

Estudio del impacto en la percepción de los tenderos en Cartagena ante los tratados de libre comercio.

(Entregado el 1 de diciembre de 2013.)

(Aceptado el 9 de diciembre de 2013.)

Fundación Universitaria Tecnológica Confenalco (Antioquia - Colombia)



José Almoides Mendoza
Rondón-

**Fundación Universitaria
Tecnológica Confenalco-
Antioquia-Colombia**

Estudiante de 8vo Semestre de Administración de Empresas en la Fundación Universitaria Tecnológica Confenalco.

Clasificación en El Xv Encuentro Nacional y Ix Internacional De Semilleros De Investigación realizados en octubre del 2012 en la Universidad Cooperativa de Colombia Sede Bucaramanga en la modalidad de Propuesta de Investigación, titulada:

“Epistemología de la Investigación en el área de Administración Logística”.

Clasificación a Xvi Encuentro Nacional y X Internacional de Semilleros de Investigación octubre de 2013 en la Universidad de Córdoba, Clasificado a nivel regional en la modalidad de Propuesta de Investigación para presentarlo como Investigación en Curso, titulada:

“Estudio del impacto en la percepción de los tenderos en Cartagena ante los Tratados De Libre Comercio (TLC)”

e-mail: Jo-Me-Ro@hotmail.com

Resumen

La presente propuesta tiene como objetivo el estudio del impacto en la percepción de los tenderos en la ciudad de Cartagena de Indias ante los tratados de libre comercio través de un instrumento validado que conlleve a la creación de una base de datos que permita brindar formación a los microempresarios tenderos por parte de instituciones a fin de que estos reciban educación formal referente a todo lo que tenga que ver con tratados de libre comercio firmados en Colombia y los que están próximos a firmarse.

La investigación tiene como referentes teóricos, teorías de negocios internacionales, historia de los tratados de libre comercio en el mundo y Colombia e información acerca de los tratados que se encuentran actualmente firmados en este país.

Se tiene en cuenta la experiencia de distintas empresas y empresarios que reconocen la importancia de los tenderos en el país y las instituciones que actualmente trabajan por el fortalecimiento de este sector en cuanto a mejora de sus procesos y utilización de tecnologías para generar ventajas competitivas.

La investigación es de tipo descriptiva, se identifican características, formas de conductas de los tenderos de la ciudad, estableciendo comportamientos concretos para la debida asociación de variables en este caso económicas y macroeconómicas.

Las fuentes a utilizar son las primarias o de primera mano y secundarias o información procesada.

En una ciudad como Cartagena donde la población clasificada en los estratos de regular pobreza asciende a un 75%, la tienda se presenta como la principal alternativa a bajo costo para adquirir lo necesario en cada uno de los hogares, por

consiguiente, es de vital importancia determinar cómo afectan las actividades de comercio de los tenderos en Cartagena respecto a los acuerdos económicos colombianos

Palabras clave- Keywords

Tratados de libre comercio, Comercio al por menor, globalización, Comercio Cartagena

Free trade, globalization, TLC Colombia-Us, Retail trade, market Cartagena

Abstract

This proposal aims to study the impact on the perception of the shopkeepers in the city of Cartagena de Indias against the free trade agreements through a validated instrument that may lead to the creation of a database that allows providing training to microentrepreneurs shopkeepers by institutions to ensure that they receive formal education regarding anything having to do with free trade agreements signed by Colombia and those who are about to be signed.

The research is theoretical framework, international business theories, history of free trade agreements in the world and Colombia and information about the treaties are currently signed in this country.

It takes into account the experience of different companies and entrepreneurs who recognize the importance of the shopkeepers in the country and the institutions that currently work for the strengthening of this sector in terms of process improvement and use of technologies to build competitive advantage.

The research is descriptive, characteristics, forms of behavior of the shopkeepers of the city are identified by setting specific behaviors for the proper association of variables in this economic and macroeconomic case.

The sources used are the primary or first-hand and secondary or processed information.

In a city like Cartagena where classified in strata regular poverty population is 75%, the store is presented as the main alternative to low cost to acquire needed in each household, therefore, is vital determine how they affect trading activities in Cartagena shopkeepers regarding Colombian economic agreements.

1. Introducción

Los tratados de libre comercio son acuerdos bilaterales o regionales que buscan ampliar el mercado de bienes y servicios favoreciendo a los países implicados. Básicamente, consiste en la eliminación o rebaja sustancial de los aranceles y acuerdos en materia de servicios. Este acuerdo se rige por las reglas de la Organización Mundial del Comercio (OMC) o por mutuo acuerdo entre los países. Actualmente en donde hablar de globalización es muy natural en gran parte de la sociedad, los TLC's generan intriga acerca de la forma en que serán percibidos por los distintos sectores de la economía nacional; en este caso la siguiente investigación está enfocada al estudio del impacto en la percepción de los tenderos en Cartagena ante los tratados de libre comercio.

En el desarrollo de esta investigación se realizará un trabajo de campo en este sector de la ciudad para tener un acercamiento con los tenderos de la ciudad y que éstos puedan expresar el conocimiento que tienen acerca del tratado de libre comercio y como éste les afecta. Esta actividad está encaminada a proporcionarles a los tenderos de la ciudad cuáles son las amenazas y oportunidades que le brinda un acuerdo comercial de este tipo bajo las condiciones del entorno actual.

2. Materiales y métodos

La presente propuesta estará basada en los lineamientos metodológicos investigativos de Méndez Carlos expuestos en su libro Metodología: Guía para la elaboración de diseños de investigación en ciencias económicas, contable y administrativa.

Será de apoyo para este proyecto estar basados en las teorías de Negocios internacionales, ventaja comparativa, mercados imperfectos y ciclo del productos de Czinkota Michael y Ronkainen Ilkka en su libro Negocios internacionales/ International Business y Madura Jeff: Administración financiera internacional puesto que se abordara un tema como el tratado de libre comercio en donde intervienen distintos países como objetivo principal mejorar sus relaciones personales y comercio.

Así mismo se utilizará recursos web como la página del ministerio de comercio industria y turismo más exactamente en su enlace <http://www.tlc.gov.co/publicaciones.php?id=5398> donde se encuentra toda la información acerca de los tratados de libre comercio en los que Colombia se hace participe hasta la presente fecha.

El ministro Díaz-Granados en el marco del certamen Expo ProBarranquilla 2013 según la misma página del ministerio de Industria y turismo también menciona la importancia de los tenderos y dijo que su despacho trabajará de la mano con los tenderos, para que éstos se preparen y puedan competir en la Colombia de hoy. "Soy su vocero ante el Gobierno Nacional", dijo, "y desde el Despacho podremos trabajar por este sector tan importante para la economía del país" (<https://www.mincomercio.gov.co/publicaciones.php?id=6275>)

Los artículos económicos publicados en diarios como el Tiempo o revistas como semana, hablan acerca del sector minorista, es así como la periodista Gómez Constanza a través del diario el tiempo menciona las fortalezas de los tenderos a través de lo que piensan experimentados en el comercio como el El director ejecutivo de Carrefour Colombia, Frank Pierre que advierte la importancia de las tiendas en Colombia. Dice que aunque lo ideal sería para los hipermercados tener todo el mercado, la realidad es que hay que compartirlo y convivir con las tiendas. También menciona a Nielsen que reveló que las cantidades físicas de productos que venden los supermercados han crecido por debajo de las tiendas, lo que motiva a los productores de bienes y servicios a consentirlas.

En ese sentido menciona a Iván López Arango, gerente de Alpina Colombia que dice que el canal TAT (tienda a tienda) es fundamental para el desempeño de la que se considera una de las más grandes empresas del país. El 60 por ciento de lo que recibe por ventas (680.000 millones de pesos el año pasado), fueron resultado de la colocación de sus productos a través de las tiendas del país. La fuerza de distribución que permite que el producto esté al alcance de este pequeño comercio así como la accesibilidad, en términos de bajo valor, son fortalezas para la empresa de alimentos. La avena en bolsa o el Yogo-Yogo en vasos que cuestan 600 pesos, son productos que se diseñan y se ajustan al mercado.

Una ventaja para Alpina, dice el directivo, es la marca, porque como con el consumidor, ese es un factor que influye en la decisión de un tendero para incluir en su oferta un producto. La razón es que le garantiza alta rotación y un buen desempeño de su negocio. Para los proveedores, el flujo de caja es fundamental porque lo más común es que el pago lo hace en efectivo, a diferencia de las grandes superficies que compran mayores volúmenes pero programan pagos a largo plazo.

Para conocerlos más y profundizar en sus expectativas y negocios, Alpina realiza paneles y un trabajo de fidelización con estímulos por ventas o promociones en el punto de venta.

A pesar de las múltiples barreras que separan a los tenderos de los avances tecnológicos, ya son muchos de ellos los que han logrado superar sus temores y los prejuicios que los rodean. El cambio de mentalidad y la posibilidad de experimentar

que nuevos artefactos sí pueden hacer de su trabajo algo más sencillo han hecho que, poco a poco, en las tiendas ya empiecen a verse estos adelantos. Este es el caso de Boris Carlos, un tendero bogotano de 33 años quien, a pesar de los temores al endeudamiento y a lo novedoso, decidió dar un salto en su tienda y empezar a utilizar un novedoso software que, con paciencia, se convirtió en su mano derecha a la hora de administrar su tienda.

Este proyecto a pesar de tener pocos antecedentes de investigación proporciona a los tenderos de la ciudad una visión crítica de un tema que aunque desconocen los envuelve de tal forma que podría ser el causante de un surgimiento económico del sector en cuanto a su tecnificación o de pérdidas significativas.

La Cámara de Comercio de Cartagena convoca a todos los tenderos de la ciudad para que reciban totalmente gratis los servicios de asesorías en Mercadeo y Contabilidad. Con ello se busca mejorar la gestión empresarial de los tenderos de Cartagena. Otra iniciativa que se está implementando para el fortalecimiento de las tiendas es que estén manejadas las TIC; Que una tienda de barrio tenga página web, sistema integrado para gestión y control empresarial, comercio electrónico y hasta foro interactivo, será posible en Cartagena a partir del próximo mes, estos tenderos de la ciudad ingresen a un programa de formación en tecnología parte de MiPyme Digital, del Ministerio de Comunicaciones.

El programa, denominado 'Formación digital y herramientas TIC para los tenderos del distrito de Cartagena', fue lanzado en la Universidad Tecnológica de Bolívar por la ministra de Comunicaciones María del Rosario Guerra.

Según dijo la Ministra, la capacitación se realizará por medio de un diplomado de 104 horas en el que los tenderos de Cartagena recibirán computadores, telefonía básica, acceso a internet, hosting para páginas web, cuentas de correo electrónico, anti-virus y anti-spam y asesoría.

"Los beneficiados del programa pertenecen a la Red de Tiendas Undetco, grupo organizado en un proyecto de Cooperación Internacional, auspiciado por el BIC-FOMIN y ejecutado por la Cámara de Comercio de Cartagena", agregó Guerra. El ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones aportará el 50 por ciento de los 317 millones de pesos que costará el proyecto.

Las Mipymes beneficiarias aportarán el 11 por ciento de los recursos y los restantes serán aportados por las entidades y empresas ejecutoras.

El proyecto será desarrollado por Software de Colombia en alianza con la Universidad Tecnológica de Bolívar, UNE Telecomunicaciones y la Cámara de Comercio de Cartagena.

Según cifras entregadas por el Ministerio de Comunicaciones el Plan TIC, a través de MiPyme Digital ha logrado apoyar a 549 micro, pequeñas y medianas empresas en la costa Caribe.

MiPyme Digital es un programa del Plan TIC del Ministerio de Comunicaciones con el apoyo de la Corporación Colombia Digital, que busca mejorar la productividad y competitividad de las MiPymes a través del uso de las tecnologías de la información.

Según FENALCO en un artículo titulado "Tiendas de barrio, siguen siendo las favoritas de los colombianos" publicado en su propio sitio web menciona que los supermercados gana batallas pero no la guerra, hoy el 54% de los consumidores prefiere hacer compras en las tiendas de barrio que en las grandes superficies. Además las marcas propias también están incursionando en líneas de lujo.

Las tiendas mantienen un incremento en las ventas, incluso en épocas de crecimiento económico. A pesar del auge de los formatos express de las grandes superficies, los consumidores siguen prefiriendo el surtido, variedad y hasta la opción de fiar que ofrecen los comercios cerca de las casas.

Rafael España, director de estudios económicos de Fenalco, resaltó que a pesar de la estrategia de las grandes superficies de instalar formatos express en varios puntos de la ciudad, no están pensados para competir directamente con las tiendas de barrio, sino que obedecen a cambios demográficos. “Estos formatos están dedicados para personas que viven solas, que estudian y trabajan y no tienen tiempo de ir a los locales más grandes. En estos lugares no hay promociones por esta razón no son competencia directa”, precisó (<http://www.fenalco.com.co/contenido/2095>).

Además de experiencias económicas de empresarios acerca de la importancia que le dan a los tenderos y las iniciativas que están tomando diferentes instituciones comerciales y académicas de Cartagena para la capacitación de los tenderos en cuanto a mejora de usos de sistemas de información entre otros, también la teoría de este trabajo se basará en la historia de los tratados de libre comercio en el Mundo y en Colombia dados los ejemplos de economías en países que antes han firmado tratados de libre comercio y en su mayoría aún se encuentran vigentes.

Para este estudio se han desarrollado los siguientes objetivos:

Objetivo General:

Estudiar la manera en que los Tratados de libre comercio impactan en la percepción del sector de los tenderos de la ciudad de Cartagena de Indias, a través de un instrumento validado que conlleve a la creación de una base de datos para dictar formación a los microempresarios tenderos por parte de las instituciones que se orienten a desarrollar planes de formación para mejora del este sector.

Objetivos Específicos:

- Identificar la forma en que los tenderos de Cartagena perciben los tratados de libre comercio.
- Comparar la percepción de los tenderos con la realidad económica respecto a los TLCs.
- Diseñar una base de datos que le permita a las instituciones idear alternativas de capacitación para los Tenderos acerca de los Tratados de libre comercio.

En este proyecto se realizará una investigación descriptiva la cual consiste en la identificación de características del universo, en esto se señala las formas de conducta, se establece comportamientos concretos, se descubre y se comprueba asociaciones entre variables.

En el proyecto la aplicación que tiene este tipo de investigación, se genera en la identificación de oportunidades y amenazas que ocasiona el TLC en los tenderos de Cartagena de Indias.

En este proyecto se cuentan con fuentes de información que consisten en todos aquellos hechos o documentos a los que se recurren en la investigación, estos nos brinda la información necesaria del objeto investigado este se divide en:

1- fuentes primarias o de primera mano

2- fuentes secundarias o información procesada

Hablando de estas fuentes, la primera es aquella que se obtiene de manera directa, esta puede ser oral o escrita, esta información puede extraerse de relatos o escritos transmitidos por los tenderos de Cartagena de acuerdo a sus experiencias, lo que piensan acerca de los tratados de libre comercio, etc. En cuanto las fuentes secundarias son informaciones que han sido procesadas con anterioridad, como información de este sector en la cámara de comercio de Cartagena de indias con estudios basados en el registro mercantil, DANE.

Instrumentos de recolección de datos

1. Entrevistas
2. Encuestas

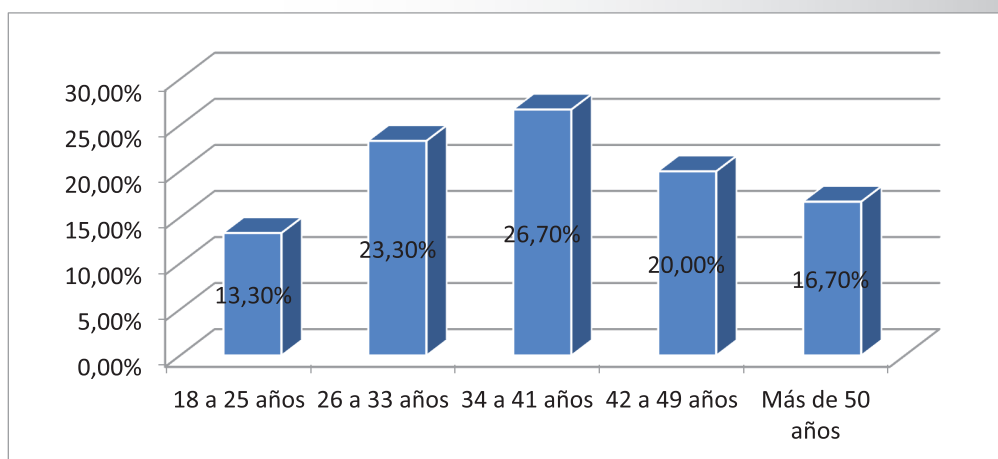
Se realizaron a la muestra que representa la población total de tenderos en la ciudad de Cartagena de indias.

3. Resultados y la discusión

Para la presente investigación, se realizó una prueba piloto donde se encuestaron 30 tenderos de la ciudad de Cartagena, hombres y mujeres mayores de 18 años, sin tener en cuenta el estrato socioeconómico donde se encuentran las respectivas tiendas

Para los datos demográficos, se obtuvo que: La mayoría de tenderos pertenecen al sexo masculino, arrojando un porcentaje del 70% frente a un 30% de las mujeres. El 73,3% pertenecen a otra ciudad como Bogotá, Medellín, Santa marta, barranquilla y solo un 26,7% pertenecen a la ciudad de Cartagena, lo que demuestra que la actividad de las tiendas no es una actividad propia de la ciudad de Cartagena, más bien fue un negocio que fue traído desde el interior del país.

Gráfico No.1



Edad de los investigados

Elaborado por: José Almoides Mendoza Rondón
Fuente: Investigación de campo

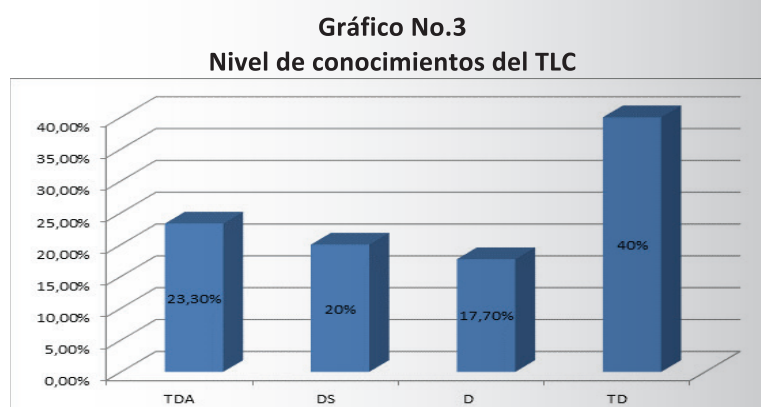
La mayoría de los tenderos encuestados tienen una edad que oscila entre los 34 y 41 años, con un porcentaje de 26,7% como se ve en el gráfico número 1, aunque no es un porcentaje muy elevado respecto a las demás edades, lo que podría llevar a pensar de que los tenderos en Cartagena tienen una edad promedio que va desde los 26 a 49 años aproximadamente.



Elaborado por: José Almoides Mendoza Rondón
Fuente: Investigación de campo

El nivel educativo de los tenderos es muy básico como lo muestra el gráfico número 2, la mayoría solo han cursado la escuela primaria y/o secundaria y han realizado estudios técnicos, lo que denota la nula formación profesional que tienen los tenderos en la ciudad de Cartagena. Algunos ni siquiera han ido a la escuela y otros han realizados cursos de manualidades para vender productos en su tienda y recibido capacitaciones por parte de sus proveedores.

Para dar respuesta al primero objetivo, identificar la forma en que los tenderos de Cartagena perciben los tratados de libre comercio, se les hizo algunas preguntas a los encuestados para indagar sobre su conocimiento acerca de los acuerdos y tratados que ha firmado Colombia hasta el presente momento, a través de una escala Likert donde el total desconocimiento estaba representado por un TDA (totalmente en desacuerdo) y el conocimiento total acerca del cuestionamiento por un TD (totalmente de acuerdo). Además, se indago acerca del impacto que pueden generar los TLC sobre el mismo sector tenderos y si su percepción puede ser negativa o positiva.

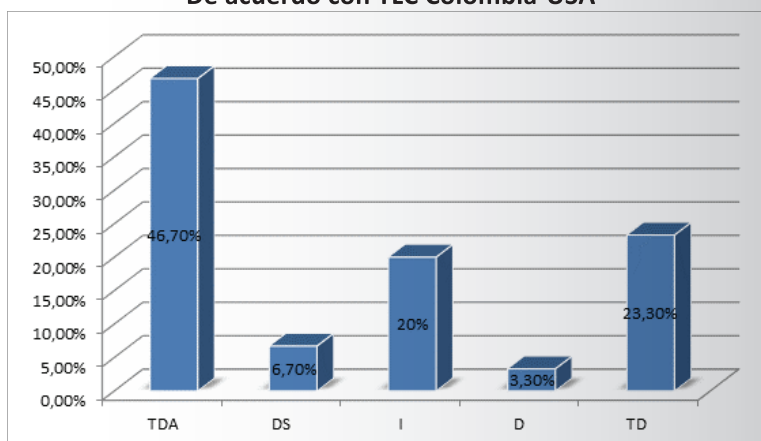


Elaborado por: José Almoides Mendoza

Rondón Fuente: Investigación de campo

Para la pregunta: “¿Conoce usted que es un TLC?” el 40% respondió Totalmente de acuerdo, es decir, este porcentaje representa el total conocimiento acerca de los tratados de libre comercio, independientemente de cual sea la razón del cómo y que conocen acerca de esto, le sigue un 23,30% que representa la población de tenderos que no conocen que es un Tratado de libre comercio, lo que más adelante se verá reflejado en preguntas específicas sobre las consecuencias de los mismos.

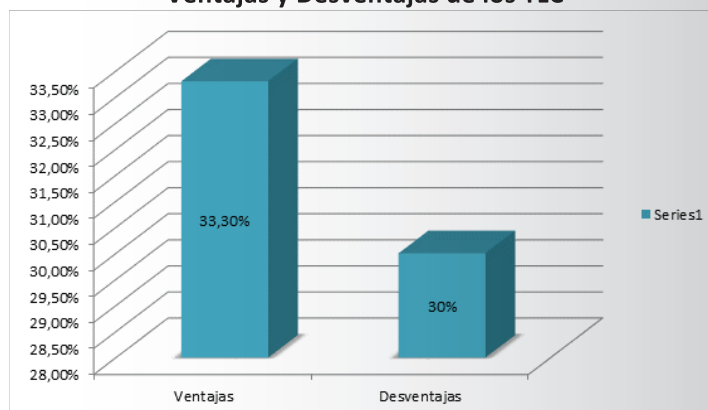
Gráfico No.4
De acuerdo con TLC Colombia-USA



Elaborado por: José Almoides Mendoza Rondón
Fuente: Investigación de campo

Dado que uno los tratados que más afecta la economía Colombiana para bien o mal es el TLC Colombia-Estados Unidos, se les pregunto a los tenderos si están de acuerdo con la firma de éste tratado, el 46,70% de los encuestados como se puede apreciar en la gráfica 4, dijeron que están en Total Desacuerdo, lo que refleja la inconformidad que tiene este sector acerca de la firma de este tratado.

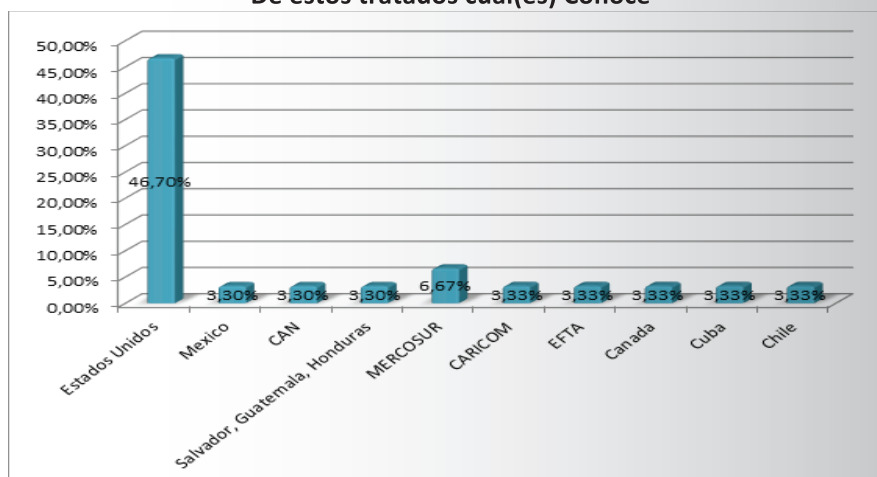
Gráfico No.5
Ventajas y Desventajas de los TLC



Elaborado por: José Almoides Mendoza Rondón
Fuente: Investigación de campo

Se les pregunto a los tenderos acerca de su conocimiento acerca de las Ventajas y desventajas de la firma de los tratados de libre comercio, solo el 33,30% de los tenderos tienen certeza de las Ventajas de los TLC a nivel general, es decir, no solo ventajas para el sector tenderos, si no ventajas para el país. Y Sólo el 30% conocen las desventajas de los tratados, lo que denota el poco conocimiento que tienen los tenderos sobre lo beneficioso o perjudicial que pueden ser los TLC.

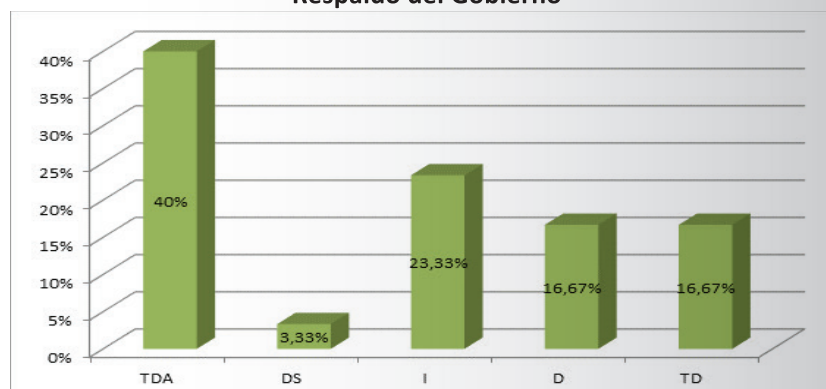
Gráfico No.6
De estos tratados cual(es) Conoce



Elaborado por: José Almoides Mendoza Rondón
Fuente: Investigación de campo

La grafica número 6, demuestra el casi desconocimiento de los tratados de libre comercio diferente al que ha firmado Colombia con estados unidos, solo el 46,70% dicen conocer con certeza el tratado entre estos países, el resto prácticamente no conocen otros tratados y acuerdos diferentes, lo que hace pensar que los tenderos le son indiferentes a los temas económicos lo que no los hace investigar sobre los tratados y como se pueden ver perjudicados o beneficiados y puede que la información que tengan sobre los mismos solo sea la de los medios de comunicación.

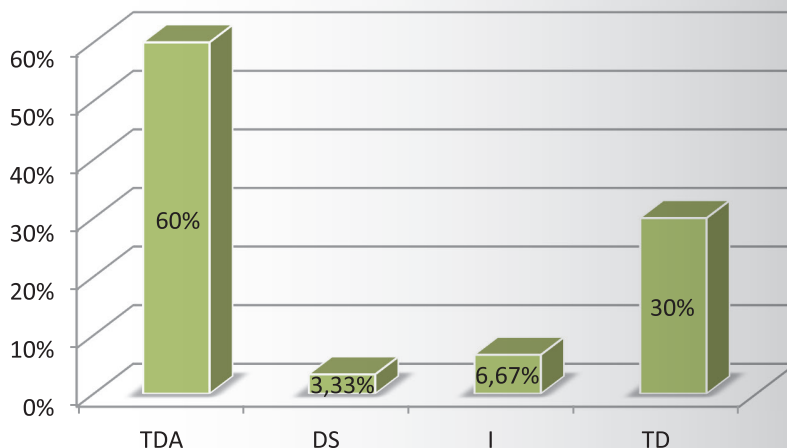
Gráfico No.7
Respaldo del Gobierno



Elaborado por: José Almoides Mendoza Rondón
Fuente: Investigación de campo

También se les pregunto a los tenderos si creen que el gobierno respalda a su sector para proteger su economía en caso de que los TLC's puedan afectarla, el 40% están en total desacuerdo, es decir, no creen que el gobierno pueda ayudarlo y en cambio un 16,67% tienen la certeza de lo contrario, lo que hace pensar que este sector, al menos en Cartagena se sienten desprotegidos en cuando a política de beneficios para el sector minorista frente a grandes y nuevos competidores.

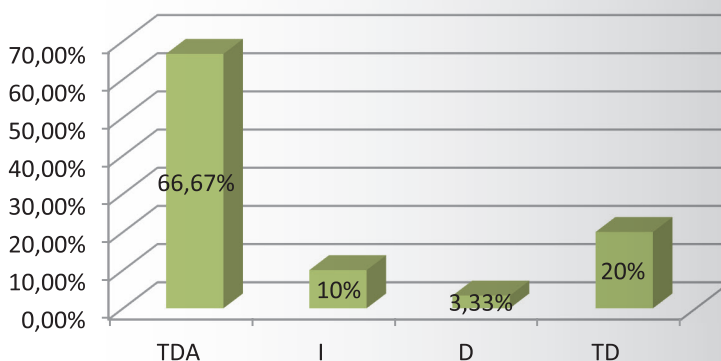
Gráfico No.8
Medidas competitivas.



Elaborado por: José Almoides Mendoza Rondón
Fuente: Investigación de campo

Se le pregunto a los tenderos si creían que este sector está tomando medidas competitivas frente a nuevos mercados generados por los TLC's, la mayoría, el 60% respondieron que no y solo un 30% tienen conocimiento acerca de estas medidas.

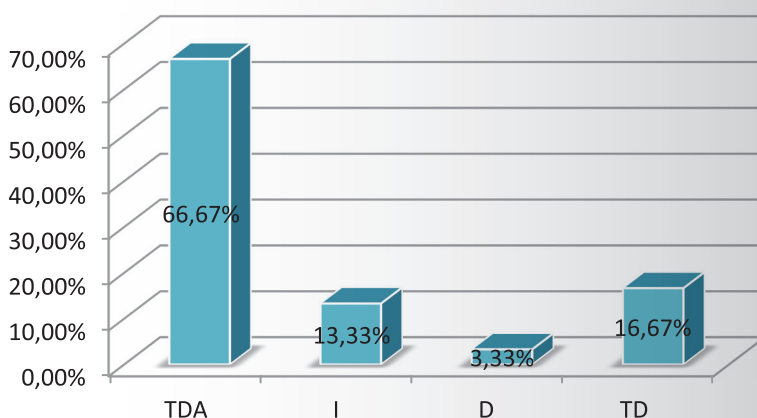
Gráfico No.9
Sector Tendero afectado negativamente.



Elaborado por: José Almoides Mendoza Rondón
Fuente: Investigación de campo

Para el segundo objetivo específico Comparar la percepción de los tenderos con la realidad económica respecto a los TLCs se les hizo preguntas que reflejaran la información que tienen los tenderos acerca de la relación comercio minorista y productos colombianos, así como sectores afectados por la firma de los tratados y acuerdos, como en la pregunta sobre lo afectado que se puede ver el sector minorista gracias a la firma de los tratados, el 66,67% (grafica 9) están en total desacuerdo, lo que refleja nuevamente la falta de desinformación sobre el tema, ya que algunos estudios económicos han demostrado que todos los sectores económicos en Colombia se verán afectados por la firma de los tratados y uno de los que se verá afectado negativamente es el sector minorista, que aunque son los últimos afectados en la cadena de consumo, tarde o temprano sufrirán un impacto debido a la nueva competencia.

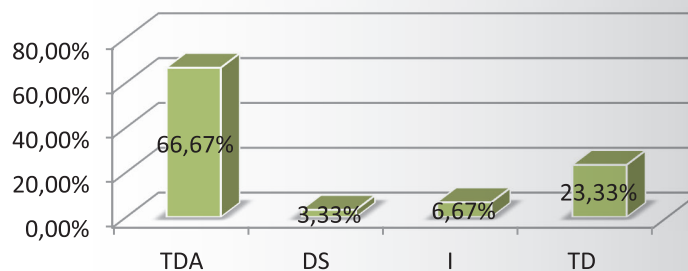
Gráfico No. 10
Cambio Positivo en Colombia.



Elaborado por: José Almoides Mendoza Rondón
Fuente: Investigación de campo

La mayoría de encuestados, en la gráfica 10 también están en total desacuerdo con un cambio positivo para Colombia debido a la firma de tratados y acuerdos, esto no solo refleja la resistencia a los resultados de las firmas, sino también una indiferencia a lo que pueda surgir debido a los tratados, puesto que como pueden surgir cambios negativos, también estudios han demostrado cambios positivos.

Gráfico No. 11
Medidas de proveedores Nacionales.



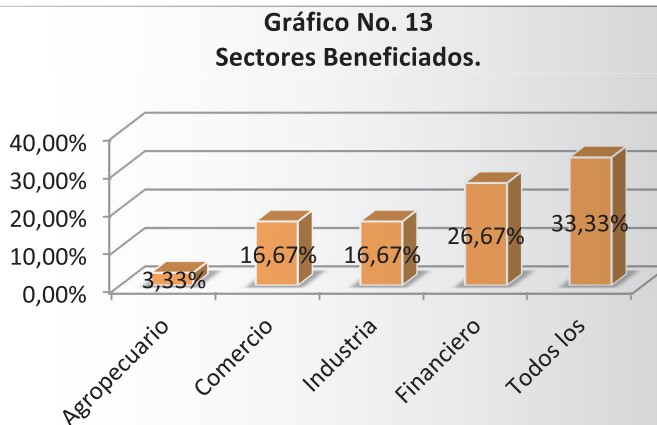
Elaborado por: José Almoides Mendoza Rondón
Fuente: Investigación de campo

Según el estudio que realizamos y la información que encontramos en algunas revistas económicas, la relación entre grandes empresas proveedoras de productos de consumo masivo y tiendas que lo venden al menudeo es muy importante, por esta razón le preguntamos a los tenderos si creen que sus proveedores están tomando medidas competitivas frente a los TLC's, un gran porcentaje, el 66,67% están en total desacuerdo, lo que nos puede llevar a pensar que no están informados de estas medidas o definitivamente sus proveedores no los han tenido en cuenta, por lo menos hasta el momento.



Elaborado por: José Almoides Mendoza Rondón
Fuente: Investigación de campo

Los tenderos venden al menudeo algunos productos que se mencionan en la gráfica 12, por eso le preguntamos cuál de estos se pueden ver más afectados por los TLC's, incluimos otros como el calzado, porcelanas, etc., puesto que según datos del ministerio de industria y comercio en su página web, estos son los productos más fuertes en Colombia en cuanto a intercambio económico internacional, los tenderos consideran que los más afectados pueden ser el café y dulces con un porcentaje de 26,76%, aunque no existe mucha diferencia entre estos y los demás productos, lo que demuestra la poca certeza que tienen los tenderos acerca de un producto que se pueda ver muy afectado a causa de la firma de estos tratados.

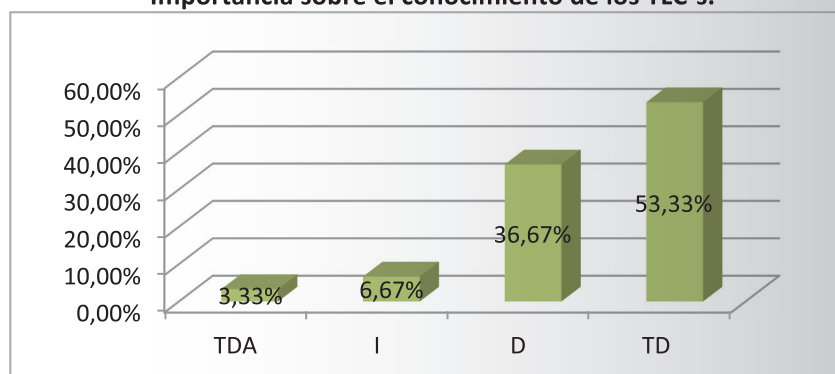


Elaborado por: José Almoides Mendoza Rondón
Fuente: Investigación de campo

También indagamos con los tenderos cual creen que es el sector que se vería más beneficiado por los TLC's, solo un 33,33% dice que todos los sectores (grafica 13), un porcentaje muy pequeño sin una diferencia significativa con las otras respuestas, lo que deja una vez más un sin sabor de los conocimientos que tienen los tenderos acerca de los TLC's, como un conocimiento que podría ser unánime.

El tercer objetivo Diseñar una base de datos que le permita a las instituciones idear alternativas de capacitación para los Tenderos acerca de los Tratados de libre comercio va precisamente a aclarar las dudas que pueden tener los tenderos acerca de los tratados de libre comercio y que esto les sirva para tomar decisiones y enfrentarse a nuevos competidores con una información más precisa, sin lo que solo los medios de comunicación puedan ofrecerle, para esto, se les hizo preguntas sobre la importancia de estos conocimientos, la disposición que tienen ellos en caso de asistir a una capacitación, en que horarios lo harían y si están dispuestos a pagarlas.

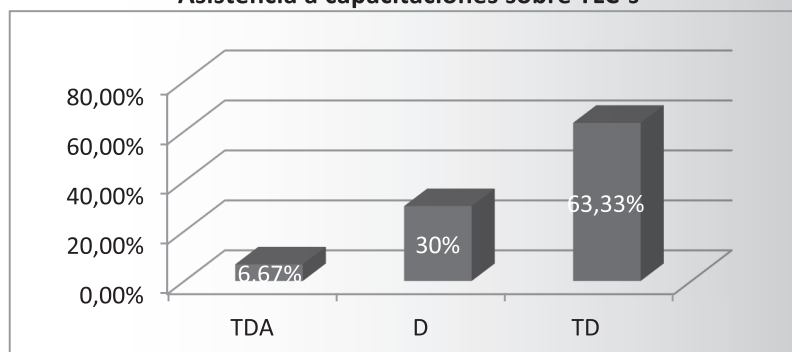
Gráfico No. 14
Importancia sobre el conocimiento de los TLC's.



Elaborado por: José Almoides Mendoza Rondón
Fuente: Investigación de campo

Un poco más de la mitad de los encuestados dicen creer en la importancia sobre saber a fondo que son los TLC's, generando un porcentaje del 53,33% de Totalmente de Acuerdo, siguiéndole un 36,67% De acuerdo (grafica 14), lo que hace pensar que los tenderos no están conformes con la información que tienen hasta ahora acerca de los tratados.

Gráfico No. 15
Asistencia a capacitaciones sobre TLC's

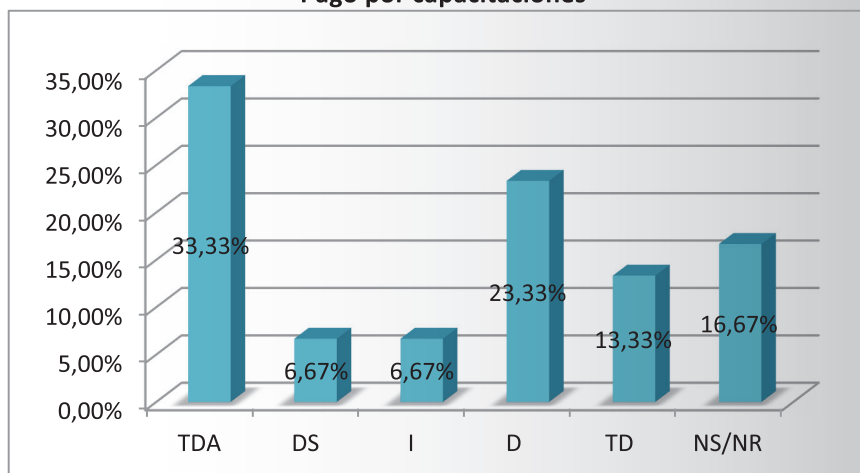


Elaborado por: José Almoides Mendoza Rondón
Fuente: Investigación de campo

Entonces, se les pregunto si estarían dispuestos a asistir a capacitaciones que hablen sobre los tratados, el 63,33%, en la gráfica 15, demuestra que si están seguros que irían a las capacitaciones y otro 30%, asistiría, aunque no con total seguridad, lo que nos haría pensar en idear alternativas para promocionar muy bien las capacitaciones y que todos los tenderos puedan asistir.

También se les pregunto sobre los horarios y jornadas en que asistirían la mayoría respondieron NS/NR puesto que es un trabajo de mucha ocupación, lo que complica la planeación pero no la hace imposible.

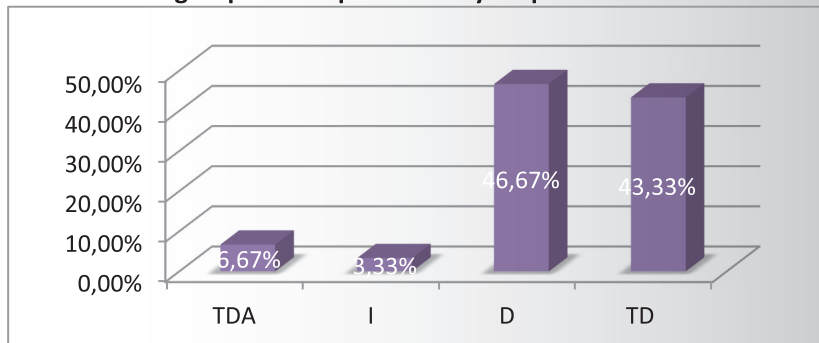
Gráfico No. 16
Pago por capacitaciones



Elaborado por: José Almoides Mendoza Rondón
Fuente: Investigación de campo

El 33,33% de los tenderos (grafica 16) no estarían dispuesto a pagar por capacitaciones, otro 23,33% las pagarían, aunque no con total certeza y solo un 13,33% pagaría, aunque si resulta muy costoso idear las capacitaciones, se podría pensar en hacer la propuesta a entes gubernamentales, entidades que les convenga el fortalecimiento del sector tendero o la misma Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco, lo importante es que los tenderos puedan recibir las capacitaciones aunque no puedan o no quieran pagarlas.

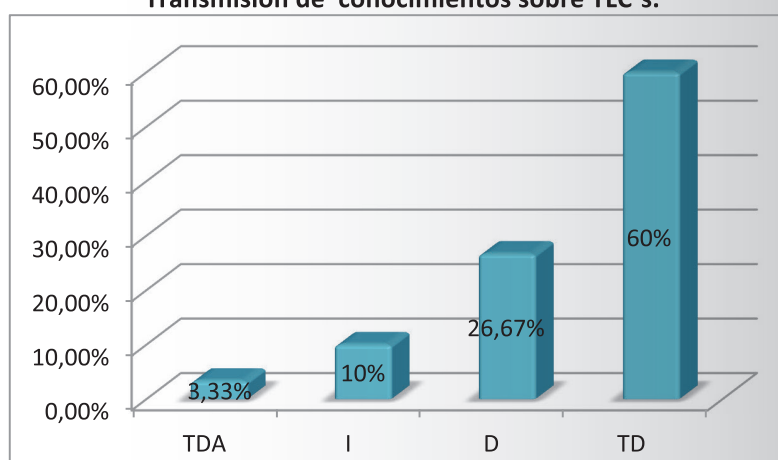
Gráfico No. 17
Uso de Tecnologías para competitividad y adquisición de conocimientos.



Elaborado por: José Almoides Mendoza Rondón
Fuente: Investigación de campo

El hecho de que los tenderos puedan capacitarse, puede llevar al conocimiento de otras alternativas, ejemplos como lo de los tenderos en Bogota o medellin que en base a capacitaciones por parte de la cámara de comercio han decidió utilizar tecnologías en su tienda que les hace fácil su actividad y por ende los hace más competentes, eso es lo que se pretende hacer en Cartagena partiendo de un tema como lo son los TLC's. Se le pregunto a los tenderos si luego de recibir capacitaciones, estarían dispuestos a dar uso de tecnologías como internet, datafonos, software, que solidifique su sector, el 46,67% están de acuerdo y el 43,33% están totalmente de acuerdo como se puede apreciar en la gráfica 17, lo que hace pensar en una disposición significativa de los tenderos a los nuevos cambios a pesar de su poco conocimiento acerca de algunos temas económicos.

Gráfico No. 18
Transmisión de conocimientos sobre TLC's.



Elaborado por: José Almoides Mendoza Rondón
Fuente: Investigación de campo

Finalmente se les pregunto si en caso de recibir los conocimientos acerca de los TLC's, estarían dispuestos a compartirla con sus colegas, la mayoría, el 60% han respondido totalmente de acuerdo y un 26,67% De acuerdo, lo que hace visionar el éxito de las capacitaciones a los tenderos, puesto que si algunos no asisten, los que asisten podrían transmitir la información.

4. Conclusiones

- Con el estudio realizado hasta ahora, queda en evidencia la falta de información que tienen los tenderos de Cartagena de Indias sobre los tratados y acuerdos de libre comercio, algunos solo conocen el más importante, estados unidos, y el conocimiento sobre otros tratados es casi nulo, además, no son capaces de dar respuestas con certeza acerca de las amenazas y oportunidades que traen los TLC's no solo para el sector tenderos, si no también respecto a la economía general del país.
- Para pasar de lo teórico acerca de lo que pueden saber los tenderos sobre TLC's, pasamos al segundo objetivo que tiene que ver sobre la relación que pueden tener el tema en cuestión con lo que afecta directamente a los tenderos, en este caso los productos y sectores que se ven relacionados con el tema del comercio nacional, los tenderos continuaron generando respuestas no precisas que dejan un sin sabor acerca de lo que deben saber los tenderos y lo

que puede beneficiarlos o afectarlos, puesto que en nuestra revisión de la literatura, se denota la importancia de los tenderos para la economía del país, pues ellos son el eslabón final de la cadena y los que directamente se relacionan con gran parte de los consumidores del país, afortunadamente esta no es la primera investigación que busca el fortalecimiento de este sector.

- Esta investigación busca que finalmente los tenderos sean capacitados en base a sus necesidades de información y por eso indagamos la oportunidad que habría en caso de tener una base de datos y que está bien manejada sirva para capacitar a los tenderos, la respuesta fue positiva según el estudio, los tenderos de Cartagena son conscientes de su desinformación y en su mayoría estarían dispuestos a asistir a dichas capacitaciones, lo que nos llevará a la planificación de todo lo relacionado a la organización del evento para que finalmente este sector se fortalezca y todos los directamente implicados nos veamos beneficiados.
- Los microempresarios de la ciudad de Tulcán deben capacitarse en temas relacionados a la Administración de Empresas, específicamente en la elaboración de Planes Estratégicos.

5. Bibliografía y linkografía

Mendez, Carlos E (1988): metodología: Guía para la elaboración de diseños de investigación en ciencias económicas, contable y administrativa. Bogota D.C. McGraw Hill.

Gomez, C (2006, 20 de agosto). Los tenderos de barrio son un estratégico canal de distribución de las grandes industrias. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-3175470>.

Fenalco (<http://www.fenalco.com.co/>)

Cámara de Comercio de Cartagena con base en el registro mercantil

Czinkota, Michael R. & Ronkainen, Ilkka A (2007): Negocios internacionales/ International Business. Mexico, D.F. Thomson Editores, S.A.

Madura, Jeff (2001): Administración financiera internacional. Mexico, D.F. Thomson Editores, S.A.

Ministerio de Comercio Industria y turismo (<http://www.tlc.gov.co/>)

Ministerio de Comercio Industria y turismo (<https://www.mincomercio.gov.co>)

Dane - Departamento Administrativo Nacional de Estadística www.dane.gov.co/

Valdez, O. Zerón F. y Morales C. (2008). El porqué de la planeación estratégica en las PYME. <http://www.eumed.net/ce/2008b/>