2012). Cuentas económicas del municipio de pasto 2005-2010p. Pasto: Sector terciario. Colombia, pág. 31.
- COLOMBIA. (1991). Constitución Política de Colombia. (1991). Presidencia de la Republica de Colombia. pág. 199
- FONDO MONETARIO INTERNACIONAL. (2016). Perspectivas Economicas: Las Americas- Adminsitrando transiciones y Riesgos: Washington, D.C. pág 5.
- KALMANOVITZ, Salomón. (2003). Economía y Nación: Una breve historia de Colombia. Grupo Editorial Norma. Bogotá D.C.
- KALMANOVITZ, Salomón (2013). Banco de la Republica 90 años de la banca central en Colombia. Banco de la República. Bogotá D.C.
- KRUGMAN, Paúl y OBSTFELD, Maurice. (2006). Economía Internacional. Modelo Gravitacional. Madrid Mac Graw Hill (quinta edición)
- MEZA, Nilo. (2008). Espacios regionales fronterizos teoría, política y práctica del desarrollo y la integración fronteriza. Lima
- OCAMPO, José Antonio. (2007). Historia Económica de Colombia. Edición revisada y actualizada. Editorial Planeta - Fedesarrollo. Bogotá D.C.
- PANESSO, Fernando. (2012). *et al.* Diagnostico Socioeconómico y del Mercado de Trabajo: Análisis del Mercado Laboral. San Juan de Pasto. Editorial Universitaria. pág. 63.
- SALVADOR, Jorge. (2009). Breve historia contemporánea del Ecuador. Editorial Fondo de cultura económica. Quito.

NETGRAFIA

BANCO DE LA REPUBLICA. Régimen De Flotación Cambiaria En Colombia de: www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/flotacion1.pdf

BANCO DE LA REPUBLICA. Política Monetaria: La estrategia de Inflación Objetivo en Colombia de: www.banrep.gov.co/es/politica-monetaria

BANCO DE LA REPUBLICA. De: http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/sistema_cambiario

CÁMARA DE COMERCIO DE PASTO. De <http://prototipo.ccpasto.org.co/index.php/2016-04-27-14-28-30/noticias/item/196-informalidadps>

CEPAL. Balance De La Situación Latinoamericana 2015 de: http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/39558/S1501387_es.pdf?sequence=98

MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. Salvaguardia Balanza Cambiaria Iniciada Por Ecuador de: <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=1824>

PESO COLOMBIANO REGISTRA FUERTE DEVALUACIÓN POR LA BAJADA DE LOS PRECIOS DEL PETRÓLEO. <https://mundo.sputniknews.com/americalatina/20160107/1055533040/peso-colombia-devaluacion.html>

PROCOLOMBIA. Estadísticas De Importaciones - Exportaciones Ecuador Y Colombia de: <http://www.procolombia.co/node/12775>

RAZONES DE POR QUÉ LA DEVALUACIÓN DEL PESO DE: <https://sabanerox.wordpress.com/2015/08/06/por-que-el-peso-colombiano-es-la-moneda-mas-devaluada-del-mundo-5-razones-fundamentales/>

SISTEMA DE INFORMACIÓN SOBRE COMERCIO EXTERIOR. Acuerdo de Complementación Económica. de: http://www.sice.oas.org/trade/mrcsrac/eca1_s.asp

UNIVERSIDAD NACIONAL. El lado Oscuro de la Devaluación de: <http://www.unperiodico.unal.edu.co/dper/article/el-lado-oscuro-de-la-devaluacion-en-colombia.html>