



Universidad
del Atlántico

CÓDIGO: FOR-DO-109

VERSIÓN: 0

FECHA: 03/06/2020

**AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA, LA
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL
TEXTO COMPLETO**

Autor1

Puerto Colombia, **31 de octubre de 2021**

Señores

DEPARTAMENTO DE BIBLIOTECAS

Universidad del Atlántico

Cuidad

Asunto: Autorización Trabajo de Grado

Cordial saludo,

Yo, **MOISES DAVID ARRIETA CARABALLO**, identificado(a) con **C.C. No. 1234.096.754** de **BARRANQUILLA**, autor(a) del trabajo de grado titulado **COMPORTAMIENTO DE MICROEMPRESARIOS EXITOSOS EN EL DESARROLLO COMERCIAL DEL CARIBE COLOMBIANO** presentado y aprobado en el año **2021** como requisito para optar al título Profesional de **ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**; autorizo al Departamento de Bibliotecas de la Universidad del Atlántico para que, con fines académicos, la producción académica, literaria, intelectual de la Universidad del Atlántico sea divulgada a nivel nacional e internacional a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios del Departamento de Bibliotecas de la Universidad del Atlántico pueden consultar el contenido de este trabajo de grado en la página Web institucional, en el Repositorio Digital y en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad del Atlántico.
- Permitir consulta, reproducción y citación a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato CD-ROM o digital desde Internet, Intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer.

Esto de conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

Atentamente,

MOISES DAVID ARRIETA CARABALLO

C.C. No. 1234.096.754 de BARRANQUILLA



Universidad
del Atlántico

CÓDIGO: FOR-DO-109

VERSIÓN: 0

FECHA: 03/06/2020

**AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA, LA
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL
TEXTO COMPLETO**

Autor2

Puerto Colombia, **31 de octubre de 2021**

Señores

DEPARTAMENTO DE BIBLIOTECAS

Universidad del Atlántico

Cuidad

Asunto: Autorización Trabajo de Grado

Cordial saludo,

Yo, **DIANA CRISTINA POLO RUIZ**, identificado(a) con **C.C. No. 1.23.409.7031** de **BARRANQUILLA**, autor(a) del trabajo de grado titulado **COMPORTAMIENTO DE MICROEMPRESARIOS EXITOSOS EN EL DESARROLLO COMERCIAL DEL CARIBE COLOMBIANO** presentado y aprobado en el año **2021** como requisito para optar al título Profesional de **ADMINISTRADORA DE EMPRESAS**; autorizo al Departamento de Bibliotecas de la Universidad del Atlántico para que, con fines académicos, la producción académica, literaria, intelectual de la Universidad del Atlántico sea divulgada a nivel nacional e internacional a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios del Departamento de Bibliotecas de la Universidad del Atlántico pueden consultar el contenido de este trabajo de grado en la página Web institucional, en el Repositorio Digital y en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad del Atlántico.
- Permitir consulta, reproducción y citación a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato CD-ROM o digital desde Internet, Intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer.

Esto de conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

Atentamente,

DIANA CRISTINA POLO RUIZ

C.C. No. 1.23.409.7031 de BARRANQUILLA

DECLARACIÓN DE AUSENCIA DE PLAGIO EN TRABAJO ACADÉMICO PARA GRADO

Este documento debe ser diligenciado de manera clara y completa, sin tachaduras o enmendaduras y las firmas consignadas deben corresponder al (los) autor (es) identificado en el mismo.

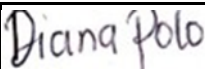
Puerto Colombia, **31 de octubre de 2021**

Una vez obtenido el visto bueno del director del trabajo y los evaluadores, presento al **Departamento de Bibliotecas** el resultado académico de mi formación profesional o posgradual. Asimismo, declaro y entiendo lo siguiente:

- El trabajo académico es original y se realizó sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, en consecuencia, la obra es de mi exclusiva autoría y detento la titularidad sobre la misma.
- Asumo total responsabilidad por el contenido del trabajo académico.
- Eximo a la Universidad del Atlántico, quien actúa como un tercero de buena fe, contra cualquier daño o perjuicio originado en la reclamación de los derechos de este documento, por parte de terceros.
- Las fuentes citadas han sido debidamente referenciadas en el mismo.
- El (los) autor (es) declara (n) que conoce (n) lo consignado en el trabajo académico debido a que contribuyeron en su elaboración y aprobaron esta versión adjunta.

Título del trabajo académico:	COMPORTAMIENTO DE MICROEMPRESARIOS EXITOSOS EN EL DESARROLLO COMERCIAL DEL CARIBE COLOMBIANO
Programa académico:	ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Firma de Autor 1:							
Nombres y Apellidos:	MOISES DAVID ARRIETA CARABALLO						
Documento de Identificación:	CC	X	CE		PA	Número:	1234.096.754
Nacionalidad:	COLOMBIANO				Lugar de residencia:	BARRANQUILLA	
Dirección de residencia:	CRA 6J#102-22						
Teléfono:	(5)3204434			Celular:	3182314940		

Firma de Autor 2:							
Nombres y Apellidos:	DIANA CRISTINA POLO RUIZ						
Documento de Identificación:	CC	X	CE		PA	Número:	1.23.409.7031
Nacionalidad:	COLOMBIANA				Lugar de residencia:	BARRANQUILLA	
Dirección de residencia:	CRA 7G# 45B-101						
Teléfono:	3124146			Celular:	3042116868		



FORMULARIO DESCRIPTIVO DEL TRABAJO DE GRADO

TÍTULO COMPLETO DEL TRABAJO DE GRADO	COMPORTAMIENTO DE MICROEMPRESARIOS EXITOSOS EN EL DESARROLLO COMERCIAL DEL CARIBE COLOMBIANO
AUTOR(A) (ES)	MOISES DAVID ARRIETA CARABALLO DIANA CRISTINA POLO RUIZ
DIRECTOR (A)	BRANDA VANESSA MOLINA MEDINA
CO-DIRECTOR (A)	NO APLICA
JURADOS	NO APLICA
TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TITULO DE	ADMINISTRADOR DE EMPRESAS
PROGRAMA	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PREGRADO / POSTGRADO	PREGRADO
FACULTAD	ELIJA LA FACULTAD
SEDE INSTITUCIONAL	NORTE
AÑO DE PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO	2021
NÚMERO DE PÁGINAS	192
TIPO DE ILUSTRACIONES	TABLAS, IMAGENES
MATERIAL ANEXO (VÍDEO, AUDIO, MULTIMEDIA O PRODUCCIÓN ELECTRÓNICA)	NO APLICA
PREMIO O RECONOCIMIENTO	NO APLICA



**COMPORTAMIENTO DE MICROEMPRESARIOS EXITOSOS EN EL DESARROLLO
COMERCIAL DEL CARIBE COLOMBIANO**

**MOISES DAVID ARRIETA CARABALLO, DIANA CRISTINA POLO RUIZ
TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TITULO DE ADMINISTRADOR DE
EMPRESAS**

**PROGRAMA DE ADMISTRACION DE EMPRESAS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
UNIVERSIDAD DEL ATLÁNTICO
PUERTO COLOMBIA**

2021



**COMPORTAMIENTO DE MICROEMPRESARIOS EXITOSOS EN EL DESARROLLO
COMERCIAL DEL CARIBE COLOMBIANO**

**MOISES DAVID ARRIETA CARABALLO, DIANA CRISTINA POLO RUIZ
TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TITULO DE ADMINISTRADOR DE
EMPRESAS**

BRANDA VANESSA MOLINA MEDINA

**PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
UNIVERSIDAD DEL ATLÁNTICO
PUERTO COLOMBIA**

2021

NOTA DE ACEPTACION

DIRECTOR(A)

JURADO(A)S

DEDICATORIA (OPCIONAL)

AGRADECIMIENTOS (OPCIONAL)

TITULO DEL TRABAJO DE GRADO

RESUMEN

Hasta 500 palabras.

PALABRAS CLAVE: mínimo tres, máximo cinco que no se repitan con el título.

ABSTRACT

Traducción del resumen al inglés

KEY WORDS: traducción de las palabras clave al inglés.

CONTENIDO

El documento debe estar debidamente paginado

LISTA DE ILUSTRACIONES (SI APLICA)

LISTA DE TABLAS O FIGURAS (SI APLICA)

LISTA DE ANEXOS (SI APLICA)

DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO (Primer capítulo del trabajo de grado)

A partir de esta página enuncie y redacte los capítulos del desarrollo de su trabajo de grado, de acuerdo a las normas e instrucciones brindadas por el programa académico y/o las normativas sugeridas por los directores y/o los evaluadores.

Resumen

El presente informe da a conocer la labor realizada por la auxiliar Diana Cristina Polo Ruiz, del proyecto de investigación. ***“COMPORTAMIENTO DE MICROEMPRESARIOS EXITOSOS EN EL DESARROLLO COMERCIAL DEL CARIBE COLOMBIANO”***. La labor de auxiliar en esta etapa del proyecto de investigación ha sido desarrollada con la supervisión de la directora del proyecto Dra. Branda Vanessa Molina Medina; y poniendo en práctica las habilidades y conocimientos adquiridos en la formación académica en el transcurso de la carrera universitaria.

Las actividades asignadas durante este período, tiene la finalidad de obtener y conocer el comportamiento de los microempresarios exitosos con respecto al desarrollo comercial del Caribe colombiano.

En conjunto con el tutor y el estudiante Moisés Arrieta se discutió cuál sería el instrumento más idóneo para este tipo de investigación, se llegó al acuerdo de ejecutar una entrevista virtual, se optó por la herramienta Google formularios y por este medio se enviaron las entrevistas a los microempresarios.

Por otro lado, se recolecta los contactos e información de los posibles microempresarios que participarían en el desarrollo de las entrevistas, realizando así una base de datos sólida que permitiera llegar a la data trazada con la finalidad que, si existían inconvenientes con alguno de los microempresarios, se pudiera continuar con un respaldo dado por la misma base de datos. En esta parte hubo intervenciones de cuerpos de la institución como lo fueron profesores, quienes también aportaron a la construcción de dicha base de datos.

El instrumento se hace llegar a los microempresarios que aceptaron la entrevista. Vía mail se les hace llegar la encuesta para que estos la desarrollen con facilidad, dicha aplicación toma su tiempo, ya que la ejecución de los entrevistados no era inmediata, por ende, los ambos estudiantes Moisés Arrieta y Diana Polo debían hacerle seguimiento constante a estos para que se pudieran realizar las entrevistas con éxito.

PALABRAS CLAVE: comportamiento, microempresarios, desarrollo comercial.

Abstract

This report discloses the work carried out by the research project *assistant "behavior of successful microentrepreneurs in the commercial development of the Colombian Caribbean"*. The auxiliary work, in this last stage of the research project, has been carried out with the supervision of the project director Branda Molina Medina; and putting into practice the skills and knowledge acquired in academic training during the university career.

The activities assigned during this period are intended to learn about "behavior of successful microentrepreneurs in the commercial development of the Colombian Caribbean".

The collection of information about behavior of successful microentrepreneurs in the commercial development of the Colombian Caribbean is carried out under the individual interview method.

The information obtained on *Behavior of successful microentrepreneurs in the commercial development of the Colombian Caribbean* is analyzed using the data triangulation tool, which allows us not only to validate the information obtained, but also to use it to broaden and deepen its understanding.

KEYWORDS: behaviour, micro-entrepreneurs, commercial development.

1. Descripción de la investigación

El Caribe Colombiano tiene una posición geográfica estratégica que facilita el comercio exterior a través del Mar Caribe. En la base económica se destacan la agricultura, la ganadería, la minería, la industria, el turismo y el transporte marítimo. Las actividades agropecuarias e industriales han perdido peso relativo, mientras que la minería, los servicios y el comercio han registrado cambios importantes que le han permitido ganar participación en la producción nacional.

Teniendo en cuenta que el sector comercial sigue siendo el de mayor concentración de microempresas. Son estos uno de los motores económicos principales de Colombia, los microempresarios, las innumerables empresas familiares; por lo tanto, es necesario prestar especial atención a los comportamientos que son utilizados en este tipo de empresas. Resaltando que muchas de ellas se enfrentan a enormes desafíos.

Las pequeñas y medianas empresas (pymes) cumplen un papel fundamental en la economía de un país, especialmente por su aporte a la generación de empleo y al desarrollo de la comunidad donde se ubican. Sin embargo, se ve reflejado en estas organizaciones condiciones fuertemente marcadas que llevan al fracaso de estas iniciativas empresariales; la mayoría de las pymes viven por corto tiempo. Por esto resulta interesante destacar la supervivencia y el éxito empresarial de las mismas, pero aún más relevante acentuar el comportamiento de los microempresarios en la consecución de estos resultados de éxito.

Es necesario conocer esas disposiciones de éxitos en los microempresarios del Caribe Colombiano, ya que permitirá deducir que existen diversos factores internos y externos que contribuyen a explicar la acogida positiva de estos en el mercado y con esta deducción desarrollar una metodología que al ser aplicada dentro de la organización sea de trascendencia permitiendo su éxito en el mercado y sostenibilidad en el largo plazo y por consiguiente que contribuyan al desarrollo.

2. Objetivos

2.1 Objetivos General

Caracterizar el Comportamiento de microempresarios exitosos en el desarrollo comercial del Caribe Colombiano.

2.2 Objetivos específicos

- Identificar marcas y productos de microempresas con procesos comerciales exitosos en la Región Caribe Colombiana.
- Conocer las características socioculturales de la relación microempresario- cliente en el empoderamiento comercial de los Departamentos de la Región Caribe Colombiana.
- Desarrollar una metodología fundamentada en etnomarketing que fomente el crecimiento y desarrollo de la microempresa de la Región Caribe.

3. Justificación

En la contemporaneidad, el Caribe colombiano ha tenido un crecimiento económico favorable con respecto a periodos pasados. El joven de hoy busca salidas para enfrentar la crisis económica con ideas innovadoras plasmadas en pequeños negocios familiares, que consisten en el primer acercamiento a denominarse como microempresas. Implica una diversidad de actividades económicas que involucran a vendedores callejeros, artesanos, talleres de reparación de bicicletas, tiendas en las que se trabaja el metal, panaderías, sastrerías, droguerías, fabricación de calzados, entre otros. Se originan ante la necesidad de las familias de tener un medio de subsistencia independiente. Es así, como personas emprendedoras con grandes habilidades y destrezas innatas representando valores, actitudes y creencias, motivados también por el sueño de mantener y superar un estatus económico se abren hacia el éxito.

Estas iniciativas de emprendimiento y creación constituyen el primer paso a constituirse como microempresarios en la búsqueda del bienestar económico de su familia y comienza esta travesía que actualmente se han convertido en una fuerza estabilizadora y realiza una contribución importante al empleo, a la producción y al ingreso nacional y local; la percepción sobre este tipo de empresas ha cambiado mucho, ha dejado de ser considerado como un elemento improductivo. No obstante, se sigue reflejando en las microempresas muchos problemas que se manifiestan reduciendo su ciclo de contribución al desarrollo económico del país; limitantes como fallas en la formación del empresario y problemas financieros. En su mayoría no cuenta con los conocimientos administrativos necesarios, desconocen completamente el mercado, no cuenta con un soporte que le permita garantizar para obtener créditos, difícil acceso de los recursos provenientes de apoyos de gobierno, instituciones de crédito, que por consiguiente limitan la adquisición de tecnología, y se les complica el posesionarse en el mercado, siendo más difícil competir y conseguir nuevos clientes debido a las exigencias.

La utilidad de esta investigación radica en la profundización del estudio de los factores claves del *comportamiento de los microempresarios exitosos en el desarrollo comercial*

del Caribe Colombiano, lo cual identificar esos aspectos necesarios para alcanzar estabilidad, permanencia en el mercado y consecuentemente el éxito.

En virtud permite deducir que existen diversos factores internos y externos que contribuyen a explicar la acogida positiva de estos en el mercado y con esta deducción desarrollar una metodología fundamentada en el Etnomarketing, la cual al ser aplicada dentro de la organización sea de trascendencia; permitiendo su éxito en el mercado y sostenibilidad en el largo plazo y por consiguiente su contribución al desarrollo económico de su entorno inmediato.

Este estudio representa para los autores una oportunidad de trascender a la generación de conocimientos, pues permite describir, con sus resultados, el *Comportamiento de los microempresarios en el desarrollo comercial de la Región Caribe Colombiana*, en cuanto a su conducta empresarial. Además, la investigación da a conocer en qué medio se desenvuelven los microempresarios y por qué el éxito resulta relevante en este sector económico. En el campo de investigación, el tema es de trascendental importancia, ya que propone participaciones oportunas para que todos los microempresarios de la regional caribe, tiendan a una mejor organización y obviamente a mejorar sus expectativas para lograr objetivos organizacionales necesarios en mercados tan desafiantes. Generando nuevos conocimientos en el sector comercial del Caribe Colombiano y el aumento de emprendimientos por microempresarios de los diferentes sectores.

Este proyecto ofrecerá una estrategia de desarrollo esencial, tanto para las microempresas como para los administradores de empresas en formación que fomentan esta investigación. El diseño de esta investigación se formará en competencias claves; en las que se adquieren habilidades y destrezas que permitan reflexionar sobre temas de trascendencia, relacionados al entorno organizacional y el comportamiento administrativo idóneo para el éxito empresarial. La creación de este proyecto permite al educando proceso de sensibilización, motivación y formación continúa desarrollando el pensamiento creativo, la autonomía, el aprendizaje independiente, influyendo positivamente en la carrera profesional y el crecimiento personal.

1. Metodología

El objetivo de este capítulo es el de presentar la aplicación del método usado en nuestra investigación mediante los instrumentos de recopilación de la información.

Por lo tanto, la metodología que se implementó fue como una primera parte una tabulación de base de datos en donde se organizaron los nombres de los microempresarios, número de contacto, correo electrónico (por este medio se hizo llegar la entrevista) y el nombre del negocio. Mediante el diseño del instrumento, (entrevista) como técnica de recolección de datos a través de la herramienta de Google formularios.

Nos basamos en definiciones de autores encaminados al concepto de lo que es una entrevista y su utilidad en la recolección de datos para su posterior análisis como lo son:

En palabras de Kvale mediante las entrevistas pretendemos acercarnos al mundo de “ahí fuera”, huyendo de entornos de investigación especializada como los laboratorios, para entender, describir y explicar “desde el interior” (Kvale 2011).

Y también

Denzin y Lincoln: la entrevista es “una conversación, es el arte de realizar preguntas y escuchar respuestas”. Además, esta técnica está fuertemente influenciada por las características personales del entrevistador, así mismo, ha llegado a convertirse en una actividad de nuestra cultura, aunque la entrevista es un texto negociado, donde el poder, el género, la raza, y los intereses de clases han sido de especial interés en los últimos tiempos (2005, p. 643).

El cuestionario se aplicó en una primera y única fase. La muestra para aplicación del cuestionario fue de un total de 30 entrevistados. La entrevista constó de 6 preguntas abiertas.

A continuación, se desarrolla el cuerpo de la entrevista y las 6 preguntas que contempla el instrumento. Las preguntas que se realizaron para la recolección de información fueron abiertas.

Entrevista
● ¿Cuál es el nombre de tu negocio?
● Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.
● Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad
● ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?
● Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la actualidad.
● Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.

5. Población beneficiada

Con este proyecto de investigación los principales beneficiarios son los 30 microempresarios del caribe colombiano entrevistados específicamente de la ciudad de Barranquilla y su área metropolitana como lo son Soledad, por otro lado, microempresarios del municipio de Baranoa. Estos reciben esta investigación como herramienta de crecimiento, que les permite obtener una visión más amplia y acertada de cómo es el plano de un microempresario de su región y no solo reciban la poca y distorsionada información que les puede suministrar su entorno socio- económico.

Adicional, se puede observar cómo, aunque no lo crean impactan de manera positiva la economía de su localidad considerando la actividad economía las personas que la habitan, generando satisfacción de necesidades, generación de empleo y otros efectos directos de su actividad empresarial.

6. productos entregados

1. Diseño el instrumento de recolección de información, previamente a este ítem se definieron las preguntas a realizar en la entrevista, se organizaron las preguntas para ser puestas en el formulario, se definió la estructura y aspecto del formulario de entrevista, se enumeraron las preguntas y se revisó la redacción de las mismas, dejando dicho formulario listo para ser enviado a los microempresarios que aceptaran recibir la entrevista.
2. Se realizó la tabulación de la información requerida de los microempresarios, como lo fueron nombres completos, números de teléfonos, correos electrónicos, nombres del negocio y/o emprendimiento de su propiedad, al tener la data (30 personas) lista y planificada se procede a enviarse a cada microempresario el formulario de entrevista (Google formularios) vía mail, se confirma la recepción de documentos.
3. Se efectuó el instrumento de análisis (triangulación), donde se toman las respuestas dadas por los microempresarios, las definiciones dadas por autores especialistas en el tema y el punto de vista de los desarrolladores del proyecto, colocando todos estos en perspectiva.
4. Se planeó y organizó el conversatorio "*Comportamiento de microempresarios exitosos en el desarrollo comercial del Caribe Colombiano*" junto con la tutora del proyecto Branda Molina, se formalizaron fechas, asistentes del evento, invitados, invitados especiales, temas a tratar y dinámicas a desarrollar, esto con el fin que se pueda desarrollar en cuanto se normalicen las actividades académicas de la universidad.
5. Se realizó un listado de eventos virtuales que ayuden a enriquecer el conocimiento base del proyecto que son los microempredimientos, eventos como conversatorio internacionales a fines con la investigación de " comportamiento de los microemprendedores en el desarrollo comercial del Caribe Colombiano "

7. Descripción del caso

Iniciado el proceso de auxiliar investigativo, mediante una reunión la Dra. Branda Molina da a conocer el resumen del proyecto, el cual fue explicado para su posterior comprensión, se explicó cuál es su enfoque, cuáles son sus objetivos, la técnica a usar para la recolección de información, se explica su finalidad y la importancia de la misma en nuestro campus universitario, además se determinaron los tiempos de trabajo y se imparten las responsabilidades. El auxiliar para el levantamiento de información debió realizar entrevista a microempresarios de la ciudad de Barranquilla y sus áreas metropolitanas.

- Se discutió que el instrumento que se utilice debe estar encaminado a los objetivos que tiene la investigación.
- A partir de lo anterior, se diseñó el instrumento inicial, luego se hizo la respectiva revisión individual y posteriormente a eso una revisión en conjunto, donde se determinó las preguntas pertinentes y la cantidad.
- Se creó una entrevista virtual (GOOGLE formularios) y en contexto semiestructurada la cual consto de 6 preguntas abiertas.
- Se seleccionó previamente la muestra definitiva para aplicar el instrumento según los criterios definidos en la investigación.
- Se informó con anterioridad a la entrevista al personal seleccionado para su aceptación a participar. Una vez se verifica la aceptación se envió vía mail la entrevista a cada uno de estos contactos.
- Entre los días, 7 de abril y 19 de mayo de 2021, se llevó a cabo la aplicación del instrumento.
- Se realizó monitoreo constante de aplicación y resultados, en donde se revisaba el documento de la entrevista y se confirmaban las respuestas de los participantes.
- Una vez se da por concluida la aplicación de instrumento, se obtuvo la recolección de data, producto de la aplicación del instrumento.
- Se procede a contrastar los conceptos por medio del análisis por triangulación.

8. Bibliografía

Badot, Olivier y Otros. The Contribution of Ethnology to Research in Consumer and Shopper Behavior: toward

Ethnomarketing. Londres: Recherche et applications en Marketing, vol. 24, n 1. 2009

Ortiz, Nicolás (2014). Etnomarketing: estrategias de negocios desde las raíces culturales. Revista de ciencias de la

Gestión, 1(1), 136-148.

<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/360gestion/article/viewFile/14874/15414>

Páramo, Dagoberto. ETNOMARKETING, LA DIMENSIÓN CULTURAL DEL MARKETING, REVISTA GERENCIA LIBRE Año 1 -

Volumen 1 Universidad Libre, Sede Cartagena Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables ISSN: 2422-

1732

Paramo y Ramírez. GERENCIA PROSPECTIVA DEL MARKETING UN ENFOQUE CULTURAL 2005, PÁG 29-32

Ortiz, Nicolás. Etnomarketing 360: Revista de ciencias de la gestión, Vol. I, N° 1 pp. 136-148 / ISSN 2518-0495 Pontificia

Universidad Católica del Perú.

JÓVENES EMPRENDEDORES DEL CARIBE COLOMBIANO

(2021). Recuperado 11 de marzo de 2021, de <https://www.elheraldo.co/mas-negocios/CONOZCA-LAS-HISTORIAS-DE-LOS-EMPRENDEDORES-JOVENES-DEL-CARIBE-364939>

(2021). Recuperado 11 de marzo de 2021, de <https://www.elheraldo.co/mas-negocios/WETSUNDAY-ES-UN-MODELO-DE-NEGOCIO-FACIL-DE-ENTENDER-525002>

(2021). Recuperado 11 de marzo de 2021, de <https://www.elheraldo.co/mas-negocios/experiencia-de-marca-el-truco-de-patricia-velez-52390>

(2021). Recuperado 11 de marzo de 2021, de <http://definicion.mx/desarrollo/>

(2021). Recuperado 11 de marzo de 2021, de <https://eslabonesdenegocio.com/eres-un-microempresario/>

(2021). Recuperado 11 de marzo de 2021, de http://biblio3.url.edu.gt/Libros/la_entrevista/4.pdf

guia. (s. f.). revista cuestiones.

http://institucional.us.es/revistas/cuestiones/23/Mis_5.pdf

9. Anexos

- Matriz de sistematización de información por categorías de investigación.
- Instrumento para recolección de información sobre el *Comportamiento de los microempresarios exitosos en el desarrollo comercial Caribe Colombiano*.
- Registro de actividades y asignaciones en el marco del desarrollo del proyecto
- Evidencia de formato de entrevista entregado a los microempresarios (capturas de pantalla)

10. Glosario

Desarrollo: mejora en la calidad de vida de las personas, integrando sus aspectos políticos, sociales, económicos, que en conjunto suponen una evolución social.

Comercial: la palabra comercial proviene del término commercium (compra y venta de mercancía) del latín, está formada por el prefijo con (junto), la palabra merx (mercancía) y el sufijo al para indicar lo relativo al comercio.

Microempresarios: son aquellos que:

Tienen pocos (o a veces ningún) empleados, el dueño generalmente trabaja directamente en la empresa, con frecuencia otros empleados son miembros de la familia, tiene una producción / venta limitada, tiene menor cantidad de recursos, tiende a subcontratar servicios externos, además es frecuente que sean negocios basados en la misma casa o espacios de amigos o familiares.

Cuestionario: listado de preguntas usado generalmente en las encuestas, pero también usado en las entrevistas.

Encuesta no estructurada: cuando permiten al entrevistador dirigir al entrevistado en base a las contestaciones o respuestas que vaya dando.

Muestra: número determinado de elementos que representan el número total de la población o universo a estudiar.

Preguntas abiertas: preguntas usadas en las encuestas en donde los encuestados están en libertad de contestar preguntas con sus propias palabras; entre sus desventajas está el hecho de que consumen mucho tiempo y costo en su codificación, por lo que no se usan mucho.

**“COMPORTAMIENTO DE MICROEMPRESARIOS EXITOSOS EN EL DESARROLLO
COMERCIAL DEL CARIBE COLOMBIANO”**

Moisés David Arrieta Caraballo

**UNIVERSIDAD DEL ATLÁNTICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BARRANQUILLA**

2021



**“COMPORTAMIENTO DE MICROEMPRESARIOS EXITOSOS EN EL DESARROLLO
COMERCIAL DEL CARIBE COLOMBIANO”**

Moisés David Arrieta Caraballo

**Informe de trabajo de grado en la opción de auxiliar de investigación para optar al
título de Administrador de Empresas.**

**Director del proyecto de investigación:
Dra. Branda Vanessa Molina Medina**

**UNIVERSIDAD DEL ATLÁNTICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BARRANQUILLA
2021**

Resumen

El presente informe contempla el proceso de formación investigativa por el auxiliar Moisés David Arrieta Caraballo, donde desarrolló el proyecto denominado: “COMPORTAMIENTO DE MICROEMPRESARIOS EXITOSOS EN EL DESARROLLO COMERCIAL DEL CARIBE COLOMBIANO”. Durante cada una de las secciones organizadas de manera asincrónica se abordaron a nivel teórico diferentes conceptos que soportaban los hallazgos de cada uno de los procesos consecuente a las actividades que se emprendieron estratégicamente para darle respuesta a los objetivos que se establecieron al iniciar el trabajo de formación e investigación.

Cabe destacar, que la labor de auxiliar en esta etapa del proyecto de investigación ha sido desarrollada con la supervisión de la directora Dra. Branda Vanessa Molina Medina.

El informe realizado y recopilado en este documento tiene como finalidad obtener y conocer el comportamiento de los microempresarios exitosos con respecto al desarrollo comercial del Caribe Colombiano.

De igual manera, el estudiante Moisés David Arrieta Caraballo analizó la sistematización ejecutada por la estudiante Diana Cristina Polo Ruiz, donde se analiza a través del método de la triangulación lo cual consiste en una técnica de análisis de datos que se centra en el contrastar visiones o enfoques a partir de los datos en el cual en esta investigación se tomaron las opiniones de los entrevistados, autores destacados en estas temáticas y por supuesto el análisis de los auxiliares de la investigación lo cual nos arrojaron como resultado un análisis de estas tres percepciones. Por último, el estudiante evaluó y registró todas las actividades desarrolladas durante todo el tiempo de investigación lo cual facilitó llevar un registro, organización y control de tiempo de dichas actividades lo cual ayudó a culminar el proyecto en el tiempo estipulado.

PALABRAS CLAVE: triangulación, comportamiento, microempresarios, desarrollo comercial.

Abstract

This report discloses the work carried out by the research project assistant "behavior of successful microentrepreneurs in the commercial development of the Colombian Caribbean". The auxiliary work, in this last stage of the research project, has been carried out with the supervision of the project director **Branda Molina Medina**; and putting into practice the skills and knowledge acquired in academic training during the university career.

The activities assigned during this period are intended to learn about "behavior of successful microentrepreneurs in the commercial development of the Colombian Caribbean".

The collection of information about *Behavior of successful microentrepreneurs in the commercial development of the Colombian Caribbean* is carried out under the individual interview method.

The information obtained on *Behavior of successful microentrepreneurs in the commercial development of the Colombian Caribbean* is analyzed using the data triangulation tool, which allows us not only to validate the information obtained, but also to use it to broaden and deepen its understanding.

KEYWORDS: behaviour, micro-entrepreneurs, commercial development.

1. Descripción de la investigación

El Caribe Colombiano tiene una posición geográfica estratégica que facilita el comercio exterior a través del Mar Caribe. En la base económica se destacan la agricultura, la ganadería, la minería, la industria, el turismo y el transporte marítimo. Las actividades agropecuarias e industriales han perdido peso relativo, mientras que la minería, los servicios y el comercio han registrado cambios importantes que le han permitido ganar participación en la producción nacional.

Teniendo en cuenta que el sector comercial sigue siendo el de mayor concentración de microempresas. Son estos uno de los motores económicos principales de Colombia, los microempresarios, las innumerables empresas familiares; por lo tanto, es necesario prestar especial atención a los comportamientos que son utilizados en este tipo de empresas. Resaltando que muchas de ellas se enfrentan a enormes desafíos.

Las pequeñas y medianas empresas (pymes) cumplen un papel fundamental en la economía de un país, especialmente por su aporte a la generación de empleo y al desarrollo de la comunidad donde se ubican. Sin embargo, se ve reflejado en estas organizaciones condiciones fuertemente marcadas que llevan al fracaso de estas iniciativas empresariales; la mayoría de las pymes viven por corto tiempo. Por esto resulta interesante destacar la supervivencia y el éxito empresarial de las mismas, pero aún más relevante acentuar el comportamiento de los microempresarios en la consecución de estos resultados de éxito.

Es necesario conocer esas disposiciones de éxitos en los microempresarios del Caribe Colombiano, ya que permitirá deducir que existen diversos factores internos y externos que contribuyen a explicar la acogida positiva de estos en el mercado y con esta deducción desarrollar una metodología que al ser aplicada dentro de la organización sea de trascendencia permitiendo su éxito en el mercado y sostenibilidad en el largo plazo y por consiguiente que contribuyan al desarrollo.

2. Objetivos

2.1 Objetivos General

Caracterizar el Comportamiento de microempresarios exitosos en el desarrollo comercial del Caribe Colombiano.

2.2 Objetivos específicos

- Identificar marcas y productos de microempresas con procesos comerciales exitosos en la Región Caribe Colombiana.
- Conocer las características socioculturales de la relación microempresario- cliente en el empoderamiento comercial de los Departamentos de la Región Caribe Colombiana.
- Desarrollar una metodología fundamentada en Etnomarketing que fomente el crecimiento y desarrollo de la microempresa de la Región Caribe.

3. Justificación

En la contemporaneidad, el Caribe colombiano ha tenido un crecimiento económico favorable con respecto a periodos pasados. El joven de hoy busca salidas para enfrentar la crisis económica con ideas innovadoras plasmadas en pequeños negocios familiares, que consisten en el primer acercamiento a denominarse como microempresas. Implica una diversidad de actividades económicas que involucran a vendedores callejeros, artesanos, talleres de reparación de bicicletas, tiendas en las que se trabaja el metal, panaderías, sastrerías, droguerías, fabricación de calzados, entre otros. Se originan ante la necesidad de las familias de tener un medio de subsistencia independiente. Es así, como personas emprendedoras con grandes habilidades y destrezas innatas representando valores, actitudes y creencias, motivados también por el sueño de mantener y superar un estatus económico se abren hacia el éxito.

Estas iniciativas de emprendimiento y creación constituyen el primer paso a constituirse como microempresarios en la búsqueda del bienestar económico de su familia y comienza esta travesía que actualmente se han convertido en una fuerza estabilizadora y realiza una contribución importante al empleo, a la producción y al ingreso nacional y local; la percepción sobre este tipo de empresas ha cambiado mucho, ha dejado de ser considerado como un elemento improductivo. No obstante, se sigue reflejando en las microempresas muchos problemas que se manifiestan reduciendo su ciclo de contribución al desarrollo económico del país; limitantes como fallas en la formación del empresario y problemas financieros. En su mayoría no cuenta con los conocimientos administrativos necesarios, desconocen completamente el mercado, no cuenta con un soporte que le permita garantizar para obtener créditos, difícil acceso de los recursos provenientes de apoyos de gobierno, instituciones de crédito, que por consiguiente limitan la adquisición de tecnología, y se les complica el posesionarse en el mercado, siendo más difícil competir y conseguir nuevos clientes debido a las exigencias.

La utilidad de esta investigación radica en la profundización del estudio de los factores claves del *comportamiento de los microempresarios exitosos en el desarrollo comercial*

del Caribe Colombiano, lo cual identificar esos aspectos necesarios para alcanzar estabilidad, permanencia en el mercado y consecuentemente el éxito. En virtud permite deducir que existen diversos factores internos y externos que contribuyen a explicar la acogida positiva de estos en el mercado y con esta deducción desarrollar una metodología fundamentada en el Etnomarketing, la cual al ser aplicada dentro de la organización sea de trascendencia; permitiendo su éxito en el mercado y sostenibilidad en el largo plazo y por consiguiente su contribución al desarrollo económico de su entorno inmediato.

Este estudio representa para los autores una oportunidad de trascender a la generación de conocimientos, pues permite describir, con sus resultados, el *Comportamiento de los microempresarios en el desarrollo comercial de la Región Caribe Colombiana*, en cuanto a su conducta empresarial. Además, la investigación da a conocer en qué medio se desenvuelven los microempresarios y por qué el éxito resulta relevante en este sector económico. En el campo de investigación, el tema es de trascendental importancia, ya que propone participaciones oportunas para que todos los microempresarios de la regional caribe, tiendan a una mejor organización y obviamente a mejorar sus expectativas para lograr objetivos organizacionales necesarios en mercados tan desafiantes. Generando nuevos conocimientos en el sector comercial del Caribe Colombiano y el aumento de emprendimientos por microempresarios de los diferentes sectores.

Este proyecto ofrecerá una estrategia de desarrollo esencial, tanto para las microempresas como para los administradores de empresas en formación que fomentan esta investigación. El diseño de esta investigación se formará en competencias claves; en las que se adquieren habilidades y destrezas que permitan reflexionar sobre temas de trascendencia, relacionados al entorno organizacional y el comportamiento administrativo idóneo para el éxito empresarial. La creación de este proyecto permite al educando proceso de sensibilización, motivación y formación continúa desarrollando el pensamiento creativo, la autonomía, el aprendizaje independiente, influyendo positivamente en la carrera profesional y el crecimiento personal.

4. Metodología

El objetivo de este capítulo es el de presentar la aplicación del método usado dentro de la investigación mediante los instrumentos de recopilación de la información.

Por consiguiente, la metodología que se implementó fue como una primera parte una tabulación de una base de datos en donde se organizaron los nombres de los microempresarios, número de contacto, correo electrónico (por este medio se hizo llegar la entrevista), y el nombre del negocio, en otro orden de ideas, mediante el diseño del instrumento, (entrevista) como técnica de recolección de datos.

Nos basamos en definiciones de autores encaminados al concepto de lo que es una entrevista y su utilidad en la recolección de datos para su posterior análisis como lo son:

En palabras de Kvale, mediante las entrevistas pretendemos acercarnos al mundo de “ahí fuera”, huyendo de entornos de investigación especializada como los laboratorios, para entender, describir y explicar “desde el interior” (Kvale 2011).

Asimismo,

Denzin y Lincoln: la entrevista es “una conversación, es el arte de realizar preguntas y escuchar respuestas”. Además, esta técnica está fuertemente influenciada por las características personales del entrevistador, así mismo, ha llegado a convertirse en una actividad de nuestra cultura, aunque la entrevista es un texto negociado, donde el poder, el género, la raza, y los intereses de clases han sido de especial interés en los últimos tiempos (2005, p. 643).

El cuestionario se aplicó en una primera y única fase. La muestra para aplicación del cuestionario fue de un total de 30 entrevistados. La entrevista constó de 6 preguntas abiertas.

A continuación, se desarrolla el cuerpo de la entrevista y las 6 preguntas que ella contempla. Las preguntas que se realizaron para la recolección de información fueron abiertas.

Entrevista
<ul style="list-style-type: none">• ¿Cuál es el nombre de tu negocio?
<ul style="list-style-type: none">• Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.
<ul style="list-style-type: none">• Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad
<ul style="list-style-type: none">• ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?
<ul style="list-style-type: none">• Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la actualidad.
<ul style="list-style-type: none">• Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.

5. Población beneficiada

Con este proyecto de investigación los principales beneficiarios son los 30 microempresarios del Caribe Colombiano entrevistados específicamente de la ciudad de Barranquilla y su área metropolitana como lo son Soledad, por otra parte, microempresarios del municipio de Baranoa. Estos reciben esta investigación como herramienta de crecimiento, ya que les permite obtener una visión más amplia y acertada de cómo es el plano de un microempresario de su región y no solo reciban la poca y distorsionada información que les puede suministrar su entorno socio-económico. Adicionalmente, se puede observar cómo, aunque no lo crean impactan de manera positiva la economía de su localidad y más que la economía las personas que en esta se encuentran, generando satisfacción de necesidades, generación de empleo y otros efectos directos de su actividad empresarial.

6. Productos entregados

1. Recolección de información mediante la aplicación del instrumento, una vez diseñada y tabulada la información se esperó durante un periodo de 30 días para recolectar toda la información obtenida por parte de los microempresarios, donde durante ese tiempo se monitoreaba en la plataforma de formulario de Google si los microempresarios respondían o no los correos enviados asimismo verificando que todas las preguntas del formulario estuvieran respondidas al momento de recibir los correos por parte de los encuestados donde posteriormente se organizó la información para su respectivo análisis.

2. La interpretación de la información que se recolectó, se efectuó mediante la supervisión de los hacedores del proyecto, en este punto se analiza detalladamente las palabras escritas por los entrevistados, revisando coherencia, ortografía y que guarden lineamiento con la pregunta realizadas, este punto fue indispensable para las siguientes actividades que se realizarían, como lo fue la triangulación en donde el previo análisis de las respuestas dadas por los microempresarios fue vital y permitiendo que la primera fase el instrumento se desarrollara de manera más rápida y fluida.

3. Realización de análisis por triangulación de la información obtenida, por último, se utilizó la técnica de análisis por triangulación lo cual tiene como objetivo contrastar diferentes percepciones, lo cual para esta investigación se tomaron las percepciones de los entrevistadores, autores notorios en el tema de esta investigación y por supuesto la percepción de los investigadores lo cual nos arroja un análisis completo de estos enfoques ya que estos nos sirven

como oportunidad para que se elabore una perspectiva más amplia en cuanto a la interpretación del *comportamiento de microempresarios exitosos en el desarrollo comercial del Caribe Colombiano*, porque señala su complejidad y esto a su vez enriquece el estudio y brinda la oportunidad de que se realicen nuevos planteamientos.

4. Se planeó y organizó el conversatorio "*Comportamiento de microempresarios exitosos en el desarrollo comercial del Caribe Colombiano*" junto con la tutora del proyecto Branda Molina, se formalizaron fechas, asistentes del evento, invitados, invitados especiales, temas a tratar y dinámicas a desarrollar, esto con el fin que se pueda desarrollar en cuanto se normalicen las actividades académicas de la universidad.

5. Se realizó un listado de eventos virtuales que ayuden a enriquecer el conocimiento base del proyecto que son los microemprendimientos, eventos como conversatorio internacionales a fines con la investigación de "*comportamiento de los microemprendedores en el desarrollo comercial del Caribe Colombiano* "

1. Descripción del caso

Iniciado el proceso de auxiliar investigativo, mediante una reunión la Dra. Branda Molina nos da a conocer el resumen del proyecto, el cual fue explicado para su posterior comprensión, se explicó cuál es su enfoque, cuáles son sus objetivos, la técnica a usar para la recolección de información, se explica su finalidad y la importancia de la misma en nuestro campus universitario, además se determinaron los tiempos de trabajo y se imparten las responsabilidades. El auxiliar para el levantamiento de información debió realizar entrevista a microempresarios de la ciudad de Barranquilla y sus áreas metropolitanas.

- Primero, se diseñó el instrumento inicial, luego se hizo la respectiva revisión individual y posteriormente a eso una revisión en conjunto, donde se determinó las preguntas pertinentes y el número.
- Se creó una entrevista virtual y en contexto semiestructurada la cual contiene 6 preguntas abiertas a realizar.
- Se seleccionó previamente la muestra definitiva para aplicar el instrumento según los criterios definidos en la investigación, y se consideró entrevistar personal conocido o referido para la obtención de la información.
- Se informó con anterioridad a la entrevista al personal seleccionado para su aceptación a participar. Una vez se verifica la aceptación se envió vía mail la entrevista a cada uno de estos contactos.
- Entre los días, 7 de abril y 19 de mayo de 2021, se llevó a cabo la aplicación del instrumento.
- Se realizó monitoreo constante de aplicación y resultados, en donde se revisaba el documento de la entrevista y se confirmaban las respuestas de los participantes.
- Una vez se da por concluida la aplicación de instrumento, se obtuvo la recolección de data, producto de la aplicación del instrumento.
- Se procede a contrastar los conceptos por medio del análisis por triangulación.

2. Bibliografía

Badot, Olivier y Otros. The Contribution of Ethnology to Research in Consumer and Shopper Behavior: toward

Ethnomarketing. Londres: Recherche et applications en marketing, vol. 24, n 1. 2009

Ortiz, Nicolás (2014). Etnomarketing: estrategias de negocios desde las raíces culturales. Revista de ciencias de la

Gestión, 1(1), 136-148.

<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/360gestion/article/viewFile/14874/15414>

Páramo, Dagoberto. ETNOMARKETING, LA DIMENSIÓN CULTURAL DEL MARKETING, REVISTA GERENCIA LIBRE Año 1 - Volumen 1 Universidad Libre, Sede Cartagena Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables ISSN: 2422-1732

Paramo y Ramírez. GERENCIA PROSPECTIVA DEL MARKETING UN ENFOQUE CULTURAL 2005, PÁG 29-32

Ortiz, Nicolás. Etnomarketing 360: Revista de ciencias de la gestión, Vol. I, N° 1 pp. 136-148 / ISSN 2518-0495 Pontificia

Universidad Católica del Perú.

JÓVENES EMPRENDEDORES DEL CARIBE COLOMBIANO

(2021). Recuperado 11 de marzo de 2021, de <https://www.elheraldo.co/mas-negocios/CONOZCA-LAS-HISTORIAS-DE-LOS-EMPRENDEDORES-JOVENES-DEL-CARIBE-364939>

(2021). Recuperado 11 de marzo de 2021, de <https://www.elheraldo.co/mas-negocios/WETSUNDAY-ES-UN-MODELO-DE-NEGOCIO-FACIL-DE-ENTENDER-525002>

(2021). Recuperado 11 de marzo de 2021, de <https://www.elheraldo.co/mas-negocios/experiencia-de-marca-el-truco-de-patricia-velez-52390>

(2021). Recuperado 11 de marzo de 2021, de <http://definicion.mx/desarrollo/>

(2021). Recuperado 11 de marzo de 2021, de <https://eslabonesdenegocio.com/eres-un-microempresario/>

(2021). Recuperado 11 de marzo de 2021, de http://biblio3.url.edu.gt/Libros/la_entrevista/4.pdf
guia. (s. f.). revista cuestiones.
http://institucional.us.es/revistas/cuestiones/23/Mis_5.pdf.

3. Anexos:

- Matriz de sistematización de la información recolectada.

- Instrumento para recolección de información sobre el *Comportamiento de los microempresarios exitosos en el desarrollo comercial Caribe Colombiano*.

- Registro de actividades y asignaciones en el marco del desarrollo del proyecto

- Evidencia de formato de entrevista entregado a los microempresarios (Capturas de pantalla)

4. Glosario

Desarrollo: mejora en la calidad de vida de las personas, integrando sus aspectos políticos, sociales, económicos, que en conjunto suponen una evolución social.

Comercial: la palabra comercial proviene del término commercium (compra y venta de mercancía) del latín, está formada por el prefijo con (junto), la palabra merx (mercancía) y el sufijo al para indicar lo relativo al comercio.

Microempresarios: son aquellos que:

tienen pocos (o a veces ningún) empleados, el dueño generalmente trabaja directamente en la empresa, con frecuencia otros empleados son miembros de la familia, tiene una producción / venta limitada, tiene menor cantidad de recursos, tiende a subcontratar servicios externos, es frecuente que sean negocios basados en la misma casa o espacios de amigos o familiares.

Cuestionario: listado de preguntas usado generalmente en las encuestas, pero también usado en las entrevistas.

Encuesta no estructurada: cuando permiten al entrevistador dirigir al entrevistado en base a las contestaciones o respuestas que vaya dando.

Muestra: número determinado de elementos que representan el número total de la población o universo a estudiar.

Preguntas abiertas: preguntas usadas en las encuestas en donde los encuestados están en libertad de contestar preguntas con sus propias palabras; entre sus desventajas está el hecho de que consumen mucho tiempo y costo en su codificación, por lo que no se usan mucho.

Anexo A

Matriz de sistematización de información



Universidad del Atlántico
“Comportamiento de microempresarios exitosos en el desarrollo comercial del Caribe Colombiano”
Planilla registro instrumento de aplicación

Informante # 01 preguntas y respuestas

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?	Fundación Sicomoro.
2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	Para nosotros el concepto de nuestra labor es promover el derecho de toda persona a gozar de una vida digna y plena en igualdad de oportunidades, partiendo del desarrollo integral de las capacidades individuales y colectivas como medio para transformar la sociedad, erradicar la pobreza y crear así un futuro duradero y sustentable con los niños.
3. Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad.	El concepto de "Sicomoro" es un árbol que aparece en la biblia donde Zaqueo (quien era muy pequeño de estatura) se montó para ver a Jesús. Lo cual, significa que nosotros como Fundación queremos ser un árbol que brinda seguridad y amor a los niños a pesar de las circunstancias y problemas a los cuales ellos se enfrentan en su vida diaria y hacerles sentir a ellos que hay esperanza a través de



	las enseñanzas de la biblia.
4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?	Las estrategias que nosotros usamos son: redes sociales, alianzas con otras fundaciones localizadas en diferentes zonas del país y el exterior. Asimismo, alianzas con grandes empresas a nivel nacional; lo cual de estas maneras nos damos a conocer y obtenemos recursos.
5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	El impacto sin duda ha sido muy positivo, porque muchos niños de nuestras comunidades han recibido grandes beneficios tanto económicos como materiales. Pero, sobre todo, el mayor impacto es ese aporte en conocimientos y valores que les queda a los niños que es lo que realmente queremos impactar en ellos.
6. Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.	Las características socioculturales en la cual nosotros hacemos nuestra labor es una sociedad muy vulnerable donde los niños muchas veces no tienen suficientes alimentos para comer, donde la mayoría de los grupos familiares presentan muchos conflictos intrafamiliares y violencia en los barrios. Asimismo, se ven muchas madres cabezas de hogar luchadoras y emprendedoras en lo cual buscan sacar a sus hijos adelante y donde los niños tienen ese deseo de seguir adelante a pesar de las



	dificultades que los rodean.
--	------------------------------

Informante # 02 preguntas y respuestas

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?	Yuya's pastelería.
2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	Postres y tortas.
3. Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad.	Productos de pastelería y repostería que sirven con regalos o detalles para personas y momentos especiales.
4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?	E-commerce.
5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	Novedad, facilidad de compra.
6. Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.	Alegre, cálido, amigable, relajado.



Informante # 03 preguntas y respuestas

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?	Cofique.
2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	Zapatos artesanales a base de fique.
3. Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad	En la actualidad comercializamos artesanías, bolsos, zapatos, accesorios.
4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?	Por medio de llamadas, vía Internet, o voz a voz.
5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	Ha sido un impacto medio, las personas para carnavales se interesan por el producto, su diseño y comodidad.
6. Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.	Las características son ubicadas estratégicamente en mar y río Magdalena, influenciada por diferentes culturas europeas, africana, indígena, árabe siendo una sociedad mestiza. Donde culturalmente resalta por sus muestras como el carnaval de Barranquilla. Donde la cultura y las raíces son llevadas a cabo y educadas hasta en las escuelas.



Informante # 04 preguntas y respuestas

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?	Restaurante el patio de la abuela.
2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	Brindamos un servicio de almuerzos ejecutivos y especiales.
3. Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad.	Brindar un servicio de calidad y una experiencia agradable para el consumidor.
4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?	Plataformas en línea (Ifood) número de teléfono fijo/celular.
5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	Referente en el sector y sitio de paso en festividades como el carnaval de Barranquilla.
6. Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.	Sector transitado por estudiantes, cuerpo médico, oficinistas.



Informante # 05 preguntas y respuestas

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?	Artfood.
2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	Comida rápida.
3. Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad.	Gourmet.
4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?	Publicidad.
5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	Impacto novedoso, con muy buena acogida.
6. Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.	Amables, emprendedores.

Informante # 06 preguntas y respuestas

<p>1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?</p>	<p>Progestión Colombia S.A.S</p>
<p>2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.</p>	<p>Consultoría de gestión; interventoría y supervisión de obras de todo tipo; auditoría y avalúos de edificaciones y proyectos de infraestructura; actividades de arquitectura, urbanismo, paisajismo a ingeniería y otras actividades conexas de consultoría técnica; construcción de edificios residenciales y no residenciales, en lo referente a instalaciones eléctricas, de fontanería, calefacción, aire acondicionado y otras instalaciones especializadas; obras de ingeniería civil como: demolición y preparación del terreno, construcción de proyectos de servicio público, construcción de carreteras y vías de ferrocarril, construcción de otras obras de ingeniería civil.</p>
<p>3. Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad.</p>	<p>Nuestra empresa nace gracias a la demanda del mercado de diseño, presupuesto y construcciones de viviendas de interés social, posteriormente la aplicación y cumplimiento de la norma</p>



	NSR-10 para edificios.
4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?	Marketing por medio de plataforma virtuales o redes sociales como Instagram, Facebook y YouTube, también somos recomendados entre el mismo gremio de constructoras y administradores de edificios.
5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	Hemos generado un impacto positivo, ya que realizamos estudios a partir de la norma NSR-10, ya que muchos edificios fueron construidos antes de empezar a regir esa norma, por lo tanto, el impacto ha sido grande ya que todos los edificios nuevos deben cumplir obligatoriamente con los requisitos de la norma.
6. Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.	<ul style="list-style-type: none"> -Personas abiertas a nuevos conocimientos y siempre dispuestas a hacer horas extras a cambio de su remuneración económica. - Carisma y alegría al empezar y terminar la jornada laboral. - Trabajo en conjunto en forma eficiente, también, se desempeñan bien de forma individual. - La diferencia socio-económica siempre está demarcada y es notable en el campo laboral más que todo por el analfabetismo.

Informante # 07 preguntas y respuestas

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?	Arepitas con amor.
2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	Bandejas de 4 arepas de maíz blanco rellenas de queso costeño y queso mozzarella, son precocidas, vienen listas para asar.
3. Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad.	Nuestra empresa busca transmitir el amor, ese amor que permite que se realicen las cosas con esfuerzo, dedicación, con todas las ganas de brindar un excelente producto. Buscamos identificarnos por nuestra buena actitud, una actitud de amor, entrega y cariño.
4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?	Nuestra estrategia es de manera virtual, a través de las redes sociales personales de cada socio, y adicional en la cuenta propia empresarial de arepitas con amor. Además, enviamos mensajes internos a todos nuestros contactos con toda la información correspondiente al producto. Utilizamos Flyers, imágenes, videos, testimonios.
5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos	El mayor impacto que hemos generado en las familias de la ciudad de Barranquilla es



<p>o servicios que comercializa en la actualidad.</p>	<p>expandir la gastronomía, brindando acceso más rápido a consumir maíz blanco y con él, todos los beneficios y nutrientes.</p> <p>Con cada una de nuestras arepas estamos llevando amor a los hogares, exclusividad y una excelente experiencia de sabor único en el paladar.</p>
<p>6. Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.</p>	<p>La mayoría de nuestros clientes están ubicados en el suroccidente de Barranquilla. Son personas de estrato 2.</p>

Informante # 08 preguntas y respuestas

<p>1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?</p>	<p>Fiesta, animaciones y eventos.</p>
<p>2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.</p>	<p>Ofrecemos servicios de animación para fiestas, decoración, alquiler de máquinas de alimentos como crispeteras, algodoneras, raspados, fuente de coctel, chocolate, alquiler de mobiliarios, pintacaritas y globoflexia.</p>
<p>3. Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad.</p>	<p>Empresa de recreación de eventos.</p>
<p>4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?</p>	<p>Estrategia de marketing digital, por medio de redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp Business.</p>



<p>5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la actualidad.</p>	<p>Ha tenido un impacto positivo en la localidad donde ofrezco los servicios, ya que anteriormente no se contaba con este tipo de negocios acá en el municipio de Baranoa, sin embargo, por la situación que enfrenta el país en la actualidad se ha visto muy afectado la comercialización de nuestros servicios y han disminuido las ventas.</p>
<p>6. Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.</p>	<p>Baranoa es un municipio lleno de tradición, cultura, respeto por sus residentes, responsable, tolerante y con una población muy jovial y pujante.</p>

Informante # 09 preguntas y respuestas

<p>1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?</p>	<p>FEEL DIVA.</p>
<p>2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.</p>	<p>Productos direccionados al cuidado facial y belleza.</p>
<p>3. Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad.</p>	<p>Feel Diva traduce sentirse diva, nuestro propósito es ayudar a que las personas se sientan divas siendo ellas mismas y las ayudamos a su autoestima.</p>
<p>4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?</p>	<p>Promociones, Giveaway, servicios domiciliarios gratis por monto mínimo de compra, interacción con nuestro público.</p>



<p>5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la actualidad.</p>	<p>Me posicionó en el mercado colombiano como unas de las páginas emprendedoras, con productos económicos y de buena calidad, realizamos envíos a todo el país lo cual permite dar a conocer mi marca.</p>
<p>6. Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.</p>	<p>Mis productos se caracterizan por tener unos precios para que las personas de pocos recursos los adquieran como cualquier otra persona.</p>

Informante # 10 preguntas y respuestas

<p>1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?</p>	<p>BE HAPPY DESAYUNOS SORPRESAS.</p>
<p>2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.</p>	<p>Es un emprendimiento que nace a través de la situación de salud pública (pandemia) que atraviesa el mundo, en aras de generar un ingreso extra para soportar las obligaciones contraídas. Nace BE HAPPY desayunos y sorpresas en la cual le ofrecemos a nuestros clientes desayunos sorpresas, regalos y snacks para toda ocasión.</p>
<p>3. Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad.</p>	<p>BE HAPPY desayunos y sorpresas, se caracteriza por ofrecer productos de calidad, al mejor precio y sobre todo a primera hora del día, como plus adicional, las entregas se realizan desde las 5:30AM.</p>



<p>4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?</p>	<p>Como primera medida la voz a voz entre los familiares amigos y conocidos es el primer filtro para el ofrecimiento del producto, luego seguimos con las redes sociales como Instagram y Facebook.</p>
<p>5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la actualidad.</p>	<p>Es una excelente elección al momento de ser escogida toda vez que, podemos seguir demostrando el cariño y afecto a nuestros familiares, pero sobre todo manejando el distanciamiento social con los protocolos de bioseguridad.</p>
<p>6. Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.</p>	<p>Es una región alegre, jocosa y carismática, por eso en BE HAPPY tratamos de plasmar estas características en cada uno de los productos que ofrecemos.</p>

Informante # 11 preguntas y respuestas

<p>1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?</p>	<p>ARUAL SORPRESAS.</p>
<p>2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.</p>	<p>Planeación y decoración de eventos detalles personalizados alquiler de mobiliarios.</p>
<p>3. Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad.</p>	<p>La empresa tiene como finalidad la planificación y organización de eventos festivos como bodas, bautizos, comuniones, fiestas de cumpleaños. Así como de eventos corporativos como fiesta</p>



	<p>fin de año, aniversarios etc. Adaptándose completamente a sus necesidades y a su presupuesto, otorgándoles comodidad y seguridad a la hora de realizar los mismos.</p> <p>Ofrecemos variedad de productos para los diferentes tipos de eventos como pastelería personalizada, retablos de fotos, servicio de animación etc.</p>
<p>4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?</p>	<p>Estrategias de precios, brindándole a los clientes diferentes opciones.</p>
<p>5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la actualidad.</p>	<p>En la región Caribe nos caracterizamos por ser alegres, bailadores y sociables, por ende, al ofrecer los servicios de Arual Sorpresas el impacto ha sido alto.</p>
<p>6. Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.</p>	<p>Características:</p> <p>Se celebra el festival de la leyenda Vallenata y el Carnaval de Barranquilla que son festividades importantes en Colombia.</p> <p>Su clima es en general cálido</p> <p>Los habitantes de esta región son conocidos como costeños</p> <p>Uno de los géneros musicales más importantes es la cumbia.</p>

Informante # 12 preguntas y respuestas



1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?	PA' TODOS BQ.
2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	Frappes, Cocteles, Granizados y Micheladas.
3. Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad.	PA' TODOS es una empresa que comercializa bebidas alternativas, como lo son los Frappes, los Cócteles, los Granizados y las Micheladas.
4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?	Mi estrategia es 100% digital, hoy día las redes sociales son el motor principal para llevar un negocio al máximo nivel. Hacer un "puerta a puerta" virtual, escribiéndole constantemente a clientes ya agregados, y también, captar nuevos clientes a través de estrategias por medio de WhatsApp y de Instagram, y así entablar cualquier tipo de comunicación para venderles el producto.
5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	En mi sector, que es el barrio Altos de los Robles, en el municipio de Soledad, Atlántico, el impacto ha sido muy positivo desde el ámbito laboral y económico, debido a que actualmente tenemos 6 trabajadores que llevan el sustento a sus hogares a través de trabajar con nosotros, y en lo económico, hemos podido crecer como familia fortaleciendo la economía del núcleo familiar. Ese es el impacto positivo, porque hablar de las ventas de los



	<p>productos, no sería un impacto positivo, debido a que siempre y cuando el producto sea bueno, y se haga una buena distribución de los canales de comercialización, el producto "se vende solo".</p>
<p>6. Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.</p>	<p>La zona Altos de los Robles, es una zona muy residencial y muy comercial al mismo tiempo. Dentro del mismo sector, conviven estos dos conceptos sociales muy bien adaptados. El municipio de Soledad se caracteriza por los infinitos emprendimientos producto del nato ingenio del hombre Caribe Colombiano, que además, fomenta la sana competencia, y así mismo, fortalece el hilo comercial de la débil economía Colombiana.</p>

Informante # 13 preguntas y respuestas

<p>1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?</p>	<p>Windglass soluciones S.A.S</p>
<p>2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.</p>	<p>Soluciones arquitectónicas en acero, aluminio y vidrio.</p>
<p>3. Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad.</p>	<p>Fabricación de estructuras metálicas para obras civiles y multifamiliares, materiales y fabricación de la mejor calidad y una excelente posventa.</p>



4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?	Voz a voz, medios electrónicos y prensa.
5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	Al fabricar productos con una excelente calidad, se alarga el periodo de deterioro y mantenimiento del producto, de esta manera hay un ahorro económico considerable para el cliente.
6. Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.	El mercado atlanticense es un mercado acostumbrado a buscar siempre lo más económico, aunque eso afecte la calidad del producto, por tal motivo, ha sido difícil cambiar la mentalidad del atlanticense, por tal motivo el crecimiento en el sector residencial, ha sido lento.

Informante # 14 preguntas y respuestas

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?	Gamers House.
2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	Alquiler de equipos.
3. Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad.	Entretenimiento por medio de consolas de vídeo y computadores Gaming.
4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes,	Buena atención del cliente, productos de buena calidad e incentivar la sana



servicios e ideas?	competencia.
5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	Se generó un cambio en el jugador tradicional y se enfocó más a competir a nivel local y regional dotando de buenas herramientas para estar al nivel del resto de jugadores del país.
6. Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.	Estudiantes universitarios, personas que laboran cerca y amigos. Todos con gustos afines a los videojuegos.

Informante # 15 preguntas y respuestas

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?	MANGO MARKETING S.A.S
2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	<p>Agencia de marketing integral, prestamos los siguientes servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Atl/btl. - Producción de eventos. - Marketing digital. - Outsourcing comercial. - Análisis de datos. - Omnicanal.
3. Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios	Somos una agencia de marketing integral con experiencia en diseño y ejecución de activaciones de marca, producción de



<p>comercializados en la actualidad.</p>	<p>eventos en general, publicidad tradicional, diseño gráfico y comunicaciones integrales de marketing. Estamos orientados a promover el crecimiento del empleo en la costa Colombiana generando un impacto positivo, mejorando continuamente la calidad de vida de los ciudadanos.</p>
<p>4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Investigación de mercado. -Marketing Integral – Digital. -Telemarketing. -Emails masivos. -SMS masivos. -Relaciones públicas -BTL.
<p>5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la actualidad.</p>	<p>Tenemos Presencia regional en:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cartagena. - Barranquilla. - Santa Marta. - Valledupar. <p>Lo cual ha generado mayor empleo en la región.</p>
<p>6. Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o</p>	<p>La región Caribe se destaca por ser muy diversa las actividades que se destacan son la agricultura, la ganadería, la minería,</p>



<p>sus productos y servicios.</p>	<p>la industria, el turismo y el transporte marítimo. La industria está concentrada en Barranquilla y Cartagena, es poco diversificada y está escasamente encadenada a la minería y la agricultura.</p> <p>El sector económico donde nos centramos es para empresas comercializadoras o Retailers que presten un servicio a nivel nacional.</p>
-----------------------------------	---

Informante # 16 preguntas y respuestas

<p>1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?</p>	<p>La diligencia.</p>
<p>2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.</p>	<p>Servicio de mensajería y desarrollo de diligencias en la ciudad de Barranquilla y Soledad.</p>
<p>3. Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad.</p>	<p>Facilitar la conexión entre comercios minoristas y emprendedores con su cliente sin llegar a un sobre costo.</p>
<p>4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?</p>	<p>Redes sociales y pautas publicitarias.</p>
<p>5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la</p>	<p>La creación de alianzas con otras microempresas ha ayudado al desarrollo de un flujo constante de nuevos</p>



actualidad.	consumidores.
6. Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.	Microempresas, donde muchas veces el establecimiento es el propio hogar para bajar costos operativos.

Informante # 17 preguntas y respuestas

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?	Sweet love.
2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	Sweet love cuenta con productos de pastelería, en los cuales puedes encontrar tortas, postres fríos, galletas entre otros.
3. Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad.	Son productos de calidad, que se basan en la preparación casera.
4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?	Para comercializar los productos utilizamos nuestra página de Instagram donde se encuentran las fotos de los productos, se responden inquietudes de posibles clientes y también se utiliza la línea de WhatsApp.
5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	Algo dulce siempre es bienvenido, y en Sweet love siempre queremos dejar una huella con cada uno de los productos que ofrecemos por eso se busca hacer que la experiencia de compra sea única.
6. Defina las características	La región es reconocida por su alegría, por



<p>socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.</p>	<p>su hermandad, por ser cálidos por lo tanto esto se presta para que los productos ofrecidos se vuelvan regalos, sorpresa y muestras de cariño entre los uno y los otros.</p>
---	--

Informante # 18 preguntas y respuestas

<p>1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?</p>	<p>Lima 36 barber shop.</p>
<p>2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.</p>	<p>Productos para cuidado capilar.</p>
<p>3. Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad.</p>	<p>Productos 100% naturales.</p>
<p>4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?</p>	<p>Descuentos y promociones.</p>
<p>5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la actualidad.</p>	<p>Una gran acogida por todas las personas que conocen nuestra marca.</p>
<p>6. Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.</p>	<p>Personas alegres, espontáneas.</p>



Informante # 19 preguntas y respuestas

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?	Cylene's nail spa.
2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	Es una microempresa dedicada a la comercialización y atención a clientes en calidad de productos de belleza para el uso personal o profesional.
3. Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad.	Se comercializan nuestros productos con apoyo de nuestros proveedores extranjeros, para brindar una buena experiencia a nuestros clientes.
4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?	Se usan los medios de comunicación virtuales como lo son las redes sociales que actualmente están generando impacto a nivel social, para que el cliente pueda acceder a ellos sin necesidad de salir de sus hogares.
5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	Nos dedicamos a la comercialización de productos que ayudan y brindan una mejor experiencia a todas aquellas personas emprendedoras que se aventuran en el mundo de la belleza.
6. Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.	Se puede identificar que nuestros productos de buena calidad y bajos precios, ayudan económicamente a todas aquellas personas que se dedican a la atención estética, y residen en zonas vulnerables donde a través de la prestación



	<p>de estos servicios de belleza viven el día a día. Para generar impacto a nivel social y económico a nivel Caribe y donde esto se vuelve fundamental en el desarrollo personal de aquellos con pocas oportunidades laborales.</p>
--	---

Informante # 20 preguntas y respuestas

<p>1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?</p>	<p>Butifarras Yamile.</p>
<p>2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.</p>	<p>Embutidos de carne de res.</p>
<p>3. Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad.</p>	<p>La razón de ser del nuestro negocio siempre ha sido la familia, ya que nos ha ayudado a conseguir el pan de cada día y seguir en la lucha y a raíz de eso hemos podido aportar algunos empleos a personas que lo necesitan.</p>
<p>4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?</p>	<p>Con ventas al por mayor y al detal, redes sociales, y vendedores independientes.</p>
<p>5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la actualidad.</p>	<p>El impacto de la butifarra en la Región Caribe ha sido muy grande más que todo en el departamento del Atlántico ya que es algo típico y se puede conseguir muy fácilmente.</p>



<p>6. Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.</p>	<p>Barranquilla es una zona donde se destaca el comercio y la industria conocida como la arenosa o curramba la bella algo representativo de la ciudad cuya muestra es el Carnaval de Barranquilla una de las fiestas más populares de Colombia otros eventos que se destacan son carnaval internacional de las artes, Barranquijazz etc.</p>
---	--

Informante # 21 preguntas y respuestas

<p>1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?</p>	<p>Cooarenoasa.</p>
<p>2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.</p>	<p>Prestamos por libranza a pensionados.</p>
<p>3. Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad.</p>	<p>Cooperativa multiactiva de créditos y servicios generales de la arenosa.</p>
<p>4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?</p>	<p>No sé tienen en cuenta reportes en centrales de riesgo, créditos hasta 60 meses, visitar a los clientes.</p>
<p>5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la actualidad.</p>	<p>Muchas personas se han beneficiado por medio del servicio que se ofrece ya que encuentran una ayuda a su necesidad y así recomiendan el servicio a los demás.</p>



<p>6. Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.</p>	<p>Personas de diferentes estratos y diferentes municipios del departamento del Atlántico con costumbres arraigadas a su entorno donde viven. En su mayoría son personas o adultos mayores y pensionados.</p>
---	---

Informante # 22 preguntas y respuestas

<p>1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?</p>	<p>Personalizados FLer.</p>
<p>2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.</p>	<p>Servicio personalizado de morrales, Tulas y forros personalizados; servicio en restauración y modernización de bolsos.</p>
<p>3. Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad.</p>	<p>La marca Fler se creó bajo el concepto de la personalización, donde nuestra mayor atención se basa en las ideas no confeccionadas o en pro hacer creadas, ofreciendo asesoría en diseños, utilidad y practicidad.</p>
<p>4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?</p>	<p>Publicidad de voz a voz donde nos esforzamos para que nuestros clientes se sientan totalmente satisfechos; publicidad en redes sociales desde WhatsApp hasta Instagram, alianza con emprendimientos (boutique y domicilios) y negocios locales.</p>
<p>5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la</p>	<p>El impacto que ha generado este emprendimiento ha sido bastante alentador ya que lo han recibido y aceptado con</p>



<p>actualidad.</p>	<p>respeto, credibilidad y confianza, creyendo en la calidad de la mano de obra Colombiana, y en el amor que colocamos en cada uno de nuestros productos y servicios.</p>
<p>6. Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.</p>	<p>Las características socioculturales que enmarcan a la región Caribe en especial a Barranquilla en los productos de personalizados Fler han sido: que las personas buscan morrales prácticos, coloridos, algo diferenciador que lo convierte en personal, la calidad del trato, siempre buscan un buen servicio y un producto de durabilidad.</p>

Informante # 23 preguntas y respuestas

<p>1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?</p>	<p>May stylos barber's.</p>
<p>2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.</p>	<p>Servicios de peluquería y cortes de cabellos para hombres.</p>
<p>3. Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad.</p>	<p>Ninguna.</p>
<p>4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?</p>	<p>Una buena atención.</p>



5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	Regulares.
6. Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.	Comercial.

Informante # 24 preguntas y respuestas

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?	Viet Colombia.
2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	Comercializar prendas de segunda mano de marcas a bajo costo.
3. Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad.	Promovemos la moda sostenible.
4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?	Instagram.
5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	El promover el consumo de este tipo de mercado con el que ayudamos y aportamos a cuidar la planta.



<p>6. Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.</p>	<p>Se adaptan a los cambios.</p>
---	----------------------------------

Informante # 25 preguntas y respuestas

<p>1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?</p>	<p>Bh inmobiliario.</p>
<p>2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.</p>	<p>Asesoría para compra de vivienda.</p>
<p>3. Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad.</p>	<p>Se creó bajo la necesidad de que las personas tuvieran mayor acceso a vivienda propia.</p>
<p>4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?</p>	<p>Redes sociales, vallas y referidos.</p>
<p>5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la actualidad.</p>	<p>El impacto ha sido muy significativo ya que gran parte de la población ha podido acceder a créditos y subsidios de vivienda gracias a la buena accesibilidad que se brinda.</p>
<p>6. Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.</p>	<p>Empleados, pensionados e independientes con deseos de tener vivienda propia.</p>



Informante # 26 preguntas y respuestas

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?	Búho agencia creativa.
2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	Somos una empresa que presta el servicio de diseño Web, Marketing digital y publicidad.
3. Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad.	Búho se crea con la finalidad de asesorar e impulsar a las empresas a que estas crezcan y se incorporen en los medios digitales siendo estas estrategias para las marcas.
4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?	Redes sociales.
5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	Hemos asesorado empresas en la buena utilización del contenido virtual permitiéndoles ser más reconocidas y creciendo en su industria.
6. Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.	Empresarios, emprendedores y personas con ideas de negocios.

Informante # 27 preguntas y respuestas

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?	The Ems.
--------------------------------------	----------



2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	Cocina internacional, repostería, eventos, cenas clandestinas.
3. Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad.	Empresa dedicada a la cocina y comercialización de alimentos tales como cenas, postres y demás.
4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?	Se utilizan estrategias como: Degustación del producto, red de Marketing, redes sociales y voz a voz.
5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	El impacto gastronómico en la ciudad ha sido muy bueno ya que a los clientes les ha gustado mucho nuestra comida y así la recomiendan más y más.
6. Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.	El servicio y los productos se ofrecen a la gran mayoría de los ciudadanos de la ciudad. Diferentes estratos.

Informante # 28 preguntas y respuestas

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?	Fast Food la 8.
2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	Servicio de comidas rápidas, almuerzos y desayunos.
3. Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios	El negocio se creó con el fin de brindar comida de calidad, ya que el sector carecía de un sitio de comidas rápidas que



comercializados en la actualidad.	identificara el barrio.
4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?	Por medios de redes sociales, WhatsApp.
5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	Hemos generado empleo.
6. Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.	Familias, grupos de amigos, de edades entre 10 y 60 años.

Informante # 29 preguntas y respuestas

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?	El zar del pollo.
2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	Compra y distribución de pollo.
3. Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad.	La necesidad de las tiendas y expendios de un pollo con calidad.
4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?	Tienda a tienda se ofrece el producto.



<p>5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la actualidad.</p>	<p>Permitir a los tenderos y dueños de expendios, tener acceso a pollos de calidad.</p>
<p>6. Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.</p>	<p>Tenderos, dueños de expendios, personas con negocios de pollos.</p>

Informante # 30 preguntas y respuestas

<p>1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?</p>	<p>Winner MK Group.</p>
<p>2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.</p>	<p>Actualmente promovemos marcas nacionales pertenecientes al sector automotriz tanto de manera presencial como de manera telefónica a través del teletrabajo y promovemos marcas internacionales pertenecientes al sector social a través del Telemarketing.</p>
<p>3. Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad.</p>	<p>Son marcas altamente reconocidas a nivel nacional e internacional, con mucha cobertura en sus países de operación, tienen mucha experiencia en su sector comercial y siempre van en busca de darle a sus clientes satisfacción al 100%.</p>
<p>4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes,</p>	<p>Estrategias basadas en el Neuromarketing.</p>



servicios e ideas?	
5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	Bueno nuestros productos han tenido un gran impacto ya que ha solventado a muchos costeños con el mantenimiento de sus autos teniendo en cuenta la situación pandemia que ha dejado muchas personas desempleadas y gracias a nuestros servicios los clientes han podido mantener sus autos haciendo sus mantenimientos en lugares de calidad y a un precio justo.
6. Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.	Nosotros hemos impactado en todo el Caribe Colombiano y una de sus mayores características es que son ciudadanos que siempre están en busca de la economía, y se basan mucho en experiencias de allegados para adquirir cualquier producto.



Anexo B

Instrumento de recolección de información



Guion de entrevista

COMPORTAMIENTO DE MICROEMPRESARIOS EXITOSOS EN EL DESARROLLO COMERCIAL DEL CARIBE COLOMBIANO

Para el desarrollo de la presente investigación, necesitamos su apoyo en responder a varios cuestionamientos relacionados con nuestro objetivo general y objetivos específicos de investigación. La extensión de su respuesta, estará sujeta a su consideración en relación a la información que desee compartir mediante el presente instrumento.

1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?
2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.
3. Defina el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad.
4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?
5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la actualidad.
6. Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios.

Anexo C

**Registro de actividades y asignaciones en el marco del desarrollo del proyecto
“Comportamiento de los microempresarios exitosos en el desarrollo comercial
del Caribe Colombiana”**

Denominación	Fecha de inicio	Fecha de finalización	Tiempo empleado	Actividades claves
Socialización del Proyecto de investigación vinculado, su estructura, enfoque, avances, alcances y proyección.	17 de marzo de 2021.	26 de marzo de 2021.	7 días.	-Presentación de los propósitos general y específico del proyecto de investigación. -Presentación y generalidades del proyecto.
Conceptualización de tipos de proyectos de investigación, metodologías,	7 de abril	19 de abril		-Socialización de tipos de proyectos de investigación.

<p>técnicas de recolección de data, aplicación de Instrumentos y técnicas para sistematización y</p> <p>Análisis de Información en</p> <p>Proyectos de investigación de tipo Cualitativo.</p>	<p>de 2021</p>	<p>de 2021</p>	<p>8 días.</p>	<p>-Acercamiento a las metodologías de investigación enfocadas en la investigación cualitativa.</p>
<p>Indagación de conceptos relacionados con el proyecto</p> <p>“ <i>Comportamiento de los microempresarios exitosos en el desarrollo comercial de la Región Caribe</i>”.</p>	<p>21 de abril de 2021.</p>	<p>2 de mayo de 2021.</p>	<p>8 días.</p>	<p>-Socialización de conceptos claves para el desarrollo del proyecto de investigación fundamentado en el <i>comportamiento de los microempresarios de la Región Caribe</i>.</p>

<p>Recolección de data y aplicación del instrumento.</p>	<p>10 de mayo de 2021.</p>	<p>10 de junio de 2021.</p>	<p>30 días.</p>	<p>-Se tabuló una base de datos de microempresarios de la Región. -Se hicieron llegar las entrevistas vía mail a los microempresarios.</p>
<p>Sistematización de la información recolectada a través del instrumento empleado en el desarrollo del proyecto.</p>	<p>11 de junio de 2021.</p>	<p>17 de junio de 2021.</p>	<p>5 días.</p>	<p>-Clasificación de la información. -Procesamiento de la información proporcionada por los entrevistados. - Sistematización de la Información clasificada</p>
<p>Socialización de la técnica de análisis de información aplicado a proyectos de investigación de carácter cualitativo</p>	<p>20 de junio de 2021.</p>	<p>28 de junio de 2021.</p>	<p>8 días.</p>	<p>-Aplicación de técnica de análisis de información (Triangulación).</p>

(Triangulación).

Revisión del informe final como auxiliares de investigación vinculada al proyecto *“Comportamiento de los microempresarios exitosos en el desarrollo comercial de la Región Caribe.”*

29 junio de 2021. 14 de julio de 2021. 16 días.

-Revisión del informe final a presentar ante el Comité de Investigaciones de la facultad de Ciencias Económicas por el docente director Branda Molina.



Anexo D

Evidencia de formato de entrevista entregado a los microempresarios
Capturas de pantalla



COMPORTAMIENT O DE MICROEMPRESARI OS EXITOSOS EN EL DESARROLLO COMERCIAL DEL CARIBE COLOMBIANO

Para el desarrollo de la presente investigación, necesitamos su apoyo en responder a varios cuestionamientos relacionados con nuestro objetivo general y objetivos específicos de investigación.

La extensión
su consider  [Solicitar acceso de edición](#)
que desee compartir mediante el presente
instrumento



¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas? *

Tu respuesta

Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad. *

Tu respuesta

Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios *

Tu respuest



Solicitar acceso de edición





¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas? *

Tu respuesta

Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad. *

Tu respuesta

Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios *

Tu respuest



Solicitar acceso de edición





Barranquilla, 19 de Julio de 2021

Señores:

Comité misional de investigaciones

Facultad de ciencias económicas Universidad del Atlántico

Asunto: Presentación de Trabajo de Grado

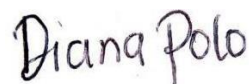
Yo **Moisés David Arrieta Caraballo**, identificado con C.C. No. 1234.096.754 de Barranquilla y **Diana Cristina Polo Ruiz**, identificada con C.C. No. 1.234.097.031 de Barranquilla autores del trabajo de grado titulado **“COMPORTAMIENTO DE MICROEMPRESARIOS EXITOSOS EN EL DESARROLLO COMERCIAL DEL CARIBE COLOMBIANO”** presentado como requisito para optar al título Profesional de **Administrador de Empresas** damos fe de la veracidad y autenticidad de todo el material condensado en el informe final el cual fue revisado por la **Dra. Branda Molina Medina** directora del presente proyecto de investigación. Los suscritos auxiliares de investigación quienes desempeñamos el rol durante 16 semanas autorizamos al Comité Misional de Investigaciones de la Facultad de Ciencias Económicas y a la Universidad del Atlántico para que, con fines académicos, la producción académica, literaria, intelectual de la Universidad del Atlántico revise el presente informe y si lo considera lo publique o divulgue.

Esto de conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la decisión Andina 351 de 1993, “Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

Atentamente,



Moisés David Arrieta Caraballo
No. 1234.096.754 de Barranquilla.



Diana Cristina Polo Ruiz
C.C No. 1234.097.031 de Barranquilla.



**“Comportamiento de microempresarios exitosos en el desarrollo
comercial del Caribe Colombiano”**

**Diana Cristina Polo Ruiz
Moisés David Arrieta Caraballo**

**Universidad Del Atlántico
Facultad De Ciencias Económicas
Programa Administración De Empresas
Barranquilla
2021**

**“Comportamiento de microempresarios exitosos en el desarrollo comercial del
caribe colombiano”**

**Diana Cristina Polo Ruiz
Moisés David Arrieta Caraballo**

**Informe de trabajo de grado en la opción de auxiliar de investigación para optar al
título de Administrador de Empresas.**

**Director de proyecto
Dra. Branda Vanessa Molina Medina**

**Universidad Del Atlántico
Facultad De Ciencias Económicas
Programa Administración De Empresas
Barranquilla
2021**

PRÓLOGO

El presente informe contempla el proceso de formación investigativa por los auxiliares Diana Cristina Polo Ruiz y, Moisés David Arrieta Caraballo este se desarrolló durante 4 meses avalados por el comité misional de investigación, órgano que vinculó al auxiliar investigativo al proyecto denominado: comportamiento de microempresarios exitosos en el desarrollo comercial del Caribe Colombiano. Durante cada una de las secciones organizadas sincrónicamente se abordaron a nivel teórico diferentes conceptos que soportaban los hallazgos de cada uno de los procesos consecuente a las actividades que se emprendieron estratégicamente para darle respuesta a los objetivos que se establecieron al iniciar el trabajo de formación e investigación. Cada una de las actividades daban lugar a la aplicación de los saberes propios del administrador de empresas con enfoque investigativo.

El trabajo realizado y recopilado en este documento consta de la sistematización y triangulación de la información recopilada a través de instrumentos que buscan el acercamiento al conocimiento del actuar de aquellos microemprendedores que impactan en el desarrollo comercial de la región Caribe.

La sistematización de la información recolectada se analiza a través de la triangulación que es una técnica de análisis de datos que se centra en el contrastar visiones o enfoques a partir de los datos recolectados y por medio de esta se mezclan los métodos empleados para estudiar el fenómeno en este caso a nivel cualitativo.

.

PALABRAS CLAVE: comportamiento, microempresarios, desarrollo comercial.

Abstract

This report discloses the work carried out by the research project assistant "*behavior of successful microentrepreneurs in the commercial development of the Colombian Caribbean*". The auxiliary work, in this last stage of the research project, has been carried out with the supervision of the project director Branda Molina Medina; and putting into practice the skills and knowledge acquired in academic training during the university career.

The activities assigned during this period are intended to learn about "behavior of successful microentrepreneurs in the commercial development of the Colombian Caribbean.

The collection of information about behavior of successful microentrepreneurs in the commercial development of the Colombian Caribbean is carried out under the individual interview method.

The information obtained on behavior of successful microentrepreneurs in the commercial development of the Colombian Caribbean is analyzed using the data triangulation tool, which allows us not only to validate the information obtained, but also to use it to broaden and deepen its understanding.

KEYWORDS: behaviour, micro-entrepreneurs, commercial development.

1. Descripción de la investigación

El Caribe Colombiano tiene una posición geográfica estratégica que facilita el comercio exterior a través del Mar Caribe. En la base económica se destacan la agricultura, la ganadería, la minería, la industria, el turismo y el transporte marítimo. Las actividades agropecuarias e industriales han perdido peso relativo, mientras que la minería, los servicios y el comercio han registrado cambios importantes que le han permitido ganar participación en la producción nacional.

Teniendo en cuenta que el sector comercial sigue siendo el de mayor concentración de microempresas. Son estos uno de los motores económicos principales de Colombia, los microempresarios, las innumerables empresas familiares; por lo tanto, es necesario prestar especial atención a los comportamientos que son utilizados en este tipo de empresas. Resaltando que muchas de ellas se enfrentan a enormes desafíos.

Las pequeñas y medianas empresas (pymes) cumplen un papel fundamental en la economía de un país, especialmente por su aporte a la generación de empleo y al desarrollo de la comunidad donde se ubican. Sin embargo, se ve reflejado en estas organizaciones condiciones fuertemente marcadas que llevan al fracaso de estas iniciativas empresariales; la mayoría de las pymes viven por corto tiempo. Por esto resulta interesante destacar la supervivencia y el éxito empresarial de las mismas, pero aún más relevante acentuar el comportamiento de los microempresarios en la consecución de estos resultados de éxito.

Es necesario conocer esas disposiciones de éxitos en los microempresarios del Caribe Colombiano, ya que permitirá deducir que existen diversos factores internos y externos que contribuyen a explicar la acogida positiva de estos en el mercado y con esta deducción desarrollar una metodología que al ser aplicada dentro de la organización sea de trascendencia permitiendo su éxito en el mercado y sostenibilidad en el largo plazo y por consiguiente que contribuyan al desarrollo.

2. Objetivos

2.1 Objetivos General

Caracterizar el Comportamiento de microempresarios exitosos en el desarrollo comercial del Caribe Colombiano.

2.2 Objetivos específicos

- Identificar marcas y productos de microempresas con procesos comerciales exitosos en la Región Caribe Colombiana.
- Conocer las características socioculturales de la relación microempresario-cliente en el empoderamiento comercial de los Departamentos de la Región Caribe Colombiana.
- Desarrollar una metodología fundamentada en Etnomarketing que fomente el crecimiento y desarrollo de la microempresa de la Región Caribe.

3. PRODUCTOS ENTREGADOS

Dentro de los productos a entregar en este trabajo de investigación se establecen los siguientes:

- 1.** Diseño el instrumento de recolección de información, previamente a este ítem se definieron las preguntas a realizar en la entrevista, se organizaron las preguntas para ser puestas en el formulario, se definió la estructura y aspecto del formulario de entrevista, se enumeraron las preguntas y se revisó la redacción de las mismas, dejando dicho formulario listo para ser enviado a los microempresarios que aceptaran recibir la entrevista.
- 2.** Por consiguiente lo que se realizó fue la tabulación de la información requerida de los microempresarios, como lo fueron nombres completos, números de teléfonos, correos electrónicos, nombres del negocio y/o emprendimiento de su propiedad, al tener la data (30 personas) lista y planificada se procede a enviarse a cada microempresario el formulario de entrevista (Google formularios) vía mail, se confirma la recepción de documentos.
- 3.** Al recibir todas las respuestas de los 30 entrevistados, se procede a realizar el instrumento de análisis (triangulación), donde se toman las respuestas dadas por los microempresarios, las definiciones dadas por autores especialistas en el tema y el punto de vista de los desarrolladores del proyecto, colocando todos estos en perspectiva.
- 4.** Recolección de información mediante la aplicación del instrumento, una vez diseñada y tabulada la información se esperó durante un periodo de 30 días para recolectar toda la información obtenida por parte de los microempresarios, donde durante ese tiempo se monitoreaba en la plataforma de formulario de Google si los microempresarios respondían o no los correos enviados asimismo verificando que todos las preguntas del formulario estuvieran respondidas al momento de recibir los

correos por parte de los encuestados donde posteriormente se organizó la información para su respectivo análisis.

5. La interpretación de la información que se recolectó, se efectuó mediante la supervisión de los hacedores del proyecto, en este punto se analiza detalladamente las palabras escritas por los entrevistados, revisando coherencia, ortografía y que guarden lineamiento con la pregunta realizadas, este punto fue indispensable para las siguientes actividades que se realizarían, como lo fue la triangulación en donde el previo análisis de las respuestas dadas por los microempresarios fue vital y permitiendo que la primera fase el instrumento se desarrollara de manera más rápida y fluida.

6. Realización de análisis por triangulación de la información obtenida, por último, se utilizó la técnica de análisis por triangulación lo cual tiene como objetivo contrastar diferente percepciones, lo cual para esta investigación se tomaron las percepciones de los entrevistadores, autores notorios en el tema de esta investigación y por supuesto la percepción de los investigadores lo cual nos arroja un análisis completo de estos enfoques ya que estos nos sirve como oportunidad para que se elabore una perspectiva más amplia en cuanto a la interpretación del *comportamiento de microempresarios exitosos en el desarrollo comercial del Caribe Colombiano*, porque señala su complejidad y esto a su vez enriquece el estudio y brinda la oportunidad de que se realicen nuevos planteamientos.

Asimismo, se hace entrega de evidencias Screenshots (pantallazos) donde se refleja todo el trabajo realizado especialmente con la aplicación del instrumento de entrevista, De la misma manera se evidencian los eventos a asistir como actividades complementarias como lo son la participación en actividades de semilleros de investigación, foros y conversatorios.

Por último, se hace entrega del cuadro de actividades donde se refleja paso a paso la realización de dicho proyecto donde a través de semanas establecidas se estipulo el tiempo de cada actividad lo cual hizo que este proyecto se llevará a cabo con mayor estructura.

7. Se planeó y organizó el conversatorio *“Comportamiento de microempresarios exitosos en el desarrollo comercial del Caribe Colombiano”* junto con la tutora del proyecto Branda Molina, se formalizaron fechas, asistentes del evento, invitados, invitados especiales, temas a tratar y dinámicas a desarrollar, esto con el fin que se pueda desarrollar en cuanto se normalicen las actividades académicas de la universidad.

8. Se realizó un listado de eventos virtuales que ayuden a enriquecer el conocimiento base del proyecto que son los microempredimientos, eventos como conversatorio internacionales a fines con la investigación de “ comportamiento de los microemprededores en el desarrollo comercial del Caribe Colombiano ”

Análisis (Triangulación) de la data obtenida de la aplicación de instrumento (Entrevista)

“Comportamiento de microempresarios exitosos en el desarrollo comercial del Caribe Colombiano”

Es clave para llegar a conclusiones y referir recomendaciones, contrastar los hechos prácticos con la evidencia científica vigente para lograr encontrar posibles puntos en común, así como discrepancias que nos permitan entender la realidad de los microempresarios, y cómo estos perciben su entorno, todo ello para que a su vez entendamos cómo estos impactan dentro del desarrollo comercial del Caribe Colombiano.

Utilizar en la triangulación diferentes métodos para analizar un mismo fenómeno a través de diversos acercamientos es una herramienta esencial en la búsqueda de respuestas de corte cualitativo. Aunque generalmente se utilizan distintas técnicas cualitativas, se pueden utilizar tanto cuantitativas como cualitativas en conjunto. Algunos autores recalcan que esto presenta mayores dificultades durante el proceso de análisis de datos, ya que por las características propias de las investigaciones cualitativa y cuantitativa las preguntas de investigación que éstas responden pueden tener diversos grados de incompatibilidad que hacen que la convergencia de los hallazgos sea más difícil de definir.

Se emplea la técnica de triangulación por la naturaleza de la investigación en donde se considera que para realizar la triangulación de datos es necesario que los métodos utilizados durante la observación o interpretación del fenómeno sean de corte cualitativo para que éstos sean equiparables.

Tabla triangulación #1

Pregunta	Concepto entrevistado	Concepto autor	Concepto propio
1. ¿Cuál es el nombre de tu negocio?	Este interrogante se planteó con el objetivo de identificar los encuestados y así tener una data con una mayor organización al momento de tabular la información.		

Tabla triangulación #2

Pregunta	Concepto entrevistado	Concepto autor
2. Defina el concepto del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad.	El concepto de los productos o servicios es el elemento vital en un negocio que tiene por objetivo atraer, informar y convencer al consumidor de comprar un bien o servicio. Este apartado se conforma por las características, funciones y valores por las que el producto y/o el servicio se destacan que lo hace diferente y por qué da valor al usuario. Por lo cual, dentro de esos conceptos	<p>Producto:</p> <p>Para (Santesmases, 2014) “Un producto es cualquier bien material, servicio o idea que posea un valor para el consumidor y sea susceptible de satisfacer una necesidad.”</p> <p>Servicio:</p> <p>Para (Santesmases, 2014) “Un servicio consiste en la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los</p>

	<p>se destacan el interés social, consultorías,</p> <p>Motivación personal, servicio de Marketing, cuidado ambiental, gastronomía y belleza lo cual hace que todas estas razones sociales se transmitan de manera única y diferente a la comunidad lo cual lo hace único en el mercado.</p>	<p>servicios son intangibles, no se pueden percibir por los sentidos, son perecederos y no se pueden almacenar.”</p>
--	---	--

Tabla triangulación #3

Pregunta	Concepto entrevistado	Concepto autor	Concepto propio
<p>. Define el concepto de la marca que respalda el o los productos o servicios comercializados en la actualidad.</p>	<p>Para una serie de entrevistados el concepto de marca es un término desconocido por ende respondieron a este ítem con frases como “ no sé ” o “ no tengo”.</p> <p>El concepto que</p>	<p>Para la American Marketing Association (AMA, 2015) que la explica como: “El nombre, término, diseño, símbolo, o cualquier otra característica que identifica un bien y/o servicio de un</p>	<p>Existe una brecha en donde los microempresarios no relacionan el concepto de marca, por ello existen discrepancias entre el concepto referencia y el concepto que estos</p>

	<p>respalda la marca se encuentra enfocado en el crecimiento del empleo en la costa Colombiana que</p> <p>sirve como medio para transformar la sociedad erradicando la pobreza creando un futuro duradero y sustentable generando un impacto positivo, así mismo, mejorando continuamente la calidad de vida de los ciudadanos a</p> <p>A través de la oferta de bienes y/o servicios manejando factores como: calidad, comodidad, seguridad, precio y manteniendo ese valor agregado diferenciador.</p>	<p>vendedor a diferencia de las de otros vendedores, que se convierte en un elemento altamente diferenciador de los productos y/o servicios en los mercados actuales.</p>	<p>tienen del término.</p> <p>Por otro lado, el microempresario sabe y es conocedor de las virtudes y atribuciones como negocio, identifica su concepto de marca muy asertivamente sabiendo que estas son las que lo resaltan en el mercado.</p>
--	--	---	--

Tabla triangulación #4

Pregunta	Concepto entrevistado	Concepto autor	Concepto propio
<p>4. ¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas?</p>	<p>Dentro de las estrategias que se utilizan para la comercialización de los bienes y/o servicios se utilizan el E-commerce, Marketing por medio de plataforma virtual o redes sociales como Instagram, Facebook y YouTube. Lo cual cabe destacar que las plataformas virtuales son la tendencia hoy día para dar a conocer los productos y/o servicios. Asimismo, se siguen utilizando estrategias tradicionales que ayudan a</p>	<p>La comercialización es la estrategia que hace uso de la psicología humana, representa un conjunto de normas a tener en cuenta para hacer crecer una empresa. La decisión de la comercialización involucra cuatro componentes: cuándo (momento), dónde (ubicación geográfica), a quién (mercados meta) y cómo (estrategia de comercialización). (Hernández, 2014).</p>	<p>Los conceptos dados por ambas partes son muy semejantes, los entrevistados conocen cuales son los medios actuales para hacer crecer y reconocer su negocio en el mercado de hoy.</p> <p>Si bien el microempresario no resalta los términos mencionados por el autor, como lo son el cuándo, dónde, a quién, y el cómo pero el entrevistado conoce de antemano las herramientas que harán crecer su empresa.</p>

	<p>complementar las estrategias virtuales</p> <p>Como lo son los Flyers, imágenes, videos, testimonios, llamadas telefónicas, voz a voz, promociones, Giveaway, servicios domiciliarios gratis.</p>		
--	---	--	--

Tabla triangulación #5

Pregunta	Concepto entrevistado	Concepto autor	Concepto propio
<p>5. Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana de los productos o servicios que comercializa en la actualidad.</p>	<p>El impacto en la región Caribe ha sido bastante alentador ya que se ha recibido y aceptado con respeto, credibilidad y confianza, creyendo en la calidad de la mano de obra Colombiana lo cual es muy fundamental.</p> <p>Asimismo, se</p>	<p>Para Barreiro Noa la definición de impacto social no se limita a criterios económicos.</p> <p>“Para definir el concepto de impacto es preciso diferenciar entre efecto, resultado e impacto. El impacto es el cambio inducido por un</p>	<p>El concepto de impacto puede variar dependiendo la perspectiva y la forma de pensar del entrevistado, en este casos ambos conceptos tanto el emitido por el microempresario como el que brinda el autor concuerda en muchos aspectos, para el</p>

	<p>destaca la generación de empleo lo cual es de mucha importancia y más en estos momentos de pandemia en la cual muchos microempresarios han podido salir adelante a pesar de la situación económica que vive el país y el mundo a causa de la pandemia. Por último, es importante destacar que la región Caribe disfruta de bienes y/o servicios de excelente calidad lo que hace que la comunidad pueda gozar de estos, con tranquilidad tanto para ellos como para el medio ambiente.</p>	<p>proyecto sostenido en el tiempo y en muchos casos extendido a grupos no involucrados en este efecto multiplicador". (Barreiro Noa, 2012)</p>	<p>microempresario el impacto en la región se da en forma de cambios sociales</p> <p>Como generación de empleo, por otro lado lo que el autor plantea es que el impacto son cambios dados por proyectos en funcionamiento constante que lograr conmovier directa o indirectamente.</p>
--	---	---	--

Tabla de triangulación #6

Pregunta	Concepto entrevistado	Concepto autor	Concepto propio
<p>6. Defina las características socioculturales de la zona de la región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y/o servicios.</p>	<p>Las características socioculturales se encuentran ubicadas estratégicamente en mar y río, influenciada por diferentes culturas europeas, africana, indígena, árabe siendo una sociedad mestiza lo cual hace que las personas de esta zona de la región Caribe sean, alegres, amigables, cálidos, extrovertidos, emprendedores. Donde culturalmente resalta por sus muestras como el Carnaval de Barranquilla y la celebración de la leyenda Vallenata.</p>	<p>De acuerdo con la teoría sociocultural de Vygotsky (1934), “el desarrollo cognitivo de los individuos se encuentra directamente relacionado con la interacción social en el marco de la cultura dominante, es decir, que responde al proceso de socialización. Se comprende, pues, que el desarrollo de la persona es consecuencia de la socialización”.</p>	<p>Relacionando los conceptos nos damos cuenta que tienen similitudes, para los microempresarios definen las características socioculturales como actitudes: amigables, alegres, cálidos o extrovertidos, por parte del autor las características socioculturales están dadas por las relaciones que los individuos tienen con su entorno.</p> <p>La socialización del individuo con su entorno le va desarrollando sus actitudes como las mencionadas alegre,</p>

	<p>Donde la cultura y las raíces son llevadas a cabo y</p> <p>Educadas hasta en las escuelas lo cual hace de una comunidad muy diferente a las demás y especial.</p>		<p>extrovertida y por ello estos están estrechamente relacionados.</p>
--	--	--	--

4. Anexos

- ✓Registro de actividades y asignaciones en el marco del desarrollo del proyecto comportamiento de los microempresarios exitosos en el desarrollo comercial en el Caribe Colombiano.
- ✓Evidencia instrumento de recolección de información.
- ✓Copia cedula de ciudadanía auxiliar Diana Polo
- ✓Ipg1 firmado y avalado por la coordinación Diana Polo
- ✓Ipg5 del auxiliar Diana Polo (solicitud de vinculación de estudiantes auxiliares de investigación)
- ✓Carta emitida por el tutor (aceptación de tutorías para auxiliar de investigación.)
- ✓Copia cedula de ciudadanía auxiliar Moisés Arrieta
- ✓Ipg1 firmado y avalado por la coordinación Moisés Arrieta
- ✓Ipg5 del auxiliar Moisés Arrieta (solicitud de vinculación de estudiantes auxiliares de investigación)

Anexo A

Registro de actividades y asignaciones en el marco del desarrollo del proyecto comportamiento de los microempresarios exitosos en el desarrollo comercial del Caribe Colombiano.

**Registro de actividades y asignaciones en el marco del desarrollo del proyecto
 “Comportamiento de los microempresarios exitosos en el desarrollo comercial
 del Caribe Colombiana”**

Denominación	Fecha de inicio	Fecha de finalización	Tiempo empleado	Actividades claves
Socialización del Proyecto de investigación vinculado, su estructura, enfoque, avances, alcances y proyección.	17 de marzo de 2021.	26 de marzo de 2021.	7 días.	-Presentación de los propósitos general y específico del proyecto de investigación. -Presentación y generalidades del proyecto.
Conceptualización de tipos de proyectos de investigación, metodologías, técnicas de recolección de data, aplicación de Instrumentos y técnicas para sistematización y Análisis de información en Proyectos de investigación de tipo cualitativo.	7 de abril de 2021	19 de abril de 2021	8 días.	-Socialización de tipos de proyectos de investigación. -Acercamiento a las metodologías de investigación enfocadas en la investigación cualitativa.

<p>Indagación de conceptos relacionados con el proyecto</p> <p>“ Comportamiento de los microempresarios exitosos en el desarrollo comercial de la Región Caribe”.</p>	<p>21 de abril de 2021</p>	<p>2 de mayo de 2021</p>	<p>8 días</p>	<p>Socialización de conceptos claves para el desarrollo del proyecto de investigación fundamentado en el <i>comportamiento de los microempresarios de la Región Caribe.</i></p>
<p>Recolección de datos y aplicación del instrumento.</p>	<p>10 de mayo de 2021.</p>	<p>10 de junio de 2021.</p>	<p>30 días.</p>	<p>-Se tabuló una base de datos de microempresarios de la Región. -Se hicieron llegar las entrevistas vía mail a los microempresarios.</p>
<p>Sistematización de la información recolectada a través del instrumento empleado en el desarrollo del proyecto.</p>	<p>11 de junio de 2021.</p>	<p>17 de junio de 2021.</p>	<p>5 días.</p>	<p>-Clasificación de la información. -Procesamiento de la información proporcionada por los entrevistados. -Sistematización de la información clasificada.</p>

Socialización de la técnica de análisis de información aplicado a proyectos de investigación de carácter cualitativo (Triangulación).	20 de junio de 2021.	28 de junio de 2021.	8 días.	-Aplicación de técnica de análisis de información (Triangulación).
Revisión del informe final como auxiliares de investigación vinculada al proyecto “<i>Comportamiento de los microempresarios exitosos en el desarrollo comercial de la Región Caribe</i>”.	29 junio de 2021.	14 de julio de 2021.	16 días.	-Revisión del informe final a presentar ante el Comité de Investigaciones de la facultad de Ciencias Económicas por el docente director Branda Molina.



Anexo B

Evidencias de instrumento



COMPORTAMIENT O DE MICROEMPRESARI OS EXITOSOS EN EL DESARROLLO COMERCIAL DEL CARIBE COLOMBIANO

Para el desarrollo de la presente investigación, necesitamos su apoyo en responder a varios cuestionamientos relacionados con nuestro objetivo general y objetivos específicos de investigación.

La extensión
su consider  [Solicitar acceso de edición](#)
que desee compartir mediante el presente
instrumento



¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas? *

Tu respuesta

Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad. *

Tu respuesta

Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios *

Tu respuest



Solicitar acceso de edición





¿Qué estrategias utiliza para la comercialización de sus productos, bienes, servicios e ideas? *

Tu respuesta

Explique cuál ha sido el impacto en la región Caribe Colombiana del o los productos o servicios que comercializa en la actualidad. *

Tu respuesta

Defina las características socioculturales de la zona de la Región Caribe Colombiana donde comercializa su o sus productos y servicios *

Tu respuest



Solicitar acceso de edición



Anexo C



Anexo D

FORMATO 1
INSCRIPCIÓN DE LA OPCIÓN DE GRADO

Fecha:	DD 1	MM 02	AAAA 2021
Estudiante:	Nombres: Diana Cristina		Apellidos: Polo Ruiz
Doc. Identidad :	1234097031		Firma: Diana Polo
Tel. o Cel:	3042116868		E-Mail: Dina261999@hotmail.com

Programa: Administración Contaduría Economía Administración de
(Marque X) de Empresas Pública Empresas Turísticas

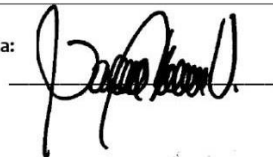
Declaro en mi condición de estudiante que conozco los deberes y derechos que establece la Resolución del Consejo de Facultad de Ciencias Económicas No. 02 de agosto 06 de 2.013 (Reglamento de las Opciones Alternativas de Grado) y de conformidad con lo estipulado, para la comprobación de cumplimiento de los requisitos mínimos, me permito informar que he decidido escoger la siguiente opción de grado: (Marque X)

<input type="checkbox"/>	Exámenes Preparatorios	<input checked="" type="checkbox"/>	Auxiliar de Investigación
<input type="checkbox"/>	Cursos de Actualización: Módulos	<input type="checkbox"/>	Auxiliar de Consultoría
<input type="checkbox"/>	Monografía de Grado	<input type="checkbox"/>	Práctica Profesional
<input type="checkbox"/>	Plan de Negocios	<input type="checkbox"/>	Servicio Comunitario
<input type="checkbox"/>	Cursos de Actualización: Diplomado		

AVAL DEL COORDINADOR DEL PROGRAMA ACADÉMICO

Período Académico:	2020-2	Grado matriculado:	10	N° de Créditos aprobados	157
Concepto del Coordinador: AVALADO					
Cumple con los requisitos mínimos: SI (X) NO ()					
Observaciones:					

Firma:



Anexo E



SOLICITUD DE VINCULACIÓN DE ESTUDIANTES AUXILIARES DE INVESTIGACIÓN

Fecha de presentación:	DD 26	MM 02	AAAA 2021
------------------------	----------	----------	--------------

Petición realizada de acuerdo con los artículos 45°, 46°, 47° y 48° de la Resolución del Consejo de Facultad No. 02 de Agosto 06 de 2013

Investigador principal:	Nombres: Branda Vanessa	Apellidos: Molina Medina
Cédula de Extranjería N°:	549941	de Barranquilla
Grupo de investigación:	Nombre Procaribe	GRUPLAC: COL0040832

Programa: Administración de Empresas Contaduría Pública Economía Administración de Empresas Turísticas

Título del proyecto previamente avalado por el Comité de Investigaciones de la Facultad y registrado en la Vicerrectoría de Investigaciones, Extensión y Proyección Social:

Horizonte de ejecución del proyecto:	No. de fases:	Fase actual No.	Fecha de inicio:
---	---------------	-----------------	------------------

Auxiliar de investigación 1	Nombres: Diana Cristina	Apellidos: Polo Ruiz
Cédula de Ciudadanía N°:	1.234.097.031	
Tel. o Cel:	3042116868	E-Mail: dcpolo@est.uniatlantico.edu.co
Auxiliar de investigación 2	Nombres: Moisés David	Apellidos: Arrieta Caraballo
Cédula de Ciudadanía N°:	1234.096.754	
Tel. o Cel:	3182314940	E-Mail: mdavidarrieta@est.uniatlantico.edu.co
Auxiliar de investigación 3	Nombres:	Apellidos:
Cédula de Ciudadanía N°:	de	
Tel. o Cel:		E-Mail:

Se anexa la propuesta investigativa que individualiza expresamente las responsabilidades académicas de cada auxiliar.

Firma del Profesor investigador:



Anexo F

Barranquilla 26 de Febrero del 2021

Señores:

Comité misional de investigaciones

Facultad de Ciencias Económicas

Universidad del Atlántico

REF: Aceptación de tutorías para auxiliar de investigación.

Yo Branda Vanessa Molina Medina identificada con cédula de extranjería No. 549941 de Barranquilla docente adscrita al programa de Administración de Empresas (registro SNIES 15534), me permito informar mi decisión de aceptar la tutoría del estudiante **Diana Cristina Polo Ruiz**

, identificado con cédula de ciudadanía **No. 1.234.097.031 de Barranquilla**, para realizar la opción de grado como auxiliar de investigación del programa de Administración de Empresas en el proyecto titulado: "**Comportamiento de microempresarios exitosos en el desarrollo comercial del Caribe Colombiano**" del cual soy directora.

Las responsabilidades asignadas al estudiante en el desarrollo del proyecto de investigación referido durante 16 semanas son:

- 1.- Análisis de la información recolectada mediante la aplicación de instrumento.
- 2.- Redacción de conclusiones y recomendaciones.

Así mismo me comprometo a acompañar el proceso de inscripción de la opción de grado referida, el desarrollo e informe final de misma.

Atentamente,



Dra. Branda Vanessa Molina Medina
Teléfono contacto: 3235065799
Docente-Investigador
Programa Administración de Empresas
Universidad del Atlántico
brandamolina@mail.uniatlantico.edu.co



Anexo G



Anexo H

FORMATO 1

INSCRIPCIÓN DE LA OPCIÓN DE GRADO

Fecha:	DD 1	MM 02	AAAA 2021
---------------	---------	----------	--------------

Estudiante: Nombres: Moisés David Apellidos: Arrieta Caraballo

Doc. Identidad : 1234.096.754 **Firma:** Moisés Arrieta Caraballo

Tel. o Cel: 3182314940 **E-Mail:** moises241999@hotmail.com

Programa: Administración de Empresas Contaduría Pública Economía Administración de Empresas Turísticas

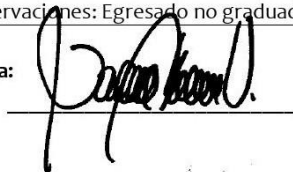
Declaro en mi condición de estudiante que conozco los deberes y derechos que establece la Resolución del Consejo de Facultad de Ciencias Económicas No. 02 de agosto 06 de 2.013 (Reglamento de las Opciones Alternativas de Grado) y de conformidad con lo estipulado, para la comprobación de cumplimiento de los requisitos mínimos, me permito informar que he decidido escoger la siguiente modalidad de grado: (Marque X)

<input type="checkbox"/>	Exámenes Preparatorios	<input checked="" type="checkbox"/>	Auxiliar de Investigación
<input type="checkbox"/>	Cursos de Actualización: Módulos	<input type="checkbox"/>	Auxiliar de Consultoría
<input type="checkbox"/>	Monografía de Grado	<input type="checkbox"/>	Práctica Profesional
<input type="checkbox"/>	Plan de Negocios	<input type="checkbox"/>	Servicio Comunitario
<input type="checkbox"/>	Cursos de Actualización: Diplomado		

AVAL DEL COORDINADOR DEL PROGRAMA ACADÉMICO

Período Académico:	2020-2	Grado matriculado:	10	N° de Créditos aprobados	157
Concepto del Coordinador: AVALADO					
Cumple con los requisitos mínimos: SI (X) NO ()					
Observaciones: Egresado no graduado.					

Firma:



Anexo I

SOLICITUD DE VINCULACIÓN DE ESTUDIANTES AUXILIARES DE INVESTIGACIÓN

Fecha de presentación:	DD 26	MM 02	AAAA 2021
------------------------	----------	----------	--------------

Petición realizada de acuerdo con los artículos 45°, 46°, 47° y 48° de la Resolución del Consejo de Facultad No. 02 de Agosto 06 de 2013

Investigador principal:	Nombres: Branda Vanessa	Apellidos: Molina Medina
Cédula de Extranjería N°:	549941	de Barranquilla
Grupo de investigación:	Nombre Procaribe	GRUPLAC: COL0040832

Programa: Administración Contaduría Economía Administración de Empresas de Empresas Pública Empresas Turísticas

Título del proyecto previamente avalado por el Comité de Investigaciones de la Facultad y registrado en la Vicerrectoría de Investigaciones, Extensión y Proyección Social:

Horizonte de ejecución del proyecto:	No. de fases:	Fase actual No.	Fecha de inicio:
---	---------------	-----------------	------------------

Auxiliar de investigación 1	Nombres: Diana Cristina	Apellidos: Polo Ruiz
Cédula de Ciudadanía N°:	1.234.097.031	
Tel. o Cel:	3042116868	E-Mail: dcpolo@est.uniatlantico.edu.co
Auxiliar de investigación 2	Nombres: Moisés David	Apellidos: Arrieta Caraballo
Cédula de Ciudadanía N°:	1234.096.754	
Tel. o Cel:	3182314940	E-Mail: mdavidarrieta@est.uniatlantico.edu.co
Auxiliar de investigación 3	Nombres:	Apellidos:
Cédula de Ciudadanía N°:	de	
Tel. o Cel:		E-Mail:

Se anexa la propuesta investigativa que individualiza expresamente las responsabilidades académicas de cada auxiliar.

Firma del Profesor investigador:





Anexo J

Barranquilla 26 de febrero de 2021

Señores:

Comité misional de investigaciones
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad del Atlántico

REF: Aceptación de tutorías para auxiliar de investigación.

Yo Branda Vanessa Molina Medina identificada con cédula de extranjería No. 549941 de Barranquilla docente adscrita al programa de Administración de Empresas (registro SNIES 15534), me permito informar mi decisión de aceptar la tutoría del estudiante **Moisés David Arrieta Caraballo**, identificado con cédula de ciudadanía No. **1234.096.754 de Barranquilla**, para realizar la opción de grado como auxiliar de investigación del programa de Administración de Empresas en el proyecto titulado: ***Comportamiento de microempresarios exitosos en el desarrollo comercial del Caribe Colombiano*** del cual soy directora.

Las responsabilidades asignadas al estudiante en el desarrollo del proyecto de investigación referido durante 16 semanas son:

- 1.- Aplicación de instrumentos.
- 2.- Redacción de resultados.

Así mismo me comprometo a acompañar el proceso de inscripción de la opción de grado referida, el desarrollo e informe final de misma.

Atentamente,

Dra. Branda Vanessa Molina Medina
Teléfono contacto: 3235065799
Docente-Investigador
Programa Administración de Empresas
Universidad del Atlántico
brandamolina@mail.uniatlantico.edu.co