

ERNESTO TULIO CARDONA AGUIRRE

Universidad Cooperativa de Colombia
ernestotcardona@campusucc.edu.co

NAYDU ÁLVAREZ GIRALDO

Universidad Cooperativa de Colombia
naydu.alvarez@campusucc.edu.co

Recibido: 10/01/2018

Aprobado: 24/02/2018

Resumen

La Universidad Cooperativa de Colombia, en su plan estratégico cuenta con un esquema de responsabilidad social, que entre sus objetivos está propiciar espacios prácticos de relacionamiento con la comunidad, lo que permite a los estudiantes fortalecer sus competencias ciudadanas y por intermedio de su interacción, apoyar el desarrollo del país a través de sus organizaciones, buscando el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad con la cual se interactúa. Ante este planteamiento, el presente artículo, tiene como objetivo principal, identificar el grado de aceptación que poseen los programas de Responsabilidad Social Universitaria, desarrollados por la Universidad Cooperativa de Colombia (UCC) Sede Ibagué-Espinal por parte de los comerciantes de la zona de influencia de la comuna 7 de la ciudad de Ibagué. Es así, como mediante varias investigaciones al interior de la comuna referida, de la ciudad de Ibagué, Tolima, Colombia y tomando en cuenta el enfoque cuantitativo y descriptivo, que estuvo dirigido específicamente a una población de 249 microempresarios, se tomó un muestreo por conveniencia, al que se le definieron los instrumentos de recolección de la información. En este sentido, la discusión giró alrededor de la problemática de la comunidad encuestada, frente a las condiciones de sus emprendimientos como microempresarios y por consiguiente al grado de desarrollo de los mismos. Dicha exploración arrojó que gran parte de los emprendedores conforme a las disposiciones tributarias, deberían pertenecer al régimen simplificado, lo que implicaría formalización de sus establecimientos comerciales. De tal manera que, mediante la intervención de la universidad, puedan regularizar sus actividades de negocio.

Palabras clave: microempresarios, responsabilidad, regularizar, universidad.

THE SOCIAL RESPONSIBILITY OF THE UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA SEDE IBAGUÉ-ESPINAL, IN THE FACE OF THE COMPETITIVENESS OF MICROENTREPRENEURS IN THE REGION

Abstract

The Cooperativa University of Colombia in its strategic plan has a social responsibility Scheme, which among its objectives establishes the necessary resources to interact with the community, allows students improve citizenship skills and the intermediary of their interaction, support country development through its organizations, seeking to improve the quality of life of it. This is how several investigations inside a commune of the city Ibague-Tolima-Colombia and taking into account the quantitative and descriptive approach applied to a population of 249 microentrepreneurs, a sampling by coexistence was taken, to watch the information collection instruments were defined. The discussion about the problems of the surveyed community facing the conditions of their entrepreneurship as microentrepreneurs and therefore to the degree of their development. This exploration showed that the great part of the businessmen was satisfied with the tax dispositions, they will should belong to the simplified regime, which would imply the formalization of their commercial establishments. In such a way that, through the intervention of the university, they can regularize their commercial activities.

Key words: microentrepreneurs, responsibility, regularize, university.

Introducción

La Responsabilidad y compromiso del gobierno corporativo, deben ir más allá de considerar que el éxito de la organización sea la generación de utilidades, si bien es cierto, el crecimiento económico mide las empresas y las categoriza, no debe distar este crecimiento de su éxito social. En este sentido, el considerar la búsqueda solamente del incremento de los beneficios económicos y salvaguardar los intereses de los accionistas, está siendo discutido por los problemas que se han generado: económicos, medioambientales y sociales (Folgado Fernandez, Hernandez Mogollon, & Mariño Romero, 2012).

Al respecto, Zapata (2013), establece que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), consiste en hacer negocios basados en principios éticos y apegados a la ley. El concepto de RSE, ha dejado de ser concebido como un elemento meramente teórico, para convertirse en una práctica efectiva, por parte de las empresas en los últimos años, en todo el mundo. Asimismo, la responsabilidad social obedece al compromiso que tiene la organización con el medio externo, sus repercusiones al ambiente son aceptadas o sancionadas según el beneficio o la gravedad que representan y colocan a las organizaciones en un punto delimitante, en el cual, deben acordar soluciones y alternativas benéficas para ellas mismas y para la sociedad.

De igual forma, la responsabilidad social no es solo un discurso, es una necesidad latente de las organizaciones para garantizar el desarrollo sostenible. De allí que el crecimiento empresarial, sea una variable que depende de numerosos factores; la RSE es uno de ellos, ya que favorece toda ini-

ciativa que se origina en la empresa, facilitando el posicionamiento de su marca (Aguilera Castro & Puerto Becerra, 2012). De este concepto no se pueden alejar las universidades, ya que son entidades prestadoras de servicios educativos, que deben funcionar bajo los preceptos empresariales y buscar dentro de sus fines para obtener rendimientos o beneficios económicos, sin desconocer que tienen bajo su responsabilidad la formación de profesionales con principios éticos y deben ser socialmente responsables ante los diferentes grupos de interés. Al igual que la empresa, que ha debido superar el enfoque filantrópico de la inversión social (como gasto extra) para entenderse a sí misma bajo el nuevo paradigma de la Responsabilidad Social, las universidades deben tratar de superar el enfoque de la “proyección social y extensión universitaria” como ‘apéndices’ bien intencionados a su función central de formación estudiantil y producción de conocimientos, para poder asumir la verdadera exigencia de la Responsabilidad Social Universitaria (Vallaes, 2013).

El autor antes citado, afirma que la Responsabilidad Social Universitaria exige, desde una visión holística, articular las diversas partes de la institución en un proyecto de promoción social de principios éticos y de desarrollo social equitativo y sostenible, para la producción y transmisión de “saberes” responsables y la formación de profesionales ciudadanos igualmente responsables. En la siguiente gráfica se puede observar la relación que debe existir entre los diferentes actores de las instituciones de educación superior.

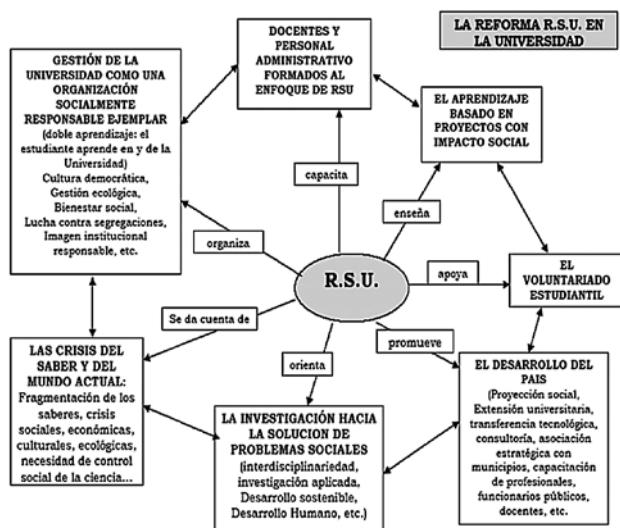


Figura 1. La Reforma R.S.U. en la Universidad
Fuente: <http://palestra.pucp.edu.pe> (Vallaes, s.f.)

Tal como se evidencia en la figura anterior, es fundamental que los diferentes agentes involucrados en los procesos de educación universitaria, estén orientados hacia la solución concreta de problemas sociales, que vayan más allá de una simple proyección de la universidad, sino que se asuma el abordaje de las comunidades, con la intención de brindar soluciones concretas a su problemática social.

En este orden de ideas, al considerarlos propósitos de la proyección social que se encuentran contemplados en la revista *Proyección Social* de la Universidad Autónoma de Manizales, a saber: integrar a las comunidades para compartir, problematizar, enriquecer y enriquecerse con el saber y el hacer de estas, ser eje de acción social, contribuir a la construcción de un individuo responsable, creativo, abierto, responder a las problemáticas de la realidad, desarrollar proyectos sistemáticos de sociedad, formar agentes de cambio, trascender de la información al conocimiento, desarrollar metodologías que fomenten la divergencia, el diálogo, la participación y la solidaridad; se puede observar que con el desarrollo de prácticas académicas, se puede cumplir con dichos

propósitos, ya que se integra la comunidad con la Universidad y se dinamizan los procesos de aprendizaje.

En el caso específico de la Universidad Cooperativa de Colombia Sede Ibagué-Espinal, con sus preceptos frente a la responsabilidad social universitaria, cabe destacar que ha venido liderando investigaciones que permiten dilucidar las necesidades de la población, en cuanto a situaciones, tales como la economía social, lo que constituye una de las áreas temáticas que orientan el presente estudio.

Por lo expuesto anteriormente y en aras de mantener un marco referencial, se plantean algunos conceptos relacionados con la economía social y su transcendencia a nivel de las poblaciones menos favorecidas:

La economía social es un recurso que data desde el siglo XVII, en la medida que en Francia se difundió por intermedio de Charles Dunoyer (1786-1862), con su nuevo tratado de economía Social. (Montolio, 2002), por lo cual, es procedente acentuar que el carácter de dicha economía responde a organizaciones privadas, vinculadas a procesos productivos, y que atiende a reglas específicas, precisamente no capitalistas, que pueden ser determinadas como un conjunto de empresas privadas que actúan en el mercado con la finalidad de producir bienes y servicios, asegurar o financiar y en las que la distribución del beneficio y la toma de decisiones no están ligadas directamente con el capital aportado por cada socio, correspondiendo un voto a cada uno de ellos.

Dentro de los componentes de la economía social, cobra importancia el concepto de negocio social, definido por su principal exponente Muhammad Yunus, como un negocio sin pérdidas ni dividendos, avocado enteramente a alcanzar un objetivo social. Al respecto, Yunus (2008), afirma que la diferencia entre ricos y

pobres no es la riqueza, sino la oportunidad. Los pobres son los mayores emprendedores del mundo, ya que cada día tienen que innovar para poder sobrevivir. Solo siguen siendo pobres porque no tienen las oportunidades para convertir su creatividad en un ingreso sostenible.

Por lo anterior, quienes emprenden negocios dentro de la economía social, enfocados al sostenimiento de su propio núcleo familiar lo llevan a cabo, entre otras por las pocas oportunidades que la sociedad les brinda, por niveles ínfimos educacionales, por problemas sociales; por lo cual, es recurrente que su nivel de sostenimiento dependa de la innovación muy particular para sobrevivir. Una de ellas, tiene que ver con la capitalización de sus emprendimientos, dado que no pueden acceder a créditos de manera formal, lo realizan por intermedio de agiotistas (Portafolio, 2012), que concedores de las condiciones de los microempresarios mediante el procedimiento de préstamos (gota a gota), los vinculan a una economía irregular, que únicamente le da dividendos al prestamista y hace más pobre al usuario del crédito. Estos prestamistas, están al margen del sistema financiero formalmente establecido y por consiguiente por la misma informalidad en sus otorgamientos, permiten el acceso al crédito sin garantías reales, solo a través de la garantía personal manifestada, mediante la firma de un documento como pagarés o letras de cambio, con lo cual se comprometen con los intereses que llegan a ser del 30% efectivo mensual, que están muy por encima del interés de usura gubernamental (Banco de la República de Colombia, 2015), promoviendo con ello, además de la ilegalidad; el empobrecimiento permanente de esta población que mediante este modelo de economía social, propende por mantener su núcleo familiar y subsistir en medio de tanta desigualdad. Agregada a la situación económica anterior, por la que atraviesan los microempresarios en Colombia y especialmente en la ciudad de Ibagué, a partir del año 2010, se ha desatado una competencia entre los hipermercados, las grandes superficies, los formatos express, las tiendas de descuento duro o hard discount (Almeyda & Carreño Moreno, 2016), y las tiendas de cercanía, las cuales han definido tanto a consumidores, comercializadores y distribuidores, otras formas de interactuar en el comercio de retail.

En este orden de ideas, se puede decir, que a pesar de tanta influencia, las tiendas de barrio y los microempresarios proliferan en la ciudad, como se puede observar en las estadísticas de la Cámara de Comercio de la ciudad de Ibagué, donde se ha venido incrementando el número de dichos establecimientos, año tras año.

Tabla 1. Matrículas y renovaciones Tolima 2016, según forma jurídica

Tamaño	Nuevas matrículas				Renovaciones				Total empresas			
	Persona Natural	Persona Jurídica	Total	Crec. 2015-2016	Persona Natural	Persona Jurídica	Total	Crec. 2015-2016	Persona Natural	Persona Jurídica	Total	Crec. 2015-2016
Grande	-	-	-	0,0%	2	38	40	5,3%	2	38	40	5,3%
Mediana	-	1	1	-50,0%	24	159	183	4,0%	24	160	184	3,4%
Pequeña	5	23	28	40,0%	224	757	981	4,0%	229	780	1009	4,8%
Micro	7.023	1153	8176	18,4%	29.189	3.194	32.383	2,8%	36212	4347	40.559	5,6%
Total	7.028	1.177	8.205	18,5%	29.439	4.148	33.587	2,8%	36.467	5.325	41.792	5,5%

Fuente: Cámara de Comercio de Ibagué, Cámara de Comercio Honda, y Cámara de Comercio del Sur Oriente del Tolima. Dirección de Investigaciones y Publicaciones. Consolidado 2016.

Por las anteriores apreciaciones, es que la Universidad Cooperativa de Colombia sede Ibagué-Espinal, mediante su programa de proyección social, ha articulado entre sus stakeholders internos, la comunidad en general y algunas entidades de distribución comercial local; mecanismos que apuntan hacia la actualización de los microempresarios, de tal manera que le hagan frente a la dinámica agresiva por la que pasan en el día a día y puedan mantenerse competitivos en un mercado tan descompensado para ellos, como el actual. Igualmente mediante las alianzas estratégicas que se promueven con el modelo de intervención de la universidad y parte del sector real de la economía social, los estudiantes de últimos semestres, pueden realizar sus prácticas aplicando los conceptos definidos en las ciencias económicas, administrativas y contables, a través de sus trabajos de grado y mediante la incorporación de su quehacer en la relación con los posibles clientes, además de poner en práctica todo el conocimiento lógico relacionado con las diferentes oportunidades de negocio, a las cuales les aplican una estética argumentativa en la disposición de sus aportes y se complementa con la ética de sus actuaciones, para promover así, la posibilidad de ser reconocidos como profesionales que han adquirido una competencia, la cual les permite interactuar con el grado de profesionalismo que le corresponde, y a la vez, le permite a la universidad favorecer, no solo a los estudiantes, al demostrar que con los conocimientos adquiridos pueden fortalecer las capacidades comunicativas, la posibilidad de atender una situación determinada y brindar una asesoría, sino también a las comunidades. Por el lado de los microempresarios, les favorece el aprender temas relacionados con su actividad económica, organizar su microempresa, cumplir con las leyes y normas que le regulan el ejercicio de su

actividad, así como poder definir sus finanzas, aunado a las implicaciones que conlleva el desconocimiento entre otros de sus márgenes de rentabilidad, sin poder determinar, si realmente están ganando o perdiendo, al realizar gastos innecesarios, no poder mostrar unos estados financieros que demuestren su realidad financiera y por ende, tener acceso a créditos regulados por la superintendencia bancaria y no incurrir en endeudamiento informal, del cual se ya se ha hablado.

Otra de las investigaciones reconocidas por la universidad, con argumentación hacia la economía social, tiene que ver con: Reconocer el impacto socio-económico del sector financiero cooperativo en la economía social de la región Tolima Colombia, presentada por los estudiantes: Estefanía Herrera Valderrama y John Diego Valero Parga, quienes bajo la dirección de las investigadoras: Nubia Varón Triana y Aracelly Buitrago, asesoras técnica y metodológica respectivamente, reconocen que el principal problema dentro de la economía social que opera en la ciudad comuna, se circunscribe en la dificultad que tienen los microempresarios para acceder a apoyos del sector financiero (Herrera Valderrama & Valero Parga, 2016).

Producto de las anteriores investigaciones, se plantean en este artículo los siguientes objetivos:

Objetivo general: Identificar el grado de aceptación que tienen los programas de RSU desarrollados por la Universidad Cooperativa de Colombia Sede Ibagué-Espinal, por parte de los comerciantes de la zona de influencia de la comuna 7 de la ciudad de Ibagué.

Objetivos específicos:

- Concretar sinergias con los distribuidores de abarrotes y de retail de la ciudad de Ibagué.
- Fomentar la formalización de los microempresarios.
- Generar instrumentos que permitan la debida orienta-

ción, tanto de los estudiantes, como de los microempresarios en las prácticas.

- Precisar la disposición de herramientas administrativas y de metodologías de asesorías por parte de la Universidad en cada uno de los periodos académicos.

Un aspecto relevante a destacar, es que al estar ubicada una de las facultades de la Universidad Cooperativa de Colombia sede Ibagué-Espinal en la comuna siete, existe el compromiso de la institución a través de su programa de RSU de apoyar a los microempresarios de esta zona, dando alcance a su plan estratégico “Navegando Juntos” 2013-2022, que dentro de sus ejes estratégicos, contemplala extensión y proyección social, así como la investigación, los cuales representan los pilares fundamentales para el logro de sus objetivos, y permiten favorecer el desarrollo integral de las personas y formar ciudadanos responsables, informados, comprometidos para actuar en pro de un futuro mejor para la sociedad (Universidad Cooperativa de Colombia, 2013), además, de fortalecer la actividad académica desde los componentes de la responsabilidad social universitaria, y específicamente desde la proyección social, al integrar el trabajo de todas las facultades, que mediante proyectos de investigación visualizan y analizan las necesidades de la comunidad en su área de influencia, contribuyendo así, con el desarrollo de trabajos aplicados, definidos como prácticas de los estudiantes y la participación de los consultorios jurídicos y contables como agentes mediadores que dilucidan la problemática asistencial, propiciando que dicha comunidad se encuentre informada y capacitada para atender sus negocios sociales y eviten que sean sujetos de sanciones por parte de las entidades de control; como la Administración de Impuestos (DIAN), la Alcaldía Municipal, la Cámara de Comercio y en general todos

los organismos que velan por el comercio formal y organizado.

Es así, como la universidad se articula con los diferentes actores sociales, al contribuir con el desarrollo y sostenibilidad en dieciocho ciudades del país y sus áreas de influencia, aportando egresados competentes, rendición de cuentas, divulgación y actualización de conocimiento, apropiación social de productos de investigación, iniciativas emprendedoras hechas realidad, profesores y estudiantes en prácticas, disposición de espacios físicos y tecnológicos, vinculación con proyectos públicos y privados, propuestas y ejecuciones concretas en el ámbito solidario con innovación social, además, de prestación de servicios en diversas áreas, que dan cuenta de una entidad que genera acciones pertinentes y logra impactos significativos en completo diálogo con su entorno, que revalida a la vez las características de ser una Universidad Multicampus, de economía solidaria y que se proyecta socialmente (Universidad Cooperativa de Colombia, Balance Social 2016, 2016).

En cuanto a redes, la UCC tiene en todo el país un gran relacionamiento con el sector externo, con el cual vinculan e interactúan todas sus actividades misionales, encuentran y desarrollan espacios de articulación, lo que permite propiciar acciones generadoras de impacto en la sociedad, representadas en 113 redes académicas, 27 redes de investigación, 92 redes de extensión y proyección social. (Universidad Cooperativa de Colombia, Balance Social 2016, 2016).

Importancia del problema

Se trata, en concreto, que los sistemas y las instituciones de educación superior (ES) respondan eficazmente a demandas de inclusión, equidad y desarrollo sostenible en una sociedad global y su producto más relevante, el conocimiento. En tales circunstancias, la responsa-

bilidad de sistemas e Instituciones de Educación Superior (IES) y la propia de UNESCO-IESALC, con su corolario de sistemas políticos y sociales, es articularse y regularse para contribuir a facilitar que el proceso regional de desarrollo sea consistente con las demandas de la sociedad (IESALC-UNESCO, 2015).

En este sentido, la Universidad Cooperativa de Colombia, socialmente responsable, aspira a la congruencia entre su discurso y sus actos en todos los aspectos de su misión:

- a) La creación y aplicación de conocimientos para el avance y la cohesión social, fortalecimiento de las identidades culturales, la lucha contra la pobreza, el hambre y las crisis, la generación de pensamiento crítico y de ciudadanía activa.
- b) La formación de profesionales humanistas comprometidos.
- c) La gestión de un campus social y ambientalmente ejemplar, que construye sinergia entre la autonomía como derecho y condición necesaria de personas y/o instituciones y el cumplimiento de sus propósitos misionales con calidad (modelo de gestión que comprende la rendición pública de cuentas).
- d) Una participación social para contribuir al desarrollo justo y sostenible.

En este orden de ideas, es importante acotar, que las empresas deben enfrentar un universo competitivo cada vez complejo, pues deben librar la batalla, pero no saben cómo ni contra quién. Asimismo, el comercio minorista se enfrenta actualmente a grandes cambios, como lo es la entrada de grandes grupos empresariales, con una enorme capacidad de inversión, la implantación de nuevos esquemas comerciales, la incorporación de nuevas tecnologías y los cambios en los hábitos de

consumo de los individuos (Ramírez Rocha & Peña, 2008).

Asimismo, el proceso de apertura vivido por Colombia desde 1990, ha tenido un innegable impacto en el conjunto de la economía y la vida nacional, la continua presencia de las grandes cadenas de distribución al detal llevó a presagiar la extinción de las tiendas de barrio (Peña, 2008).

Al respecto, la revista Dinero en su Edición No. 233 de 8 de julio del 2005, en Colombia las grandes superficies han determinado que las tiendas de barrio son sus competidores definitivos, razón por la cual han implementado estrategias para obtener mayor participación en el mercado controlado por las tiendas. Sin lugar a duda, los Supermercados e Hipermercados como Carrefour, Éxito, Olímpica y Carulla, han establecido estrategias para competir directamente con los tenderos, entre las cuales sobresalen las siguientes:

- La venta de productos en empaques pequeños, como los que se podrían encontrar en las tiendas, y programas de fidelización, que le dan otra ventaja frente a los canales tradicionales.
- Construir almacenes más pequeños, para operar con costos más bajos y conseguir una mayor rentabilidad por metro cuadrado.
- Ofrecer menores volúmenes o productos a granel.
- Financiar las compras.
- Uso de marcas blancas de menor precio, que son diferentes de las marcas propias.
- Promociones permanentes para algunos artículos.
- Apertura de almacenes en sectores populares de la ciudad.
- Atención al público personalizada, con conocimiento, humana, duradera y rentable.

Sin lugar a duda, estas estrategias demuestran que, si se les da el suficiente tiempo a los grandes almacenes de cadena, hasta un hipermercado puede terminar adoptando las características del tendero. Aunque los precios bajos pueden ser importantes y las imponentes estrategias de los supermercados intentan atraer a los compradores habituales de las tiendas, estos mecanismos no han logrado desplazar al tendero, ya que no han conseguido vencer el poder de la amistad entre vecinos y el crédito informal para alcanzar una participación mayor a las tiendas de barrio (Peña, 2008).

A pesar de la estabilidad que las tiendas de barrio poseen en el mercado colombiano, la gran concentración de grandes superficies en el país y sus aspiraciones expansionistas, pueden amenazar en la disminución de la participación de estos establecimientos comerciales en el mercado colombiano, ante la posibilidad que haya tiendas que disminuyan los ingresos y cancelen sus servicios o por otro lado tiendas que se fortalezcan incrementando sus ventas (Peña, 2008).

Uno de los baluartes de la RSU es la preocupación de las Instituciones de Educación Superior por las consecuencias de los actos que realiza propios de su objeto social. Por ser la Universidad Cooperativa de Colombia Sede Ibagué-Espinal, una institución de corte solidario tiene en su ADN la proyección social, la economía solidaria y considera necesario apoyar y fortalecerá las poblaciones más deprimidas y juega un papel importante la economía social, razón por la cual los estudiantes en práctica, hacen énfasis en: capacitación en administración, microcréditos, análisis financieros, formalización desde el punto de vista tributario, manejo de la contabilidad básica, relacio-

nes de mercadeo, relaciones con los clientes, manejo de inventarios, registro en el libro fiscal de operaciones diarias, elaboración de la declaración de renta y asesoría en el manejo de sus cuentas personales.

Para los microempresarios, es indispensable el ser competitivo, por lo que deben implementar estrategias organizacionales para lograr una permanencia en el mercado. En este orden de ideas, la información contable brinda alternativas para que los microempresarios identifiquen herramientas que conlleven al mejoramiento de su organización. Sin duda, la mayoría de las microempresas no le han dado la importancia a la información contable, solo la ven como un mecanismo para cumplir con sus obligaciones tributarias ante el Estado; por lo tanto, surge la necesidad de crear conciencia y en tener una visión de la contabilidad como un proceso interno que le permite gestionar la planeación, el crecimiento y sostenimiento de su negocio. (Saavedra, 2017)

Otro aspecto interesante de analizar, es lo expresado en el numeral 3 del artículo 19 del Código de Comercio (ley 222 de 1995), el cual establece que: “está obligado a llevar contabilidad, de todas las operaciones diarias y conforme con las prescripciones legales, todo aquel que sea considerado comerciante”. De acuerdo con lo anterior, la contabilidad siempre ha sido obligatoria y el régimen simplificado no es la excepción, pero ¿qué ha causado que la mayoría de las microempresas pasen por alto la obligación de tipo comercial que es llevar contabilidad?, la respuesta pudiera ser atribuible al decreto 2702 de 2012, en el que se establecen los grupos para el manejo de la contabilidad, en el que los microempresarios están clasificados en el grupo 3, quienes deben llevar una contabilidad simplificada. (Saavedra, 2017)

Por tal motivo, los microempresarios deben ver la contabilidad como una herramienta útil en el momento de definir estrategias para el crecimiento de su negocio, y también para la identificación de los riesgos que puedan afectar el cumplimiento de los objetivos de sus propietarios. Con base en los estados financieros los microempresarios pueden formarse una idea de su situación de liquidez, endeudamiento y rentabilidad; también efectuar proyecciones de sus resultados y flujos de caja. (Saavedra, 2017)

Es importante, hacer tomar conciencia a los microempresarios que pueden manejar una contabilidad simplificada que se ajusta a su situación particular de volumen de operaciones y no les generan complejidades, pero en cambio sí pueden obtener beneficios tangibles para su organización y desarrollo. (Saavedra, 2017)

Para la economía social en Colombia, el estado debería ayudar a generar financiamiento a la población más vulnerable a sectores como: plazas de mercado, pequeñas empresas de comercio, tiendas, misceláneas, famiempresas... etc., puesto que este sector no tiene vida crediticia y las entidades financieras no realizan préstamos a estos pequeños comerciantes, son muy pocas empresas las que acceden a realizar los préstamos, debido a que según los estudios realizados por las entidades bancarias, no tienen como responder y les cierran las posibilidades de prestarle dinero, ya que las políticas de la mayoría de los bancos piden muchos requisitos que estas personas no cumplen (Valderrama, 2016). Por lo anterior, este tipo de comerciante recurre a prestamistas, los cuales cobran unos intereses muy altos y es imposible poder obtener una rentabilidad accediendo a este tipo de prácticas.

La escasez de oportunidades de empleo, obliga a la sociedad a buscar nuevas opciones, en el sector de la comuna 7 de Ibagué, a partir del desempleo crean opciones de empresas por falta de oportunidad, la mayoría de ellos quiere que su negocio progrese, pero por falta de dinero no pueden hacerlo, acuden a entidades bancarias sin éxito de préstamo ya que piden muchos requisitos los cuales son inalcanzables, para este tipo de sector que son estratos en su mayoría 1, 2 y 3 clase baja-media. (Valderrama, 2016)

La llegada de hipermercados y supermercados de cadena, han cambiado los hábitos de los consumidores y la estructura de proveedores industriales. Quienes ganan y quienes pierden en este nuevo escenario, son los consumidores y pequeños empresarios, por tal razón la Universidad Cooperativa de Colombia sede Ibagué-Espinal, ha tomado la iniciativa de trabajar desde la RSU este problema social y capacitar a los tenderos para que no tengan que salir del mercado y continúen con su pequeña empresa.

Metodología

La Universidad Cooperativa de Colombia sede Ibagué-Espinal, frente a su proyecto de responsabilidad social Universitaria, como se ilustró anteriormente, ha realizado varias investigaciones de carácter descriptivo, las cuales mediante exploraciones previas han establecido la caracterización de la población de comerciantes de un área de la ciudad de Ibagué, específicamente la Comuna 7, a la cual con acompañamiento del programa de responsabilidad social universitaria, se le han realizado intervenciones de asesoría para determinar un proceso de cambio que garantice la continuidad de los emprendimientos de los comerciantes y posibi-

lite la aplicación de los conocimientos adquiridos por los estudiantes de las áreas contables y administrativas de la universidad.

Para garantizar el cumplimiento de los objetivos, se ha establecido la metodología descriptiva con diseño transeccional contemporáneo univariable de fuente mixta, en la medida que no todas las variables del evento pueden ser observadas directamente o extraídas de fuentes vivas (Hurtado de Barrera, 2012), el trabajo previsto y connotado en el presente artículo destacó las siguientes etapas:

Analizar: dada la información previamente determinada en las investigaciones, se procuró filtrar la caracterización definida y con ella determinar el tipo de asesoramiento que los comerciantes deberían tener.

Comparar: Mediante la aplicación de un benchmarking, que identificará cada una de las opciones ofrecidas por el mercado, debido a los diferentes formatos de comercialización establecidos en la ciudad de Ibagué, se garantizó que los estudiantes dentro de la asesoría correspondiente, involucrarán las herramientas y los principales conceptos que podrían ser utilizados por los comerciantes para mejorar su competitividad.

Explicar: Debido a las características de los conceptos que debían los comerciantes incorporar en

el manejo de sus emprendimientos tales como: mercadeo, contabilidad y finanzas, manejo de inventarios, administración, entre otros, la universidad mediante la intervención de los profesores adscritos al programa de RSU, definieron la aplicación de herramientas tipo cartillas, reuniones periódicas con los comerciantes y los estudiantes, talleres de aplicación y modelamiento de cedulas básicas de presupuesto, de tal manera que el conocimiento depurado por los estudiantes y profesores fuera captado de manera fácil y natural por los citados emprendedores.

Con las apreciaciones anteriores y con el propósito de mantener un diagnóstico dinámico para que en los cursos posteriores los estudiantes realicen las prácticas de RSU, la Universidad predice, propone, modifica, verificay evalúa en cada semestre, con la finalidad de conservar la relación sinérgica: comunidad-universidad-gremios y empresariado, buscando con ello la continuidad del proceso y la competitividad de los microempresarios de la región, de la mano del proyecto de RSU de la Universidad Cooperativa de Colombia sede Ibagué-Espinal. A continuación, se presenta una tablade la estadística sobre los comerciantes intervenidos por el programa de RSU de la Universidad Cooperativa de Colombia Sede Ibague-Espinal:

Tabla 2. Estadística de comerciantes intervenidos por el programa de RSU de la Universidad Cooperativa de Colombia Sede Ibagué- Espinal

Nombre	Dirección / Teléfono	Nombre entidad/negocio	Representante legal
Aguirre Lozano Julian Camilo	Cra 5 # 5-18	Papelería la Chatica	Yenny Alexandra Gomez
Aguirre Quesada Luis Eduardo	Arkaniza 1 casa 26	Mulu Peluquería	Mercedes Quesada Reyes
Alvarez Amaya Fernando Alid	Calle 23 # 5-71 Ibagué	Argon soldaduras Arte metal	Jhon Walter Narvaez Luna
Angel Ramirez Claudia Ximena	calle 14 # 5-33 B Pueblo Nuevo	Miamercado La 14	Carlos Octavio Angel Ramirez
Barrios Horta Geovani	cra 2 # 75b - 31	Tienda Milu	Luz Miryam Navarro
Bautista Ch Adriana Marcela	MANZANA B1 CASA 4 ETAP 2 CAÑAVERAL	TIENDA PATRICIA	SOCORRO AGUDELO
Buendía H Jessica Alexandra	Barrio Ancon	Tienda Brisas de Ancon	Catalina Rodriguez
Bustamante Mora Nathaly	CRA 3 N 16 - 51 LOCAL 10-11	CELUCOMPU	NEIL BUSTAMANTE
Camacho Montesalegre Danica Maritza	cra 5 # 3-05	Ferreteria calima	Sol Angelica Montesalegre Moscoso
Carmona Diana Marcela	Cra 5 # 1-07- Local 3 Barrio centro	Baby Ross	Edwin Alfonso Rodriguez Carmona
Carrion Gomez Paula Andrea	Centro Comercial pasaje la 14 Local 215 Ibagué	Muñoz Joyeros	Antonio Muñoz Hernandez
Castillo Diaz Camilo	Cra 4 # 23-09 Barrio el Carmen	Cafet Internet	Ivan Camilo Castillo Diaz
Chica Ricardo Alfonso	Mza W Casa 3 Pasande	No definido	Maria Nohora Morales Giraldo
Cubillos Fajardo Laura Daniela	CALLE 25 No 4A 94 HIPODROMO	TALLER ELEKTRO	MOISES CUBILLOS
Galeano Jaimy Carolina	Mz 23 casa 7 Villa del sol	Tienda	Flor Alba Aguirre
Galindo Herrera Luisa Paola	Cra 6 # 23-67 El carmen	Play Tuning	Juan Miguel Galindo H
Garcia Vargas Miguel Angel	calle 10 # 180	Parqueadero Universitario	Mario Alberto Casas Walteros
Gomez Mayorga Jhon Jairo	Cra 2 n # 36-20 Barrio los martires	Tienda Sebas Mechas	Mercedes Mendez
Guzman Juan David	CALLE 119 # 5-24	Taller el Mestizo	Alfredo Guzman
Hernandez Peña Juan Carlos	MANZANA 48 CASA 10 JORDAN OCTAVA ETAPA	MISTIKA SALONES SPA	LUZ MARINA PARADA
Herrera Acosta Jenny Tatiana	calle 18 #1-23	Niquelados & Cromados del Tolima	Jhon Jairo Garrin Mejia
Ibagué Luis Bernardo	Cra 4 b # 32-21	Cacharrería Yeyita	Aracineria Aguirre
Lopez Camacho Norma Constanza	Cra 9 calle 98 esquina	Tienda el bosque	Adelsida Camacho
Mancera Maris Paola	Mz C Casa 8 Barrio Arkala	Gimnasio MY GYM	Miller Celemin Caellar
Medina Jenny Marcela	Barrio Pueblo Nuevo Nro 15 - 63 piso 1	Monin Moto	Gina Smit Vargas Riobo
Mejia Lis Javier Alexander	AV. PACHOMARIO B/ LA MAGDALENA	RESTAURANTE DOÑA INES+F12:017	INES LIS BONILLA
Melo Oyola Hasbley Katherine	Cra 4 B # 22-82	Lo mas Tuning	Maximo Ricardo Cruz Gomez
Moreno Aramendia Maritza Fernanda	Cra 2 # 24-102 Barrio San pedro Aeljandrino	Estanco Confitería	José Alvaro Sánchez
Olivera Jessica	Etap 3 mza 21 Santa Rita	Biscochos cristalgo	Cristobal Alvarez
Ortiz Monica Lizeth	Urbanizacion Villa Nayde casa 23	Peluquería	Anibal Prada
Ospina Liccano Laura Marcela	calle 12 3 8-122 Barrio Ancon	Cafetería en la brigada	Nury Horta
Oviedo Viviana del Pilar	mz 74 casa 9 Modelia 1	Tienda Viviana	Micael Oviedo Villafrales
Pacheco Pradilla Katerin Daniela	Cra 4 calle 7 esquina Dolores Tolima	Leche y Miel	Pacheco Pradilla Katerin Daniela
Paez Ortigosa Karolan Angelica	MzA Casa 7 Barrio Galán	La gran Esquina	Ortigosa Luz Dary Santos
Peres Caycedo Luz Esperanza	Mza D Casa 4 Barrio Oviedo	Company Security	Nataly Pedraza Guerrero
Porras Varela Yerry Escneider	CALLE 11 N° 6 - 05 CENTENARIO	CASA ESTUDIANTES DOÑA MAGDA	MARIA MAGDALENA LOZANO
Prada Rivera Laura Daniela	MZ K C6 PORTALES DEL NORTE	COMFESALUD	JULIAN VALENCIA
Puentes Jhojan Estifen	cra 4 #20-33 Barrio el Carmen	Careas Puentes	Jhose Samuel Puentes
Puerto Trujillo Diana Catherine	Calle 4 # 6-40 Libano	Floristería Jardín de Nelly	Nelly Cubillos Padilla
Rayo Ortiz Maira Daniela	CR 5 # 7-35 STGO PEREZ	HOSPEDAJE SUEÑO REAL	DAMARY ORTIZ
Reyes Callejas Tatiana Alexandra	cra2 # 14-16	Cacharrería Jason	Jesús Héran Serna Naranjo
Rico Ramirez Carolina	Av Ambala 27 - 122 Local 2	Servicios y suministros del tolima	Hugo Alexander Vasquez Rondon
Rivera Rivera Deizi Yurexi	Mza B casa 16 Barrio las palmas	Tienda el Farallon	Marisol Rivera Montesalegre
Rodriguez Aldana Deiver Julian	Ataco	Independiente	Guillermo Rodriguez
Santos Morales Sebastian	Mz 12 casa 16. 3ra etpa Cañaveral	MINIMARKT SH	Uberney Solano Villalobos
Silva Luis Fernando	cra 27 # 66-52	Tienda Super Leidy	Leidy Johana Cadzaco
Torres Ospina Leidy Tatiana	cra 1 # 4a-01	Tienda los Pinzon	Pedro Nel Piazon Patiño
Tovar Salinas Luis Manuel	Cra 4 estadio # 27-03	Tienda de Miryam	Miryam Salinas
Varon Hernandez Johan Andres	MZ D CS 1 ARKALA LOCAL 1	SALA DE BELLEZA MARLU	MARTHA LUCIA RODRIGUEZ
Alvarez Fanor Andrey	Conjunto villa Vanessa casa 12	Biciclettería MTB	Fernando Molina
Millan Ingrid Lorena	Barrio el Salado Plaza de mercado local 35	Estanquillo el salado	Ingrid Millan
Alvarez Fernando Alid	valle 23 # 5-71 centro	Argon y soldadura arte metal	Jhon Walter Narvaez Luna
Valencia Aura Raquel	Cra 13 aro 3-33	Surti empaques	Francisco Gutierrez Sarmiento
Rodriguez Luisa María	Calle 83 # 3-114	Carnicería el buen sabor	Alfredo Bocanegra
Caron Angelica	Avenida Ambala calle 106 esquina	Tienda miscelanea	Laura Gallego
Hernandez Catalina	Carrera 5 # 87-32	Peluquería la paiza	Maria Fernanda Ospina
Ortiz Lindy	Calle 101 # 8-23 local 3	Pasadería la esperanzas	Jhon Jairo Fernandez
Rueda Sara	Barrio Sala Luisa casa 28	Tienda el paraíso	Adelsida Rueda
Ramirez Daniela Andrea	Cra 3 # 8-25 Dolores	Ferreteria la tuerca	Bianca Tole Tello
Vega Carol Andrea	Calle 8 # 18 Barrio centro	Almacen el Campeño	Tiberio Vega Quijano

Relacion de Comerciantes asesorados mediante la accion de proyeccion social de La Universidad Cooperativa de Colombia sede Ibagué Espinal 2015

Nombre	Direccion / Telefono	Nombre entidad negocio	Representante legal
Andrea Natalia Esquivel Esquivel	Cra 9 N. 11-74 Belenito	La Fortaleza	Maria Cristina Salazar
Maria Camila Garzon Ospina	Mz 40 Cs 32da Etapa Barrio: Ciudadela Simón Bolívar	Heladería y Frutería Mekatos	Sandra Liliana Romero Romero
Camilo Rodríguez Olaya	cra 1# 18-43 Zona Centro	Mundo Repuestos Sebastian	Camilo Rodríguez Olaya
Andrea del Pilar Florez Mahecha	Mza 39 casa 6	Limon Helados y gratinados	John Fredy Cerquera Pineda
Kelly Sabrina Tanco Ovalle	CRA 9 #79-00 T23 LOCAL 124	Colombian Burger	Jacqueline Ovalle Lozano
Jhorman Cervera	Barrio San Simón Parte maja calle 33 #8-7	Panadería San Simón	Rocio Lozano
Jennifer Alexandra Ovalle	Calle 9 # 23-03- San Andresito san jose	Pink 85	Yeimi Dahiana Oviedo Donoso
Pablo Emilio Rubio Varón	CRA. 9 N° 79-00 Torre 24 Apto 902	CIOCOLATO E FRAGOLA	Karla Liceth Tanco Ovalle
MARIA FERNANDA VASQUEZ GUTIERREZ	calle 7 N° 5-22 barrio el centro Chicoral	Comunicaciones Cero estress	Jesus Andrés Tafur Cargo
MONICA SANCHEZ MURGUIETIO	Manzana A Casa 1 Barrio Arambuco – Ibagué	AUTOSERVICIO EL PAISA	Alexander Molina Rodríguez
Bragham Mosquera Aldana	Mz J casa #5 barrio praderas del norte	DROGUERIA PRADERAS DEL NORTE	Luz Marina Rodríguez Méndez
Mayerly Viviana Mendoza	CARRERA 10 NO 21-59 BI KENNEDY	DISEÑOS EVER	EVER MENDOZA MORALES
Edna Margarita Florez Torres	Local 7 Centro Comercial los Rosales	Minimarket las vegas	Adriana Lizeth Gracia Mendoza
Andres Felipe Palma Verastegui	Diagonal 50 sur M3-61 Conjunto residencial la arboleda	LUC PELUQUERIA	Luzely Calderon Canal
Jhon Fernando Bñiez Cómbita	Cra 4 # 20-38 Plaza de la 21	salsamentaría Y & M	Martha Cecilia Combita
Lizeth Vanessa Galicia	Mz 44 casa 18 3 etapa del Jordan	donde la vaca	Lecnor Ramirez
Kevin Ordway Valencia	Libano Calle 3 # 11-60	deposito la tercera	Lidier Valencia Amortegui
Paula Fernanda Lozano	Cra 2 # 11-83 local 5	Almacen Gorditas	Eva Luz Peñalosa
Maria Angelica Ceron B	Barrio Galán Mz A Casa 7	La Gran esquina	Luz Dary Ortigoza Santos
Carlos Andres Rivera	Cra 2 via al rombo Santa Isabel	Intervariadas	Esperanza Castellanos
Katherine Vargas Ospina	Cra 4 # 2-60 San Luis	Internet García	Leidy Fatley Vargas García
Sara Rueda	fundacion san pablo segundo	fundacion hogar adulto mayor	Jessica adriana arciniega
Lindy Yudrey Ortiz Diaz	cafeteria el changarero	changarero	maria camila hernandez
Luis Ignacio Justiniano	barrio Belen calle 8 # 9-48	almacen t ferreteria san luis	Albeiro Romero Tole
Edwar Ditley Ojola Bejarano	Cra 11 # 34-02 Barrio Gaitán	Megatienda San Simon	Sergio Luis Hernandez Cruz
John Robinson Culma	Barrio Modelia casa 45	Tienda el partero	Elmis Fernando Garcia
Gemilton Evarold Barragan	Mz 24 casa 33 Ciudadela Confenaleco	Ferreteria Abafetol	Jaiber Barragan Marroquin
Paula Estefania Quintero g	Local b 29 piso 2 Basar comercial combelima	Tienda Zombie	Luisa Fernanda Quiñonez
Julieth Karina Buitrago	AV. AMBALA N 34-15 ESQUINA	KYRON MOTORS	Efrain Celemin Olaya
Ange Daniela Lozano	Cra 4 tamana #26-61 Barrio el carmen	Multiservicio de Calzado Maria M	Lucero Urbina
Leydy Carolina Vargas	Cra 4 B # 32 - 39 Barrio La Francia	TRANSPORTADOR JAVPS	JAVIER VARGAS
Ange Mildreth Criollo	Cantabria mza 6 casa 28	Miscelanea July	Yuli Saavedra
Catalina Hernandez	fundacion san pablo segundo	fundacion hogar adulto mayor	Jessica adriana arciniega
Diana Mendez	fundacion san pablo segundo	fundacion hogar adulto mayor	Jessica adriana arciniega
Diana Ardila	fundacion san pablo segundo	fundacion hogar adulto mayor	Jessica adriana arciniega
Karina Ramirez	Cr 13 N39 - 03	El delete	Blanca Rubi Chávez Calderón
Jenny Paola Guzman	Calle 21 SUR N 39-17	Tienda donde Carlos	Carlos Emilio Guzmán Silva
Johan Eduardo Tarquino	CR 1 No. 11-58 BI CENTRO	FLOR REMONTADORA	FLOR ALBA CEPESDES CABEZAS
Natalia Marcela Esquivel	KM 8 VIA AL NEYADO	MIEL ME SABE	martha cecilia rivera suarez
Laura Carolina Correa	Cr 10 N 5-29	ALMACEN LOS NOGALES	Eduardo casillas guzman
Edna Jasyra Betancourth	Cll 12 N 8-122	TIENDA DEL SOLDADO	nury horta flor
Jordy Jerley Clave	Barrio el salado Calle 82 # 10-20	Megacames	Luis jerkey clave aragon
Daniel Andres Delgado	Mz G casa # 9 barrio praderas del norte	Super tiendas praderas	JAIME NELSONS SANCHEZ
Alba Isabel Rios	mz 65 cs 12 barrio simon bolivar	no tiene	Gladiz Alonso Diaz
Edward Ferney Gomez	CRA 7 57-45	Café con el alma	Edward Ferney Gomez
Jassen Fabian Ortiz	Edificio BANCOLOMBIA Ofina 303	Inmobiliaria Ancla	Angelica Torres
Edna Yuliegh Osorio	Chaparral Tolima	PAPELERIA EL RUBY	EFREN HERNANDEZ OVIEDO
José Felipe Ortiz	Cañaveral etapa 1 casa 4	SERVITEC	Luis Fernando Ortiz
Jhon Alexander Patiño	Cra. 11 # 4 - 70 Barrio Gaitán	Tienda LA CONSENTIDA	Ismael Piengio
Erikatherin Piobo	CR 5 N 4-40	LA TIENDA DEL POLLO	Nhora eumilse contento
Marcoa Zamael Villamil	Carreera 11 sur Numero 17-06 Barrio Picaurte		MARCO ANTONO VILLAMIL
Jennifer Alexis Rios	Barrio cantabria mza 6 casa 3	Peluquería Betty	Beatriz Culma

Relacion de Comerciantes asesorados mediante la accion de proyeccion social de La Universidad Cooperativa de Colombia sede Ibagué Espinal 2016

Nombre	Direccion / Telefono	Nombre entidad/ negocio	Representante legal
Aguirre Lozano Julian Camilo	Cra 5 # 5-18	Papeleria la Chatica	Yenny Alexandra Gomez
Aguirre Guesada Luis Eduardo	Arlianiza 1 casa 26	Mula Peluqueria	Mercedes Guesada Reyes
Alvarez Amaya Fernando Alid	Calle 23 # 5-71 Ibagué	Argon soldadoras Arte metal	Jhon Walter Narvaez Luna
Angel Ramirez Claudia Ximena	calle 14 # 5-33 B Pueblo Nuevo	Minimercado La 14	Carlos Octavio Angel Romiera
Barrios Horta Geovani	cra 2 # 75b - 31	Tienda Milu	Luz Miryam Navarro
Bautista Ch Adriana Marcela	MANZANA B1 CASA 4 ETAP 2 CAÑAVERAL	TIENDA PATRICIA	SOCORRO AGUDELO
Bezada H Jessica Alexandra	Barrio Ancon	Tienda Brisas de Ancon	Catalina Rodriguez
Bestamante Mora Nathaly	CRA 3 N 16 - 51 LOCAL 10-11	CELUCOMPU	NEIL BUSTAMANTE
Camacho Monteslegre Danica Marithea	cra 5 # 3-05	Ferreteria calima	Sol Angelica Monteslegre Moscoso
Carmona Diana Marcela	Cra 5 # 1-07- Local 3 Barrio centro	Baby Ross	Edwin Alfonso Rodriguez Carmona
Carrión Gomez Paula Andrea	Centro Comercial pasaje la 14 Local 215 Ibagué	Mañoz Joyeros	Antonio Mañoz Hernandez
Castillo Diaz Camilo	Cra 4 # 23-03 Barrio el Carmen	Cafet Internet	Ivan Camilo Castillo Diaz
Chica Ricardo Alfonso	Mza W Casa 3 Pacande	No definido	María Nohora Morales Giraldo
Cubillos Fajardo Laura Daniela	CALLE 25 No 4A 94 HIPODROMO	TALLER ELEKTRO	MOISES CUBILLOS
Galeano Jaimy Carolina	Mz 23 casa 7 Villa del sol	Tienda	Flor Alba Aguirre
Gallardo Herrera Luisa Paola	Cra 6 # 23-67 El carmen	Play Tennis	Juan Miguel Gallardo H
Garcia Vargas Miguel Angel	calle 10 # 180	Parqueadero Universitario	Mario Alberto Casas Walteros
Gomez Mayorga Jhon Jairo	Cra 2 n # 36-20 Barrio los martires	Tienda Sebas Mechas	Mercedes Meadez
Guzman Juan David	CALLE 119 # 5-24	Taller el Mestizo	Alfredo Guzman
Herrandez Peño Juan Carlos	MANZANA 48 CASA 10 JORDAN OCTAVA ETAPA	MISTIKA SALONES SPA	LUZ CELERINA PARADA
Herrera Acosta Jenny Tatiana	calle 18 #1-23	Niquelados & Cromados del Tolima	Jhon Jairo Gaviria Mejía
Ibagué Luis Bernardo	Cra 4 b # 32-21	Cacharrería Yeyita	Arcinieres Aguirre
Lopez Camacho Norma Constanza	Cra 3 calle 36 esquina	Tienda el bosque	Adelaida Camacho
Mancera Maria Paula	Mz C Casa 8 Barrio Arkala	Gimnasio MY GYM	Miller Celmar Cuellar
Medina Jenny Marcela	Barrio Pueblo Nuevo Nro 15 - 63 piso 1	Moan Moto	Gina Smit Vargas Riobo
Mejia Lis Javier Alexander	AV. PACHOMARIO B/ LA MAGDALENA	RESTAURANTE DOÑA INES+F12:Q17	INES LIS BONILLA
Melo Oyola Hazelley Katherine	Cra 4 B # 22-82	Lo maz Tennis	Maximo Ricardo Cruz Gomez
Moreno Aramendia Maritza Fernanda	Cra 2 # 24-102 Barrio San pedro Aeljadriro	Estanco Confiteria	José Alvaro Sánchez
Oliviera Jessica	Etapa 3 mza 21 Santa Rita	Biscochos cristalqo	Cristobal Alvarez
Ortiz Monica Lizeth	Urbanizacion Villa Naydu casa 23	Peluqueria	Anibal Prado
Ospina Lizcano Laura Marcela	calle 12 3 8-122 Barrio Ancon	Cafeteria en la brigada	Nury Horta
Oviedo Viviana del Pilar	mz 74 casa 9 Modelo 1	Tienda Viriano	Misael Oviedo Villafrales
Pacheco Pradilla Katerin Daniela	Cra 4 calle 7 esquina Dolores Tolima	Leche y Miel	Pacheco Pradilla Katerin Daniela
Paez Ortigoza Karolan Angelica	MzA Casa 7 Barrio Galán	La gran Esquina	Ortigoza Luz Dary Santos
Perez Caycedo Luz Esperanza	Mza D Casa 4 Barrio Oviedo	Company Security	Nataly Pedraza Guerrero
Porras Varela Yerry Esneider	CALLE 11 N° 6 - 05 CENTENARIO	CASA ESTUDIANTES DOÑA MAGDA	MARIA MAGDALENA LOZANO
Prada Rivera Laura Daniela	M2 K C6 PORTALES DEL NORTE	COMPESALUD	JULIAN VALENCIA
Puentes Jhojan Estifen	cra 4 #20-39 Barrio el Carmen	Careas Puentes	Jhose Samuel Puentes
Puerto Trajillo Diana Catherine	Calle 4 # 6-40 Libano	Floristeria Jardin de Nelly	Nelly Cubillos Padilla
Rayo Ortiz Maira Daniela	CR 5 # 7-35 STGO PEREZ	HOSPEDAJE SUEÑO REAL	DAMARY ORTIZ
Reyes Callejas Tatiana Alexandra	cra2 # 14-16	Cacharrería Jason	Jesús Héran Serna Naranjo
Rico Ramirez Carolina	Av Ambala 27 - 122 Local 2	Servicios y suministros del tolima	Hugo Alexander Vasquez Rondon
Rivera Rivera Deixi Yurexi	Mza B casa 16 Barrio las palmas	Tienda el Farillon	Marisol Rivera Monteslegre
Rodriguez Aldana Deiver Julian	Ataco	Independiente	Guillermo Rodriguez
Santos Morales Sebastian	Mz 12 casa 16. 3ra etpa Cañavral	MINIMARKT SH	Uberney Solano Villalobos
Silva Luis Fernando	cra 27 # 66-52	Tienda Super Leidy	Leydi Johana Cadzco
Torres Ospina Leidy Tatiana	cra 1 # 4a-01	Tienda los Pinzon	Pedro Nel Pinzon Patiño
Tovar Salinas Luis Manuel	Cra 4 estadio # 27-03	Tienda de Miryam	Miryam Salinas
Varon Hernandez Johan Andres	M2 D CS 1 ARKALA LOCAL 1	SALA DE BELLEZA MARLU	MARTHA LUCIA RODRIGUEZ
Alvarez Fanor Andrey	Conjunto villa Vaessa casa 12	Bicicletteria MTB	Fernando Molina
Millan Ingrid Lorena	Barrio el Salado Plaza de mercado local 35	Estanquillo el solido	Ingrid Millan
Alvarez Fernando Alid	valle 23 # 5-71 centro	Argon y soldadura arte metal	Jhon Walter Narvaez Luna
Valencia Aura Raquel	Cra 13 aro 3-39	Surti empaques	Francided Gutierrez Sarmiento
Rodriguez Luisa Maria	Calle 89 # 3-114	Carniceria el buen sabor	Alfredo Bocanegra
Ceron Angelica	Avenida Ambala calle 106 esquina	Tienda miscelanea	Laura Gallego
Herrandez Catalina	Carrera 5 # 87-32	Peluqueria la paiza	Jhon Fernando Ospina
Ortiz Lindy	Calle 101 # 6-23 local 3	Panaderia la esperanza	Jhon Jairo Fernandez
Rueda Sara	Barrio Sala Luisa casa 28	Tienda el paisaje	Adelaida Rueda
Ramirez Daniela Andrea	Cra 3 # 8-25 Dolores	Ferreteria la tuerca	Bianca Toie Tello
Vega Carol Andrea	Calle 8 # 18 Barrio centro	Almacen el Campesino	Tiberio Vega Quijano

Fuente: Área de Proyección Social UCC, Sede Ibagué-Espinal

Resultados

Según los resultados obtenidos en la investigación del acompañamiento realizado a los microempresarios, se pudo identificar que el 100% pertenecen al régimen simplificado, en el que un 53% no llevan contabilidad, mientras que los microempresarios que si llevan un registro contable lo hacen de forma manual en un



ARJÉ. Revista de Postgrado FaCE-UC. Vol. 12 N° 22. Enero-Julio 2018/ pp.329-344.
ISSN Versión electrónica 2443-4442, ISSN Versión impresa 1856-9153
La responsabilidad social de la Universidad Cooperativa de Colombia sede Ibagué-Espinal, de cara a la competitividad de los microempresarios de la región
Ernesto Tulio Cardona Aguirre y Naydu Álvarez Giraldo

cuaderno, porque no tienen conocimiento del libro fiscal de ingresos diarios. Cuando se verifica si tienen el RUT en un lugar visible, el 53% no cumplen con esta obligación. Asimismo, el 97% de los microempresarios no llevan la contabilidad acorde con las normas de información financiera y el 90% no elaboran estados financieros. Estos altos porcentajes se deben al desconocimiento de las normas vigentes, los microempresarios ven la contabilidad como un requisito y no como una herramienta de control y gestión para la toma de decisiones.

Una vez diseñado el plan de capacitaciones para los microempresarios, se observó que mostraron interés por los temas que se abordaron en las capacitaciones a pesar de su tiempo limitado, ya que por la particularidad de sus negocios estos necesitan atención permanente y no disponen de tiempo para acceder a las formaciones continuadas del programa de responsabilidad social de la Universidad, capacitaciones que les permitirían organizarse y tecnificar sus negocios.

Discusión

Al asumir que la investigación es continuada, debido al posible grado de intervención que puede tener la Universidad Cooperativa de Colombia Sede Ibagué-Espinal, frente al desarrollo de las características y expectativas de los microempresarios; como también a la influencia de los diferentes formatos comerciales y a la falta de apalancamiento financiero, en gran parte por la informalidad administrativa y contable, por la falta de aptitudes profesionales. Se pretende, mediante la misma propender por aspectos metodológicos que resalten en su intervención, condiciones de capacitación, acompañamiento en los diferentes periodos semestrales con estudiantes nuevos y la intervención de los

respectivos consultorios legales, administrativos y contables, en función de garantizar continuidad en el tiempo y efectividad frente a los compromisos compartidos con la comunidad y especialmente con los microempresarios.

Es por ello, que la universidad conforme a su plan de estudios en las diferentes carreras de las Ciencias Económicas Administrativas y Contables, coadyuvadas por el consultorio jurídico establecido en la misma, ha garantizado a partir de la evaluación inicial, una intervención con sus estudiantes, los cuales hasta la fecha han asesorado a 143 establecimientos de microempresarios, al ofrecerles las herramientas básicas de administración y contabilidad, procurando el diligenciamiento de las opciones de formalización, afianzando la relación con los clientes y proveedores y garantizando la comprensión de los hechos económicos financieros legales y contables que requieren para mantenerse competitivos.

Es importante resaltar, que dentro de la participación de los estudiantes en las prácticas, se parte de sostener una relación ética dentro de un compromiso de confidencialidad y reserva de la información dispuesta por el microempresario, dicha reserva hace parte de los acuerdos previos que se adquieren, los cuales son incorporados en los respectivos planes de acción y definidos en los cronogramas de actividades, tales instrumentos, son parte integral de la sinergia que se está ofreciendo y por lo tanto, debe quedar constancia de la misma en las actas de compromiso firmadas por las partes.

La universidad como complemento de las acciones propias de cada área de conocimiento, integra ocasionalmente en las áreas de influencia otras pro-

fesiones que coadyuvan a definir el interés de los sujetos a quienes se les proporciona la asesoría, y permite con ello un grado de pertenencia, tanto de los estudiantes como de los profesores en la eficacia de las prácticas.

Los resultados obtenidos en cada una de las intervenciones, en primera instancia son compartidos con los mismos microempresarios, quienes a través de actas manifiestan su conformidad con la actividad llevada a cabo y posteriormente dada la aquiescencia dispuesta para evidenciar las prácticas de proyección social y por ende con el compromiso de la Universidad Cooperativa de Colombia con la responsabilidad social universitaria.

Como complemento de las intervenciones y en aras de lograr la mayor sinergia, la Universidad ha establecido convenios con diferentes entidades tanto del orden gubernamental, privado y asociativo, con el objeto de garantizar la generación de valor en las intervenciones tanto de índole vertical ascendente de los microempresarios con los proveedores, como vertical descendente hacia los clientes. Es por ello, que mediante una de esas alianzas en el año 2017, se logró integrar una empresa distribuidora de abarrotes con gran desempeño en la región, posibilitando con los clientes del ramo establecidos en el área de influencia de la investigación que alude el presente artículo, a los cuales durante 3 meses se les ofreció capacitaciones de índole comercial ofrecida por las marcas más representativas, preparándolos para el manejo de los productos y su respectivo merchandising, con el fin de garantizar la fidelización de los clientes, complementándose con las asesorías contables, financieras y administrativas que define la proyección social de la universidad.

Igualmente y para poder involucrar de una manera más profesional a los estudiantes que formaron parte de los grupos de intervención y de asesoría, los directivos de la empresa distribuidora promovieron un panel de expertos dirigido al grupo de estudiantes de tal manera que apreciaran las dimensiones y alcances de las diferentes áreas de la compañía, presentadas por los ejecutivos de primer nivel, permitiendo con ello que los estudiantes se formaran un concepto aproximado a la forma como ellos dinamizan el sector real de la economía.

Es pertinente establecer que como producto tangible de las asesorías los estudiantes vienen confeccionando cartillas didácticas, las cuales además de servir de modelo de actuación en los diferentes esquemas de los microempresarios, garantiza que los estudiantes intervengan con unidad de criterios y permitan un contenido lógico de la operación del negocio.

Conclusiones

Con base en la experiencia significativa encontrada en la aplicación de prácticas universitarias de asesoría, para este caso a un sector que de por sí es vulnerable, se considera que este ejercicio como prueba piloto, pueda ser replicado y mantenido en el tiempo, permitiendo con ello que los diferentes estamentos de la universidad garanticen su operatividad y desarrollen en los estudiantes perspectivas de acción social, como sujetos de cambio importantes dentro de la preparación a la acción.

Al promover las anteriores actuaciones, compartidas y definidas mediante la proyección social universitaria, en función del cumplimiento de los preceptos de la responsabilidad social universitaria, se garantiza excelencia en las intervenciones, mante-

ner efectos diferenciadores que pueden ser reconocidos como factores claves del éxito.

Por último, se aspira que el modelo sea replicado, que se fundamente en procesos que perduren en el tiempo y que garantice entre otros:

- Una opción de aprendizaje y experiencia para los estudiantes.
- Ser un referente frente al manejo apropiado de la responsabilidad social universitaria.
- Servir de modelo de intervención para fomentar la formalización de las actividades económicas de los microempresarios.
- Garantizar alianzas estratégicas entre la sociedad, los empresarios y la universidad en función de potencializar los recursos regionales y hacer frente a la masificación de economías de escala.

Referencias

Aguilera Castro, A., & Puerto Becerra, D. P. (2012). Crecimiento empresarial basado en la responsabilidad social. *SCIELO Pensamiento & Gestión*, pp. 1-26.

Almeyda, J., & Carreño Moreno, P. (2016). *El fenómeno de las tiendas de descuento en el mercado del Retail Colombiano*. Cajicá: Universidad Militar Nueva Granada.

Banco de la República de Colombia. (2015). Economía. Recuperado de: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudade-tareas/economia/usura>.

D' Andreis Zapata, A. C. (2013). *Responsabilidad social empresarial RSE: un estudio desde sus teorías, precursores y críticos*. Sello Editorial Coruniamericana, 2.

Folgado Fernández, J. A., Hernández Mogollón, J. M., & Mariño Romero, J. M. (2012). Responsabilidad social corporativa: una herramienta para un nuevo enfoque del gobierno corporativo. *Revista de Estudios Económicos y Empresariales*, pp. 55-79.

Herrera Valderrama, E., & Valero Parga, J. D. (2016). *Economía social en la comuna 7 de la ciudad de Ibagué*. Ibagué: Universidad Cooperativa de Colombia.

Montolio, J. (2002). *Economía social. concepto, contenido y significación en España*. CIRIEC, pp. 7-20.

Peña, D. F. (2008). *La incidencia de la llegada de grandes superficies en las ventas de las tiendas de barrio en la localidad de Engativá entre los años 2002 y 2007*. Recuperado de: http://bibliotecadigital.usbcali.edu.co/bitstream/10819/974/1/Incidencia_llegada_grandes_superficies_Ramirez_2008.pdf.

Portafolio. (2012). Prestamistas usureros podrán ser denunciados por usuarios. El propósito es denunciar que no se cobren más intereses de usura. *Revista Portafolio*, 28 de marzo de 2012.

Ramírez Rocha, D. F., & Peña, J. A. (2008). *La incidencia de la llegada de las grandes superficies en las ventas de barrio en la localidad de Engativá, entre los años de 2002 y 2007*. Bogotá DC: Universidad de San Buenaventura.

Saavedra, J. L. (2017). *Acompañamiento contable y tributario en el sector de las tiendas comuna 7 de la ciudad de Ibagué*. Universidad Cooperativa de Colombia. (2013). *Plan Estratégico*. Recuperado de: <https://www.ucc.edu.co/Plan-Estrategico/Paginas/inicio.aspx>

Valderrama, E. H. (2016). *Economía social en la comuna 7 de la ciudad de Ibagué*.

Vallaes, F. (s.f.). *Palestra*. Recuperado de: <http://palestra.pecp.edu.pe>