



**LA EDUCACIÓN FINANCIERA EN LOS COMERCIANTES DE LA ZONAS
GEOGRÁFICAS EN ANTIOQUIA: COMUNA SIETE DEL SECTOR DE ROBLEDO Y
NIQUÍA (BELLO)**

Elaborado por:

MANUELA JARAMILLO BOTERO

DANNY RIVERA GONZÁLEZ

Asesor: MARÍA JOSÉ GUTIÉRREZ C

Ciclo profesional en administración financiera

Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Medellín

2017

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.
Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria
Trabajo de Grado. Ciclos Profesionales

**LA EDUCACIÓN FINANCIERA EN LOS COMERCIANTES DE LA ZONAS
GEOGRÁFICAS EN ANTIOQUIA: COMUNA SIETE DEL SECTOR DE ROBLEDO Y
NIQUÍA (BELLO)**

MANUELA JARAMILLO BOTERO

*Estudiante de décimo semestre del programa administración financiera
manuela-botero@hotmail.es*

DANNY RIVERA GONZÁLEZ

*Estudiante de décimo semestre del programa administración financiera
drago592@hotmail.com*

*Asesor: MARÍA JOSÉ GUTIÉRREZ C
mariagc111@gmail.com*

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
1. Resumen.....	6
2. Abstract	7
3. Introducción	8
4. Antecedentes del problema	12
5. Revisión de literatura	14
6. Teorías soporte del tema de investigación	15
6.1 Educación financiera	15
6.2 Comerciante.....	¡Error! Marcador no definido.
6.3 Tienda de barrio.....	16
7. Estado del arte o revisión de la literatura.....	17
8. Materiales y métodos	25
9. Técnicas e instrumentos	26
10. Metodología aplicada.....	27
11. Análisis y discusión de los resultados.....	28
12. Limitaciones.....	39
13. Recomendaciones	40
14. Conclusiones	41
Referencias.....	43

Lista de Figuras

	Pág.
Gráfica 1. Relación porcentual del género de los tenderos y comerciantes del barrio de Bello...	28
Gráfica 2. Relación porcentual de las edades de los tenderos y comerciantes del barrio de Robledo.....	29
Gráfica 3. Relación porcentual del nivel educativo de los tenderos y comerciantes del barrio de Robledo.....	30
Grafica 4. Relación porcentual del nivel educativo de los tenderos y comerciantes del barrio de Bello.....	30
Gráfica 5. Relación porcentual de los hábitos de ahorro de los tenderos y comerciantes del barrio de Robledo.....	31
Gráfica 6. Relación porcentual de los hábitos de ahorro de los tenderos y comerciantes del barrio de Bello.....	32
Gráfica 7. Relación porcentual de los hábitos de inversión de los tenderos y comerciantes del barrio de Robledo.....	33
Gráfica 8. Relación porcentual de los hábitos de inversión de los tenderos y comerciantes del barrio de Bello.....	33
Gráfica 9. Relación porcentual conocimientos financieros de los tenderos y comerciantes del barrio de Robledo.....	34
Gráfica 10. Relación porcentual conocimientos financieros de los tenderos y comerciantes del barrio de Bello.....	35

Lista de Tablas

Pág.

Tabla 1. Relación porcentual de las respuestas de los tenderos y comerciantes de Bello frente a las preguntas de actitud.....	36
Tabla 2. Relación porcentual de las respuestas de los tenderos y comerciantes de Robledo frente a las preguntas de actitud.....	37

1. Resumen

El objetivo principal del presente trabajo es evaluar el nivel de educación financiera de los comerciantes de la comuna 7 Robledo (Medellín) y Niquía (municipio de Bello), este análisis se trabajará mediante los métodos cuantitativo-descriptivo, pues se buscan especificar las características y los perfiles de los tenderos y comerciantes antes mencionados, realizando un estudio que muestre el nivel de educación financiera de este tipo de negocios. Es por ello que se realizaron 160 encuesta a tenderos y comerciantes de las dos zonas utilizando variables comparativas, correlacionando y buscando similitudes con la línea de investigación o estudio anterior sobre La Educación Financiera en los Comerciantes de dos Zonas Geográficas en Antioquia: Bello y Buenos Aires. Este proyecto se desarrolló en varias fases las cuales son: la identificación del problema, soportes teóricos, metodología aplicada en el proceso de investigación, descripción del instrumento de medición, análisis de resultados, presentación de conclusiones y recomendaciones.

Palabras claves: Finanzas personales, Educación Financiera, Ahorro, sostenibilidad.

2. Abstract

The financial education in people is an important component for their daily living and that through it resources are obtained and interacts with other people, it is for this reason that it is sought to assess the level of financial education of the merchants of the commune 7 of Robledo (Medellín) and Niquía (municipality of Bello), by quantitative-descriptive methods, so they seek to specify the properties, characteristics and profiles of shopkeepers and merchants of the commune. Through an analysis, it is only sought to measure and collect information on the variables that determine how important financial education is in sustainability and the development of this type of business over time. For this reason, a survey was carried out among merchants of the two zones using comparative variables correlating and looking for similarities with the research line or previous study on Financial Education in Traders of two Geographic Areas in Antioquia: Bello and Buenos Aires. This project was developed in several phases in which the causes are: problem identification, theoretical supports, methodology applied in the research process, description of the measurement instrument, analysis of results, presentation of conclusions and recommendations.

Keywords: Personal finance, Financial education, saving, sustainability.

3. Introducción

A diario se ve cómo las personas se ven en la obligación de usar sus conocimientos matemáticos desde las operaciones más mínimas del diario vivir hasta lo más complejo en su trabajo u otros espacios, es por ello que se hace necesario no solo tener conocimientos básicos matemáticos sino también financieros ya que es importante que cada decisión que tomemos sea inteligente financieramente hablando.

En el documento del Banco de Desarrollo (2013) se evidencia un crecimiento continuo ya que temas como los antes mencionados se han vuelto parte importante para la economía de cada país. A pesar de estos adelantos, los niveles de pobreza y desigualdad siguen siendo característicos debido al poco conocimiento en temas de educación financiera que continúa afectando diferentes sectores de la población a nivel mundial.

En este mismo sentido, un estudio realizado en 2013 por el Banco de la República y el Banco Mundial donde presentan los resultados de la Primera Encuesta de Capacidades Financieras (ECF), realizada a nivel nacional, se observan grandes retos que se deben afrontar en aspectos como comportamiento, actitud y conocimiento financiero. Esta encuesta permite conocer aspectos sobre los comportamientos de los colombianos en la administración diaria del dinero, su planificación para eventos futuros y el uso de productos y conocimientos financieros. Este estudio arrojó una serie de variables, mencionaremos algunas. Un 91% de personas que diligenciaron dicha encuesta manifestaron ser responsables de algún aspecto del hogar, siendo representativo la mujer en dicha variable, un 72% dijo no tener algún método de ahorro, un 45%

no tenía ningún producto financiero y más de la mitad de las personas dijeron no alcanzarles el dinero para cubrir cada gasto de su diario vivir. (Banco de la República, 2013).

Alineado con lo anterior, aunque no se considera como un indicador de referencia estrictamente hablando, pero generó una alerta, el tema de educación financiera en las pruebas PISA se implementó por primera vez, permitiendo una medición a escala internacional de las competencias financieras de los jóvenes, evaluando contenidos referentes a dinero, transacciones monetarias, planificación y gestión financiera, riesgos y beneficios y panoramas financieros. El resultado de estas pruebas dejó a Colombia en el último lugar con un puntaje promedio de 379/625, lo que implica que se tiene el nivel más bajo de conocimientos entre los países evaluados. La conclusión de este análisis permitió darse cuenta que los jóvenes tienen serias limitaciones en cuanto a resolver problemáticas relacionadas a situaciones concernientes al endeudamiento financiero, pago de impuestos o esquemas de ahorro y por tanto se realizaron. Según el análisis de la Encuesta sobre Capacidades Financieras del Banco de la República y del Banco Mundial (2013), realizado el año siguiente a obtener el mal resultado visto en las pruebas PISA, se descubrió que los mayores de 18 años también tienen una baja capacidad en los ejercicios de planeación financiera, aspecto que es base para el sostenimiento económico de cualquier hogar, negocio o persona y descubriendo que solo el 37% de los adultos realizan esta actividad con regularidad, mientras que en otros países el porcentaje promedia entre el 40% y el 50%. (Asobancaria, 2016)

Adicionalmente debido al poco conocimiento sobre las alternativas de crédito que el sector financiero ofrece y la falta de educación financiera para su utilización, éstas terminan convirtiéndose en un obstáculo más que en una ayuda debido a los requerimientos que deben cumplir los pequeños comerciantes para su obtención, como por ejemplo, tener un tiempo de

funcionamiento no menor a un año, ventas anuales entre 24 y 280 millones, activos con valor menor a 500 SMMLV, además de no estar reportado por ninguna entidad del sector comercial y/o financiera (Grupo Bancolombia, 2015). Sin embargo, existen entidades financieras como Actuar, Banco de los pobres, Banco de las oportunidades, Bancolombia, Comfama, FENALCO, Corporación Mundial de la Mujer, Bancamia, entre otras, que buscan incluir en sus portafolios, apoyo a los pequeños comerciantes que necesiten condiciones especiales de financiación.

Hasta la fecha se conoce que estos pequeños negocios, microempresas o famiempresas, suelen ser establecidos debido a las crisis económicas, al desempleo o como medio para aumentar los ingresos familiares, sin tener en muchas ocasiones unos conocimientos financieros o una educación de gestión de negocio. Por otro lado, dado que en muchas de las comunas y municipios de la región antioqueña existe una amplia red de estos pequeños comerciantes de distribución de alimentos, los cuales compiten con grandes cadenas de supermercados que ingresan en estos sectores para expandir sus negocios, el efecto que tienen la falta de conocimiento, educación y gestión financiera es mayor en la sostenibilidad y desarrollo de éstos y se convierte en el obstáculo más grande que deben superar si quieren seguir manteniéndose en el sector.

Dados los precedentes anteriores, en este trabajo la población de estudio serán los pequeños comerciantes localizados en la comuna 7 Robledo (Medellín) y Niquía (municipio de Bello). En este sentido, el objetivo general de este trabajo es evaluar el nivel de educación financiera de los comerciantes de la comuna 7 Robledo (Medellín) y Niquía (municipio de Bello). Para ello, se identifica el estado de la educación financiera actual de estos comerciantes (tiendas), usando una encuesta estructurada buscando proporcionar evidencia basados en la experiencia sobre los comportamientos, las actitudes y los conocimientos financieros de los

comerciantes (tenderos) y de esta forma, realizar un diagnóstico general que evalúan el problema. De igual forma, se realiza un estudio comparativo correlacionando variables y buscando similitudes con la línea de investigación “Educación Financiera en los Comerciantes de dos Zonas Geográficas en Antioquia: Bello y Buenos Aires”. De esta manera la pregunta orientadora del trabajo es ¿Cuál es el nivel de educación financiera que tienen los pequeños comerciantes en la comuna 7 Robledo (Medellín) y Niquía (municipio de Bello) en Antioquia?.

4. Antecedentes del problema

La educación financiera ha surgido como un componente de interés a nivel mundial, según el documento del contexto colombiano “Estrategia nacional de educación económica y financiera” El conocimiento de la población colombiana sobre temas de economía y educación financiera son limitados, lo que impide la capacidad en toma de decisiones en aspectos básicos de la vida cotidiana (Superfinanciera, 2010), el poco progreso de competencias relacionadas con estos temas frena la participación activa de las personas en aspectos fundamentales que pueden influir como su bienestar individual y familiar, toma de decisiones y prácticas económicas. Por esta razón, se ha generado interés en el desarrollo de programas por algunas instituciones públicas, entidades del sector financiero y ONG y, aunque se realizan con buena voluntad, la mayoría de los casos funcionan sin suficientes lineamientos, recursos o coordinación que puedan garantizar su calidad e impacto. Actualmente según Superfinanciera, (2010) “Colombia no cuenta con un marco institucional que guíe y coordine las iniciativas de educación financiera con el fin de buscar la implementación de mejores prácticas y resultados en su desarrollo” (pág. 5). Es justamente por esta razón que, en el contexto actual, el país requiere contar con una estrategia nacional de educación financiera, que impulse estos esfuerzos individuales, buscando prácticas de liderazgo para unificar una propuesta coherente en esta vía.

Por tal motivo se ha optado por dar herramientas gratuitas por medio de instituciones educativas como el Sena, proceso que se inició en Bogotá y del cual se hablara más adelante en el proyecto, buscando así fomentar el desarrollo de los conocimientos financieros que requieren

los tenderos para competir con grandes superficies y establecimientos más estandarizados, creando conciencia de un orden contable, generando proyectos de desarrollo e incentivando el crecimiento económico basados en la planeación estratégica con capital base y la correcta utilización de las herramientas que ofrecen las distintas entidades financieras que promueven el desarrollo de esta pequeñas empresas.

5. Revisión de literatura

Las tiendas de barrio como pequeños comerciantes, son establecimientos que a pesar del tiempo siempre se han mantenido en cada barrio, comuna o municipio del país sin muchos cambios, manteniendo siempre a disponibilidad de las personas una gran diversidad de productos de primera necesidad al alcance de la población ofreciendo cercanía en los hogares, amabilidad, buena atención y calidez lo que los convierten en un destino conocido de la comunidad (González, 2016).

Además, se consideran potenciales ya que abren puertas a mayores oportunidades de crecimiento y progreso para la población. Se cree que la creación de pequeños negocios nace de factores como crisis económicas, falta de empleo e incremento de ingresos familiares, sin embargo, estos negocios (tiendas) se implementan sin tener las bases y los conocimientos de aspectos financieros, de mercadeo y de atención al cliente, que son fundamentales a la hora de crear negocio.

6. Teorías soporte del tema de investigación

6.1 Educación financiera

La educación financiera es un tema que ha cogido relevancia con el pasar de los años dado su fuerte impacto en las economías emergentes de cada país que se encuentran principalmente conformadas por pequeños comerciantes que se sostienen a través del tiempo, a pesar de la falta de esta educación, contra grandes entidades con mayores conocimientos, estrategias y recursos y que abarcan de mejor manera los consumidores. Por tal motivo la OCDE la define como: La causa por la cual los clientes o consumidores financieros mejoran la comprensión de los productos, conceptos y peligros fin y por medio de la información o asesoramiento de objetivos poder desarrollar las habilidades para llegar a ser más inteligentes y conscientes del peligro que representa tomar malas decisiones financieras, es por ellos que esta información les facilita obtener elecciones informadas y obtener ayudas efectivas para mejorar el bienestar financiero (EduFinet, 2015)

En este mismo sentido, la educación financiera es un tema de interés a nivel mundial por tal razón diferentes países y organismos se han preocupado y también han opinado. Para el presidente de la Sección Especializada de Unión Económica y Monetaria y Cohesión Económica y Social, la define como: “La educación financiera debe servir como instrumento para mejora la calidad de vida financiera. Para lograr un que el sistema financiero funcione es importante que dé el hagan parte consumidores responsables y comprometidos con el desarrollo de sus entidades financieras”. (Comité Económico y Social Europeo - CESE, 2011)

6.2 Comerciante

Para dar claridad en su actividad, los comerciantes Según el artículo 10 del Código de comercio colombiano son: “Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles. La calidad de comerciante se adquiere, aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de apoderado, intermediario o interpuesta persona” (Superintendencia de Industria y Comercio - SIC, 2011). Dicho de otro modo, los comerciantes son todas aquellas personas que, como profesión, sustento y de manera cotidiana realizan actividades de compra y venta de mercancías que son consideradas como actividades mercantiles y que tienen unos lineamientos establecidos por la ley para su funcionamiento formal y continuo. Igualmente cabe aclarar que tal como artículo 11 del Código de Comercio señala: “*las personas que ejecuten **ocasionalmente** operaciones mercantiles no se considerarán comerciantes en cuanto a dichas operaciones*”. De la misma manera se aclara en el artículo 20 cada una de las actividades que son consideradas como mercantiles y que son llevadas a cabo habitualmente por los comerciantes.

6.3 Tienda de barrio

Para dar claridad en su actividad, las tiendas de barrio (Guerrero, 2010) las define como: “Son lugares atendidos por una o más personas detrás de un mostrador, en donde el cliente no tiene a al alcance los productos, y un poco más del 50% los productos de allí son para consumir fuera del establecimiento. Su finalidad es comercializar productos de consumo masivo”.

7. Estado del arte o revisión de la literatura

El Banco de Desarrollo de América Latina, (2013) se refiere a que para que la economía crezca es importante que las personas tengan bases acerca de sus finanzas personales. Si las personas adquieren estas habilidades es probable que se avance en temas de inclusión y disminución de la pobreza. Es decir que la educación financiera va más allá, ya que se busca que los consumidores mejoren su comprensión de los productos y servicios, así como los riesgos que implican. De acuerdo con lo anterior”, la OCDE establece que: “la educación en finanzas debe enseñarse desde pequeños en los primeros años de escuela, pues lo ideal es que las personas las eduquen en temas financieros desde los primeros años de vida” (Banco de Desarrollo de América Latina, 2013).

Buscando así la participación de los individuos en el mercado financiero, el cual se compone por la educación, la inclusión y la protección del usuario. Las personas enfrentan necesidades básicas a lo largo de toda su vida, por tal motivo se ven obligados a estar en una toma de decisiones constante frente al dinero, estas necesidades básicas son: consumo, inversión, ahorro y protección. Con el dinero pueden tomar decisiones que ayudan alcanzar objetivos financieros por un periodo de tiempo y a esto se le conoce con el nombre de ciclo de vida financiero. El ciclo de vida financiero establece tres grandes etapas, hasta los 54 años aproximadamente se define como etapa de acumulación, hasta los 65 años etapa de consolidación y por encima de los 65 años etapa de protección (Garay Anaya, 2015).

Según los últimos estudios presentados por el DANE, el índice de ventas al por menor en el 2000 ha ido aumentando con una participación 5% y en el 2013 con un 14%. En la economía y el crecimiento del sector minorista en Colombia, los gastos de los consumidores son cada vez mayores pese a las coyunturas económicas, lo que genera que este indicador se mantenga positivo con el pasar del tiempo. Durante los primeros meses del 2015 se notó que las ventas reales en el sector minorista presentaron un incremento del 4.5% respecto al mismo periodo en el año anterior (Embajada de España en Colombia, 2015), es por ello que se hace necesario conocer el nivel de educación financiera que poseen los comerciantes de las comunas antes mencionadas pues es allí a donde recurren la mayor cantidad de familias y son ellas quienes contribuyen a la economía del sector y del país, los consumidores directos son quienes impulsan el crecimiento en las ventas, de ahí la importancia en que el tendero o comerciante posea una buena educación financiera.

Dentro de este aspecto los tenderos de barrio constituyen la participación mayoritaria en el mercado de productos de consumo, demostrando que además de los factores económicos y las grandes competencias que presentan, hay factores sociales y psicológicos que influyen sobre su desarrollo, es a nivel social el lugar donde las personas de bajos recursos pueden conseguir lo que necesitan día a día, y este segmento de personas es amplio en Colombia y poco atendido por las grandes superficies, pero con grandes potenciales y participación en el consumo.

Actualmente las tiendas de barrio se han convertido en un lugar de abastecimiento de la gran mayoría de familias colombiana, debido a sus precios, pero más que eso por su cercanía. Es por ello que grandes tiendas como Grupo Éxito, Cencosud y Olímpica siguen en la tarea de abrir tiendas de cercanía. Las tiendas de barrio concentran 87% de las ventas de alimentos frescos de

los hogares colombianos y 53% de los compradores prefiere adquirir sus productos en estos canales de venta (Andi , 2014).

De esta manera se analizan las necesidades de los usuarios lo que estos buscan es cercanía y rapidez en cada compra, es por ello que las tiendas de barrio se convierten en una solución diferente y con disposiciones nuevas para los consumidores. Tal como lo indica Juan Ernesto Parra, director de Fenaltiendas, los formatos de tiendas pequeñas son más un tema de cultura de cada ciudadano, pues las tiendas de barrio tienen un diferenciador y es que ofrecen todos los servicios sociales que los almacenes de grandes superficies no ofrecen, con el plus de que los consumidores se acercan a estas tiendas más frecuentemente, es decir, diariamente.

Así mismo el director económico de Fenalco, Rafael España, opina que “los mini mercados se han vuelto cada vez más importantes, primero porque los proveedores quieren apostarle a otros formatos distintos a las grandes cadenas y a las tiendas de barrio, y segundo porque el poder adquisitivo de la gente ha mejorado” (Andi , 2014). Además, un profundo arraigo en la sociedad son las tiendas de barrio pues establecen una participación mayoritaria del mercado con mercancías de consumo casi diario, adicionalmente estos negocios influyen en el desarrollo cultural pues tienen factores sociales y psicológicos. En lo que respecta al Profesor Domingo Martínez indica que los tenderos son gerentes de sus negocios y aunque carecen de la preparación de los gerentes de las grandes superficies, cuentan con sus propias teorías (implícitas), que en los momentos claves utilizan cuando toman decisiones que influyen significativamente con sus prácticas comerciales. Definitivamente convirtieron la tienda en un lugar social de mucho valor para su mercado (Alianza Uninorte con El Heraldo, 2015).

A su vez, para dar apoyo a los tenderos de barrio y poder sustentar la falta de educación financiera que estos presentan al momento de competir con grandes superficies y mantener unas finanzas organizadas y productivas que ayuden a su sostenimiento, en Bogotá se empezó a implementar un programa para que los tenderos se profesionalicen y fortalezcan sus negocios. A través del Sena, los tenderos que quieran participar podrán acceder a un programa de formación virtual con una duración de 230 horas, el cual contiene 6 módulos, los cuales pueden ser tomados en el orden que se desee el tendero de una manera simple, así podrán adquirir los conocimientos, aplicarlos a sus negocios y ver los resultados de manera rápida (dependiendo de la constancia y dedicación que estos dediquen a su formación y aplicación en su negocio). Los 6 módulos que tiene el programa de formación 'Tendero Profesional', son: plan de mercadeo, estrategias para mejorar la calidad del servicio, principios financieros y contables, microfinanzas, sistema financiero y banca y manejo de herramientas de Microsoft. Con este programa se espera que los tenderos desarrollen competencias que les permitan consolidar y proyectar sus negocios con una visión empresarial, incorporando planes, programas y principios en el adecuado manejo de los clientes y como lograr su fidelización, evaluar los resultados de estos planes y estrategias que se implanten en sus negocios, llevar planes financieros de gastos e ingresos y aprender sobre los diferentes mecanismos que se tienen para acceder a recursos y herramientas ofrecidos por instituciones financieras, fuentes crediticias e instituciones dedicadas a apoyar principalmente las mypymes. (Mineducacion, 2010)

Desde hace unos años MeikO se ha convertido en una compañía líder en conocimiento del canal tradicional en Colombia y en los entornos geográficos de las principales ciudades del país. Esta empresa considera este canal como un foco estratégico de desarrollo, consciente de lo mucho que queda por hacer y de lo importante y grande, buscando hacer visible todas aquellas

tiendas de barrio, panaderías, droguerías independientes, autoservicios independientes, etc, y romper los paradigmas que se tienen. Con más de 40 clientes de consumo masivo que tienen en su portafolio confían en conseguir con el tiempo una credibilidad y confianza, y ayudar las tiendas de barrio que no paran de crecer y que desde hace varios años se ha convertido en una oportunidad para diversos sectores de la economía de construir una relación próspera con un canal más amigable, exigente, agradecido y rico en recursos. Lo principal fue lograr que se reconociera este canal, y desde entonces siguen haciendo inversiones relevantes y significativas por parte de diversos sectores de la economía que llevaron a que el canal cobrara más relevancia y pudiera desarrollarse, enfocándose en aspectos como su ubicación, sus características y los clientes que manejan, entregando esta información a la industria con la descripción y localización exacta de universos casi censales de tradicionales en 26 ciudades del país con un estudio trimestral. Actualmente, su enfoque se basa en impulsar la codificación masiva en el canal, es decir, estar en la tienda y garantizar la disponibilidad a través de esquemas efectivos y eficientes de distribución, pero que, en adición, una nueva responsabilidad es la de “saber cómo estoy” y tomar decisiones estratégicas que lleven a la industria a administrar correctamente el punto de venta, a sacarle provecho a la presencia que ya se han ganado y al espacio que el tendero ya les ha otorgado. Sin embargo con el tiempo la competencia se ha convertido en algo de todos con todos: competencia por el espacio de exhibición, por el presupuesto, el material POP, la fidelización de clientes, la atención y el servicio entre otros, lo que conlleva a pensar que no es relevante solo indicarles a los fabricantes donde están y no están las tiendas , sino también su tamaño, el tipo de clientes que maneja y saber cómo deberían administrar, gestionar e invertir en el canal de manera general por medio de una segmentación, convirtiéndoles en el

intermediario que busca una relación de mutuo beneficio entre los fabricantes y las tiendas de barrio. (Medina Montejó, 2016)

Por otro lado, un estudio realizado por la Universidad del Rosario sobre “La importancia de la tienda de barrio como canal de distribución aplicado en la localidad de La Candelaria”, establece que las tiendas de barrio para la economía colombiana incorporan oportunidades de crecimiento, debido a que se convierten en oportunidades de empleo, incremento de ingresos familiares y captación de recursos. A través del tiempo las tiendas de barrio han mejorado su cadena productiva siendo representativas ya que se indica que dichos establecimientos “abastecen cerca del 68% de la población colombiana en su papel de eslabón final de la cadena productiva de alimentos y productos de primera necesidad de la canasta familiar” (Tovar Espirita & Mendoza Gomez, 2009), de igual forma estos establecimientos se crean buscando suplir las necesidades de las personas ubicadas en el sector al que pertenezcan. Además, los pequeños comerciantes utilizan estrategias que sean atractivas para los consumidores tales como presentaciones más pequeñas y en menor surtido, bajos costos, la ubicación de éstas facilita la obtención de diferentes productos, el trato personalizado y el crédito que otorgan a sus clientes. Todos estos Motivos hacen al consumidor recurrir a estos locales, ya que es cierto que la relación costo-beneficio es importante al momento de elegir adquirir el producto o servicio. (Tovar Espirita & Mendoza Gomez, 2009)

Lo importante no es tener mucho, sino saber usar lo que se tiene, que se debe tener un auto estudio respecto al tema de las finanzas y que las instituciones financieras son las que pueden ayudar a promover esta cultura de financiera (Olin Gutiérrez, 2014).

Conocimiento Financiero, más allá de las aulas de clase.

A nivel global y considerando las curvas de tendencias podemos aun ver como los norteamericanos tiene un déficit en su conocimiento financiero. Las economistas Annamaria Lusardi de la Universidad George Washington y Olivia S. Mitchell de Wharton School de la Universidad de Pennsylvania, determinaron que solo un tercio de las personas con más de 50 años podrían responder apropiadamente a un problema financiero, basados en conocimientos de inflación, diversificación e interés común.

Esta situación se ve agravada, por la complejidad de la economía moderna; hacer préstamos o adquirir beneficios financieros son decisiones que no son decisiones sencillas incluso para los graduados y letrados en conocimientos financieros, y no son ellos quienes son lanzados a este mundo sino las personas sin esta formación.

El sentido común y la opción más viable y eficiente que se considera, se reduce a la educación financiera ofrecida en los cursos de formación. Se deduce que estos ayudarán la personas a comprender mejor la economía y tomar mejores decisiones respecto a sus estados financieros, sin embargo, este no es el caso.

KYLE FEWELL

Esta poca efectividad de la enseñanza de conocimientos financieros, no solo afecta a las personas que no tiene acceso a los mismos, sino a quienes tiene una retribución monetarias baja, y está directamente ligado a que al igual que ciertos conocimientos, estos no son aplicados a diarios y comúnmente se olvida. Sin embargo, hay tres aproximaciones, que pueden ayudar a mejorar este déficit de conocimientos.

En primer lugar, tenemos la posición del profesor George Lynch, quien propone un modelo de educación en el tiempo justo, es decir enseñar en el momento adecuado sobre estos temas a los estudiantes y personas. Por ejemplo, antes de hacer un préstamo educativo y como con este se puede tomar la mejor decisión para un futuro financiero que retribuya.

En segundo lugar, está la motivación del ahorro, es decir se trata de un modelo en el cual, a las personas, quienes comúnmente no saben cuánto deben ahorrar para sus diferentes necesidades en especial su pensión. Se les ofrezca una guía adecuada en ciertas etapas, como ahorrar el 15% de su salario, para tener una fuente estable de ahorros.

Y finalmente la que se consideraría la mejor opción es volver el sistema bancario y financiero más amigable con el usuario, al final de cuentas el poder ofrecerle diferentes tipos de financiación y fácil acceso a los mismos, así como se puede ver el clima en otra ciudad. Ayudará a las personas a optar y tomar decisiones financieras más asertivamente. (times, 2013)

De este modo, entendemos que hay diferentes alternativas para el desarrollo de las tiendas de barrio, pero el problema sigue consistiendo en la desinformación. El poco conocimiento que tienen los tenderos sobre estas iniciativas y apoyos, hace que se desperdicie este esfuerzo y por tanto el sector de tiendas tradicionales siga siendo menospreciado, cuando en realidad constituyen uno de los canales más utilizados en el país, con mayor cantidad de participación en el crecimiento económico en los mercados minoritarios y los canales de consumo, con grandes oportunidades de desarrollo y la posibilidad de dar más sostenibilidad al desarrollo económico del país.

8. Materiales y métodos

Este trabajo se realiza con base en una línea de investigación del Tecnológico de Antioquia, realizada sobre la educación financiera en los comerciantes de dos zonas geográficas en Antioquia: Robledo y Bello. Se revisaron nuevas fuentes y se seleccionan nuevos casos con el fin de ampliar información sobre el tema “educación financiera en comerciantes (tendero) de barrio”. El método aplicado es cuantitativo-descriptivo, ya que se buscan especificar las propiedades, características y los perfiles de los tenderos comerciantes de la comuna 7 Robledo (Medellín) y Niquia (Bello), mediante un estudio que muestre el nivel de educación financiera de este tipo de negocios en donde participan comerciantes y tenderos, aquí se utilizan herramientas como Excel donde únicamente se pretende medir variables que determinan qué tan importante es la educación financiera en la sostenibilidad y desarrollo de este tipo de negocios en el tiempo. De igual forma, se realiza un estudio comparativo correlacionando variables y buscando similitudes con la línea de investigación o estudio anterior sobre La Educación Financiera en los Comerciantes de dos Zonas Geográficas en Antioquia: Bello y Buenos Aires. El tipo de muestreo será intencionado, dado a las limitantes de tiempo y recursos para desarrollar un muestreo probabilístico.

9. Técnicas e instrumentos

Se realizaron 160 encuestas como técnica de recopilación de la información, utilizando para ello como herramienta un cuestionario con 36 preguntas, entre ellas preguntas abiertas y preguntas cerradas, aplicadas a los tenderos de barrio, con previa visita a cada una de las tiendas (abarrotes, almacén de ropa, carnicería, papelería y miscelánea). La encuesta está estructurada en 4 partes:

1. Datos Generales del encuestado para determinar datos demográficos y establecer más detalladamente el nivel académico de cada uno de los tenderos.
2. Actitud financiera para determinar el comportamiento y la actitud para conocer el grado de importancia que le da a sus finanzas.
3. Conocimiento financiero con este se pretende establecer el nivel de educación financiera con el que cuentan los encuestados.
4. Comportamiento financiero con el fin de conocer que actividades realizan los encuestados con respecto a sus finanzas personales.

Esta encuesta se realizó en Antioquia: de las comunas 7 Robledo (Medellín) y Niquia (Bello), realizando la solicitud del espacio para la aplicación de la misma.

Con el fin de dar respuestas precisas a la investigación, por último, fue necesaria la tabulación de las encuestas para realizar un análisis de la información recolectada mediante dichas encuestas y que oriente de forma acertada al cumplimiento de los objetivos.

10. Metodología aplicada

Como instrumento de recolección de la información se utilizará la encuesta la cual va a permitir conocer el nivel de educación financiera de los tenderos y comerciantes de los barrios Bello y Robledo. En esta investigación se tuvo en cuenta como método de estudio, el exploratorio ya que por medio de este se puede conocer como es el comportamiento de las personas en temas de educación financiera.

A través del método de muestreo aleatorio simple con un nivel de confianza de 95% y un margen de error del 4.65%, se definió el tamaño de la muestra, teniendo en cuenta los 160 tenderos de barrio de la comuna 7 Robledo (Medellín) y el barrio Niquia (Bello).

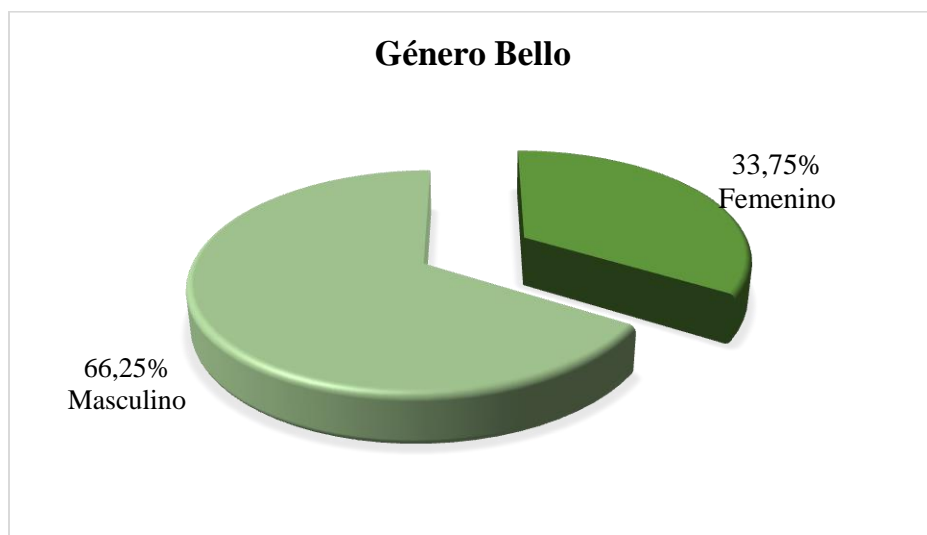
Este tipo de estudio se caracteriza por ser más flexible en su metodología, es más amplio y disperso, tratándose de una investigación que requiere el análisis de temas como lo son las finanzas personales y la educación financiera de los cuales no hay un estudio unificado, podremos lograr tener un resultado que reúna todo lo que abarcan estos temas. Cuantitativo es el tipo de investigación utilizado el que mejor permite la recolección de datos para medir y dar resultados numéricos de las variables estudiadas.

11. Análisis y discusión de los resultados

Las informaciones obtenidas a través de las encuestas se presentarán a continuación en las siguientes graficas que contienen las respuestas a las preguntas más relevantes del estudio y serán comparadas con las respuestas obtenidas de la misma encuesta del estudio de “La educación financiera en los comerciantes de dos zonas Geográficas en Antioquia: Bello y Buenos Aires”, éstas nos permitirán interpretar y conocer el conocimiento financiero de los tenderos y comerciantes de los barrios Bello y Robledo.

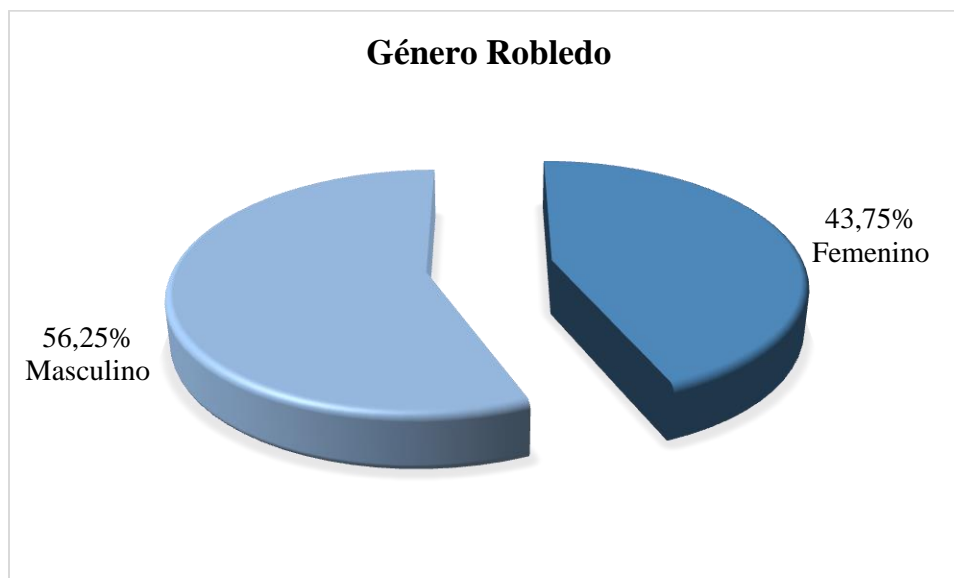
La Educación Financiera en los comerciantes de las zonas geográficas en Antioquia:

Comuna Siete del sector de Robledo y Niquía (Bello)



Gráfica 1. Relación porcentual del género de los tenderos y comerciantes del barrio de Bello.

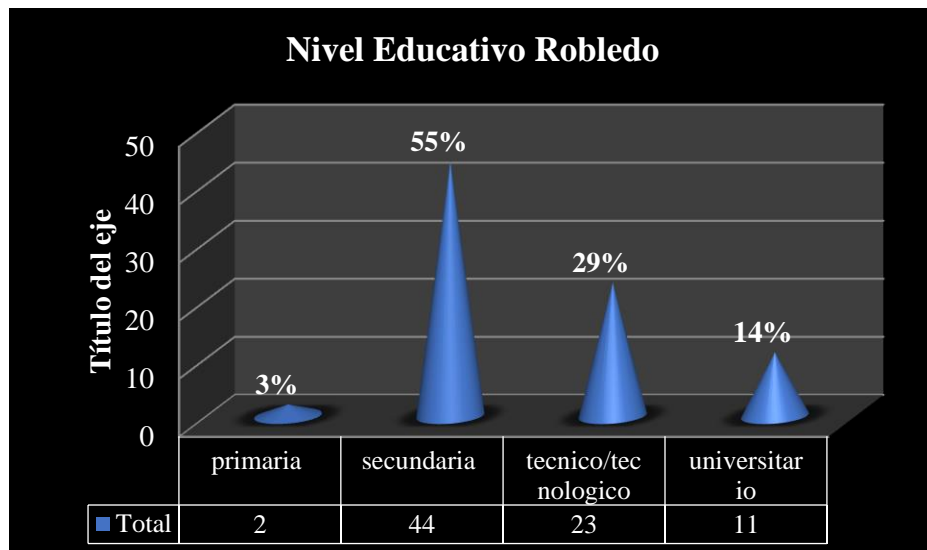
Fuente: Elaboración Propia



Gráfica 2. Relación porcentual de las edades de los tenderos y comerciantes del barrio de Robledo.

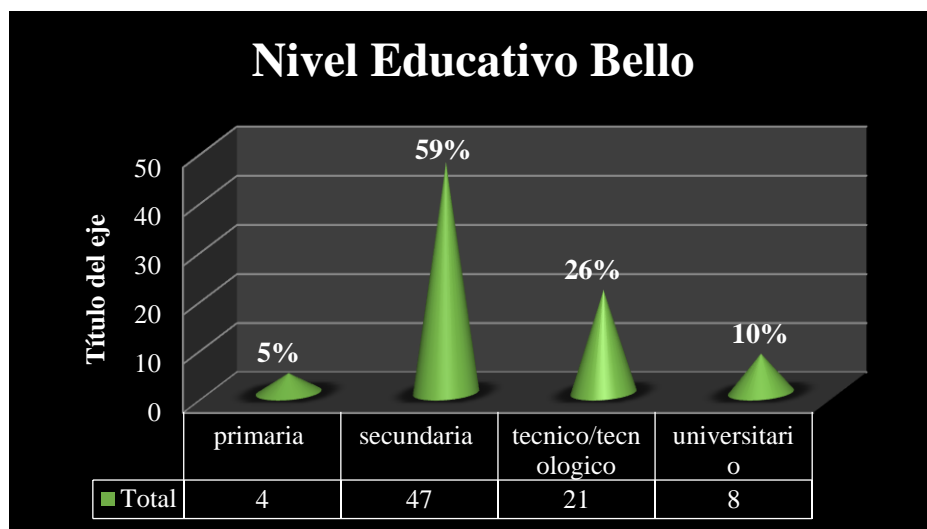
Fuente: Elaboración Propia

En los resultados de las gráficas 1 y 2 se puede evidenciar el porcentaje de los géneros, por tanto el 66% hace parte de la población masculina de Bello y el otro 34% hace parte de la población femenina encuestada, por el lado del barrio Robledo el 56% pertenece a la población masculina y el 44% restante corresponde a la población femenina. A diferencia del trabajo con el cual se está realizando la comparación, los encuestados entre hombres y mujeres fueron en igual proporción.



Gráfica 3. Relación porcentual del nivel educativo de los tenderos y comerciantes del barrio de Robledo.

Fuente: Elaboración Propia



Grafica 4. Relación porcentual del nivel educativo de los tenderos y comerciantes del barrio de Bello.

Fuente: Elaboración Propia

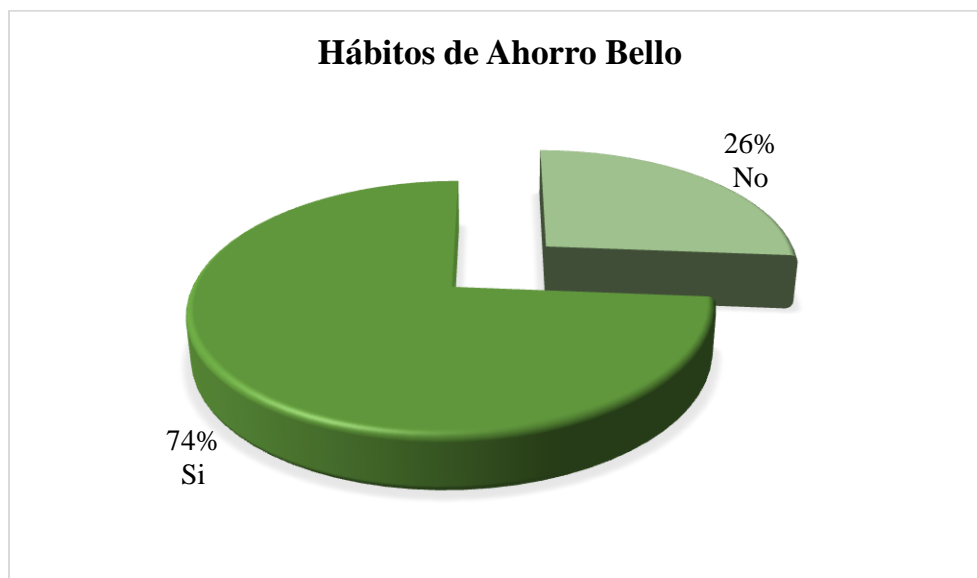
En las anteriores gráficas se pudo evidenciar el nivel educativo de los tenderos y comerciantes de los barrios Robledo y Bello, por el lado de Robledo frente a la pregunta de cuál

es el nivel educativo que posee, el 55% estudió hasta la secundaria, el 29% realizó estudios técnicos o tecnológicos, el 14% realizó estudios universitarios y el 3% realizó estudios hasta la primaria. Por otro lado, en el barrio de Bello el 59% de los encuestados realizaron estudios hasta la secundaria, un 26% estudió hasta el nivel técnico o tecnológico, el 10% realizó estudios universitarios y por último el 5% estudió hasta la primaria, esta información puede ser comparada con los resultados de la encuesta del estudio del cual se realiza la comparación, pues a esta misma pregunta, se determinó que los tenderos y comerciantes en promedio tienen un nivel educativo medio, dando como resultado que la mayoría ha estudiado hasta la secundaria nada más, solo han sido pocos los que han realizado estudios superiores como tecnologías o carreras universitarias esto demuestra que estas personas no necesitan de muchos estudios para emprender un negocio, pues lo que estos tenderos han aprendido lo han hecho de forma empírica o por su propia cuenta.



Gráfica 5. Relación porcentual de los hábitos de ahorro de los tenderos y comerciantes del barrio de Robledo.

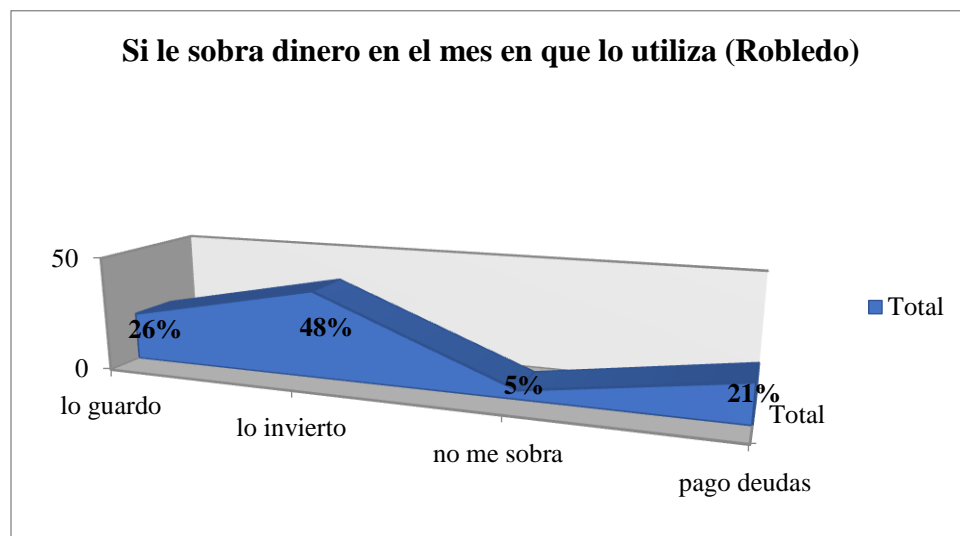
Fuente: Elaboración Propia



Gráfica 6. Relación porcentual de los hábitos de ahorro de los tenderos y comerciantes del barrio de Bello.

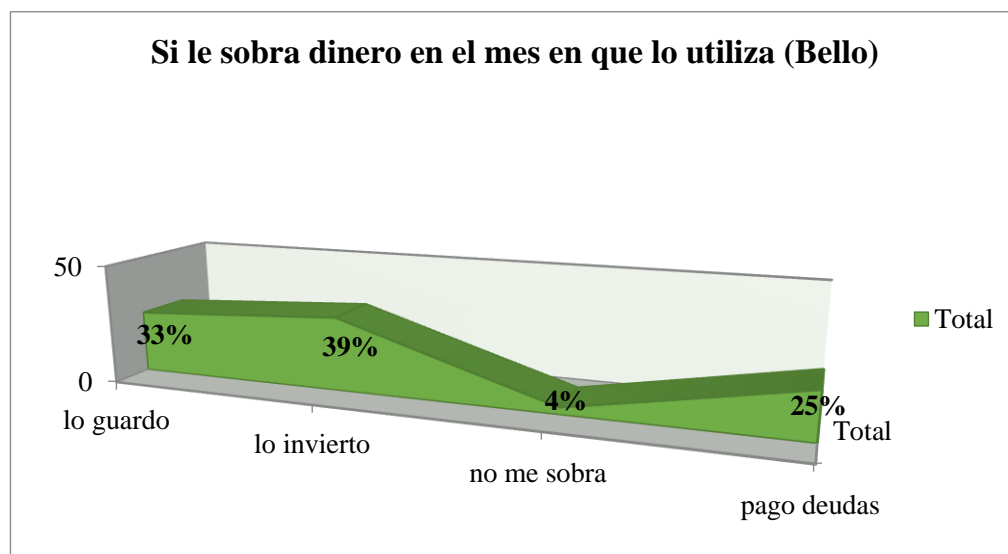
Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a las gráficas 5 y 6 se observa que en Robledo el 64% de los encuestados si tienen el hábito del ahorro, frente al 36% de los que no ahorran y en el barrio de Bello el 74% de los encuestados si tienen el hábito del ahorro frente al 26% restante que no lo tiene a partir de esto se puede inferir que los tenderos y comerciantes de Bello tienen mayores hábitos de ahorro que los de Robledo es por ello que posiblemente aumente la cantidad de dificultades financieras a los habitantes de Robledo ya que no se tiene este hábito y realizando la comparación con el trabajo de los barrios de Bello y Buenos Aires se identificó que en un 80% la población posee hábitos de ahorro a diferencia del 69% de los encuestados de los barrios Robledo y Bello se puede inferir que es de resaltar que la mayoría de las personas piensan en su futuro y tratan de asegurarlo ahorrando, a pesar de que existe una diferencia en los dos resultados, estos sobrepasan la mayoría de la población total encuestada.



Gráfica 7. Relación porcentual de los hábitos de inversión de los tenderos y comerciantes del barrio de Robledo.

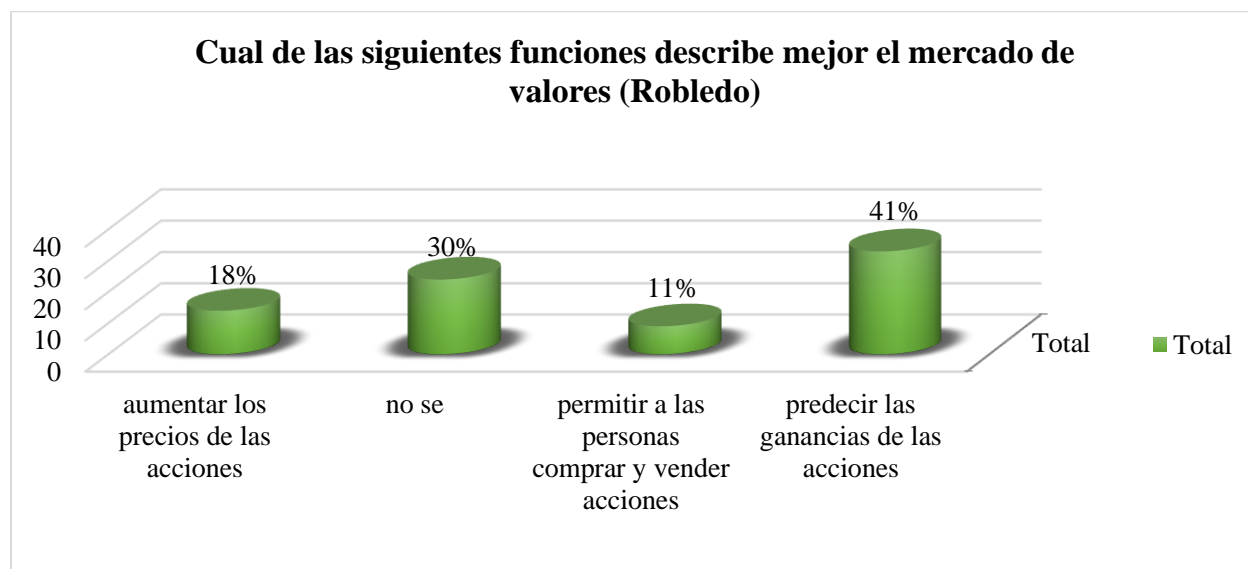
Fuente: Elaboración Propia



Gráfica 8. Relación porcentual de los hábitos de inversión de los tenderos y comerciantes del barrio de Bello.

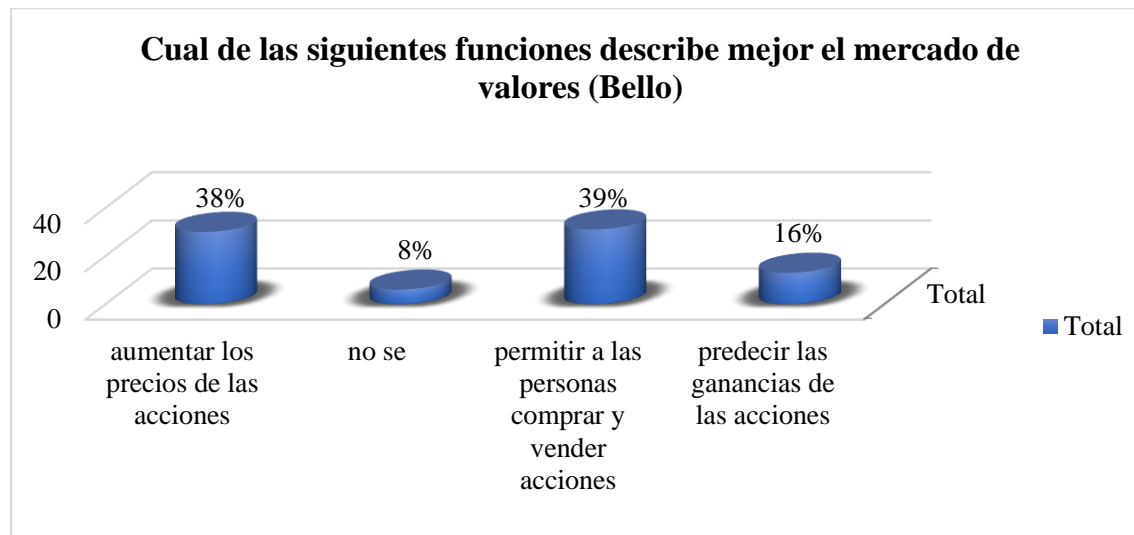
Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a las gráficas 7 y 8 frente a la pregunta ¿En que invierte el dinero que le sobra? los habitantes de Robledo respondieron: un 48% lo invierte, un 26% lo guarda, un 21% paga deudas y a un 5% no le sobra dinero. Por su parte los habitantes de Bello respondieron: un 39% lo invierten, un 33% lo guardan, un 25% paga deudas y un 4% respondió que no le sobra dinero. Frente a esto se puede inferir que los tenderos de Robledo piensan más en invertir el dinero que les sobra que los tenderos de Bello además es mayor la cantidad de personas que guardan el dinero en Bello que en Robledo, las personas que respondieron que pagan deudas son en una proporción parecida en los dos barrios por ello se puede decir que es una costumbre en cada uno de ellos y finalmente se puede observar que fueron pocos los que respondieron que no les sobra dinero a lo que se puede decir que son pocas las personas que no saben administrar sus recursos.



Gráfica 9. Relación porcentual conocimientos financieros de los tenderos y comerciantes del barrio de Robledo.

Fuente: Elaboración Propia



Gráfica 10. Relación porcentual conocimientos financieros de los tenderos y comerciantes del barrio de Bello.

Fuente: Elaboración Propia

Con respecto a las gráficas 9 y 10 lo que se pretendió fue conocer el nivel de educación financiera de los tenderos con la pregunta ¿Cuál de las siguientes funciones describe mejor el mercado de valores? Y lo que respondieron permitirá saber qué nivel de educación financiera que tienen los comerciantes a lo que respondieron en Robledo en un 41% que sirve para predecir las ganancias de las acciones, en un 30% que no saben, en un 18% que sirven para aumentar los precios de las acciones, en un 11% que permiten a las personas comprar y vender acciones con respecto a los tenderos de Bello los cuales respondieron en un 39% que sirven para permitir que las personas compren y vendan acciones, un 38% respondió que sirven para aumentar los precios de las acciones, un 16% respondió que sirven para predecir las ganancias de las acciones y un 8% no sabe.

Tabla 1. Relación porcentual de las respuestas de los tenderos y comerciantes de Bello frente a las preguntas de actitud.

PREGUNTAS (BELLO)	Totalmente en desacuerdo	En Desacuerdo	Ni acuerdo ni De desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Considera que es importante tener un control sobre los gastos mensuales	0%	10%	10%	29%	51%
Es importante establecer objetivos financieros para el futuro	3%	10%	19%	15%	54%
Considera que es importante ahorrar dinero de manera mensual	3%	1%	13%	29%	55%
El modo de manejar mi dinero hoy afectara mi futuro	0%	6%	20%	43%	31%
Es importante tener y llevar un plan de gastos mensual	1%	13%	20%	28%	39%
Es importante pagar el valor total de las obligaciones financieras	1%	10%	18%	26%	45%
Antes de realizar compras, es importante compararlas con otras ofertas del mercado	0%	13%	13%	29%	46%
Es importante mantenerse dentro de un presupuesto	4%	0%	29%	33%	35%
Es importante invertir regularmente para alcanzar los objetivos a largo plazo	3%	9%	5%	35%	49%
Considera que tiene conocimientos adecuados sobre finanzas personales	8%	5%	13%	34%	41%

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 2. Relación porcentual de las respuestas de los tenderos y comerciantes de Robledo frente a las preguntas de actitud.

PREGUNTAS (ROBLEDO)	Totalmente en desacuerdo	En Desacuerdo	Ni acuerdo en desacuerdo	ni De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Considera que es importante tener un control sobre los gastos mensuales	0%	4%	11%	71%	14%
Es importante establecer objetivos financieros para el futuro	0%	3%	18%	58%	23%
Considera que es importante ahorrar dinero de manera mensual	1%	4%	11%	65%	19%
El modo de manejar mi dinero hoy afectara mi futuro	0%	1%	16%	59%	24%
Es importante tener y llevar un plan de gastos mensual	0%	3%	13%	56%	29%
Es importante pagar el valor total de las obligaciones financieras	0%	0%	14%	59%	28%
Antes de realizar compras, es importante compararlas con otras ofertas del mercado	0%	1%	11%	60%	28%
Es importante mantenerse dentro de un presupuesto	0%	1%	18%	61%	20%
Es importante invertir regularmente para alcanzar los objetivos a largo plazo	0%	3%	11%	51%	35%
Considera que tiene conocimientos adecuados sobre finanzas personales	1%	6%	29%	36%	28%

Fuente: Elaboración Propia

En las tablas 1 y 2 se muestran las respuestas de los tenderos y comerciantes frente a las preguntas realizadas de actitud, dentro de las afirmaciones realizadas se encuentran algunas

como, el modo de manejar mi dinero hoy afectará mi futuro, a esta afirmación la mayoría de los encuestados respondió que están de acuerdo con ella, pues la forma en que se maneje el dinero hoy puede repercutir en un futuro trayendo consigo consecuencias o beneficios. Otra de las afirmaciones fueron, es importante invertir regularmente para alcanzar objetivos a largo plazo, a lo que en un 51% en Bello y un 49% en Robledo respondieron que están de acuerdo y Totalmente de acuerdo con la afirmación anterior, a otra de las afirmaciones sugiere que, considera que tiene conocimientos adecuados sobre finanzas personales, a lo que respondieron los comerciantes de Bello en un 41% y los tenderos de Robledo en un 36% que están de acuerdo y totalmente de acuerdo pues la educación financiera es esencial para tener unas finanzas sanas además de tener un futuro estable, es por ello que manifiesta que la educación financiera, es la capacidad de saber manejar el dinero de una manera inteligente para poder obtener la mayor rentabilidad posible, y de esta forma adquirir la ansiada libertad financiera para vivir cómodamente sin depender de una nómina y distribuir parte de la riqueza, entre los más necesitados, de la buena administración de los recursos depende el éxito o el fracaso de las finanzas personales. Es así como las personas deben conocer la importancia de la educación financiera ya que esta tiene consecuencias o afectaciones en su vida personal, en su familia y hasta en su pareja. Como resultado final se puede observar que las personas están de acuerdo y totalmente de acuerdo en cada una de las afirmaciones de las tablas 1 y 2 lo cual indica que las personas tienen unas buenas bases respecto a la educación financiera que deben tener.

12. Limitaciones

El limitante principal para llevar a cabo la investigación fue el poco tiempo que nos podían brindar los tenderos para diligenciar la encuesta lo cual retraso la aplicación de la encuesta y a su vez el proceso de análisis de la información.

13. Recomendaciones

Es necesario realizar este tipo de investigaciones, ya que, a través de las mismas, se busca la ejecución de proyectos por parte del gobierno nacional, y entidades financieras como Actuar, Banco de los pobres Banco de las oportunidades, Bancolombia, Comfama, FENALCO, entre otras, que buscan incluir en sus portafolios, apoyo a los pequeños comerciantes que necesiten condiciones especiales de financiación, a través de la implementación de iniciativas de inclusión y educación financiera.

Es importante que los tenderos de barrio atiendan el llamado del gobierno en la implementación de programas de Educación e inclusión financiera, de esta manera adquieran conocimientos que les permita impulsar e implementar nuevas estrategias para su negocio (tienda).

Se recomienda que las familias fomenten la educación financiera desde la infancia, ya que de esta manera las personas al momento de tomar decisiones financieras, planificar el futuro y elegir los mejores instrumentos financieros tendrán bases sólidas en el manejo de su dinero.

14. Conclusiones

Se identifica que los comerciantes de barrio (tenderos), no cuentan con altos niveles en cuanto a conocimientos, habilidades y actitudes de educación financiera, por ello al momento de tomar decisiones no poseen las habilidades necesarias que respalden dichos comportamientos tanto del manejo de sus negocios como de sus finanzas personales.

Los resultados obtenidos en la investigación dejan ver que, a pesar del apoyo que se ha dado a los pequeños comerciantes por parte del gobierno y entidades privadas con la implementación de programas y proyectos, la mayoría de los tenderos encuestados manifiestan no haber recibido ningún tipo de capacitación relacionada con educación e inclusión financiera.

En la actualidad a nivel mundial no hay una clara influencia de los conceptos financieros en conocimientos tales como: ahorro, crédito e inversión, sin embargo, al realizar cada una de las 160 encuestas implementadas en las comunas 7 de Robledo y Niquia Bello, los resultados fueron positivos ya que las personas afirmaron conocer la importancia que tiene la educación financiera en su vida personal, en su familia y campo laboral.

Actualmente Colombia cuenta con una alta participación de personas dedicadas al comercio, dichas personas son de gran ayuda en la calidad de vida de los colombianos, por ello es importante que entidades públicas y privadas atiendan el llamado y apoyen a pequeños comerciantes con nuevas estrategias que les permitan crecer y ser sólidos en su negocio.

A pesar de la falta de formación de los tenderos en los barrios anteriormente mencionados, en las encuestas se pudo evidenciar que a pesar de no poseer mucha educación financiera poseen

conceptos básicos, entienden la importancia del ahorro y de la inversión para un futuro financiero más estable, además gracias a las preguntas de actitud realizadas, los encuestados todos en su mayoría demostraron que son capaces de obtener las respuestas correctas sin la necesidad de una previa formación. Es importante que estas personas tengan un nivel de educación financiera básico pues son personas que es su diario vivir y su actividad económica la dedican a ello entonces su conocimiento frente al tema debe ser bueno y entender de que se tratan las finanzas y para qué sirven.

Referencias

- Alianza Uninorte con El Heraldo. (24 de Mayo de 2015). *Tiendas de barrio, modelo exitoso que compite contra 'gigantes'*. Recuperado el 08 de 05 de 2017, de <https://www.elheraldo.co/economia/tiendas-de-barrio-modelo-exitoso-que-compite-contra-gigantes-196520>
- Andi . (29 de Septiembre de 2014). *Retailers suman puntos para morder mercado de la tienda de barrio*. Recuperado el 16 de 05 de 2017, de Boletín Retail. N° 37 - Bogotá D.C: <http://www.andi.com.co/cpcd/Boletin%202014/Boletin%20Retail%20No%2037.pdf>
- Asobancaria. (15 de febrero de 2016). *Educación Económica y Financiera: motor de crecimiento y desarrollo sostenible*. Recuperado de Semana Económica 2016, Edición 1030: <http://www.asobancaria.com/wp-content/uploads/2016/02/4664743.pdf>
- Banco de Desarrollo de América Latina. (20 de Marzo de 2013). *La educación Financiera en América Latina y el Caribe. Situación actual y perspectiva*. Recuperado de Serie Políticas Públicas y transformación productiva. N° 12: https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/OECD_CAF_Financial_Education_Latin_AmericaES.pdf
- Banco de la República. (31 de Julio de 2013). *Banco de la República y Banco Mundial presentan los resultados de la Primera Encuesta de Capacidades Financieras*. Recuperado de <http://www.banrep.gov.co/es/comunicado-31-07-2013>

Comité Económico y Social Europeo - CESE. (14 de Julio de 2011). *Educación Financiera Para Todos*. Recuperado de Estrategias y buenas prácticas de educación financiera en la Unión Europea: <http://www.eesc.europa.eu/resources/docs/qe-30-12-894-es.pdf>

EduFinet. (2015). *¿Qué se entiende por educación financiera?* . Recuperado de Proyecto EDUFINET. Educación Financiera: http://www.edufinet.com/index.php?option=com_content&task=view&id=283&Itemid=81

Embajada de España en Colombia. (2015). *Comercio y Distribución en Colombia*. Recuperado de <http://www.fenalco.com.co/sites/default/files/blog/COMERCIO%20Y%20DISTRIBUCION%20en%20Colombia.pdf>

Garay Anaya, G. (Noviembre de 2015). *Las Finanzas Conductuales, el Alfabetismo Financiero y su Impacto en la Toma de Decisiones Financieras, el Bienestar Económico y la Felicidad*. Recuperado de Perspectivas, Año 18 – N° 36 Universidad Católica Boliviana, pp. 7-34. : <http://www.redalyc.org/pdf/4259/425943146001.pdf>

González, C. E. (7 de Junio de 2016). *Las tiendas de barrio son los negocios más comunes en Colombia*. Recuperado de http://www.larepublica.co/las-tiendas-de-barrio-son-los-negocios-m%C3%A1s-comunes-en-colombia_386711

Grupo Bancolombia. (12 de Febrero de 2015). *Capital de Trabajo*. Recuperado el 15 de 04 de 2017, de <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/empresas/necesidades/pymes/soluciones-financiacion/capital-trabajo/?gclid=CPG40Lrs-tMCFVU7gQodD7wEJg>

Guerrero, A. (22 de Marzo de 2010). *La tienda de Barrio*. Recuperado de America Retail. La primera comunidad del retail en Latinoamérica: <http://www.america-retail.com/opinion/la-tienda-de-barrio/>

Medina Montejo, J. M. (15 de marzo de 2016). *El Poder de la Tienda de Barrio en Colombia - Reflexiones*. Recuperado de Fenalco : <http://www.fenalco.com.co/node/1616>

Mineducacion. (4 de Junio de 2010). *Sena lanza programa para que tenderos se profesionalicen y fortalezcan sus negocios*. Recuperado de Centro Virtual de Noticias de la Educación - CVNE: <http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/w3-article-234767.html>

Olin Gutiérrez, B. J. (mayo de 2014). *La educación financiera como base para la toma de decisiones personales de inversión*. Recuperado de Universidad Autónoma de Queretaro, Tesis de grado: https://www.google.com.co/?gws_rd=ssl#q=La+educaci%C3%B3n+financiera+como+base+para+la+toma+de+decisiones+personales+de+inversi%C3%B3n&spf=1497120795498

Superfinanciera. (2010). *Estrategia nacional de educación económica y financiera. Una propuesta para su implantación en Colombia*. Recuperado de Ministerio de Hacienda y Crédito Público; Ministerio de Educación Nacional; Banco de la República; Superintendencia Financiera de Colombia; Fondo de Garantías de Instituciones Financieras; Fondo de Garantías de Entidades Cooperativas & Autorregulador del: <https://www.superfinanciera.gov.co/SFCant/ConsumidorFinanciero/estratenaledufinanciera012011.pdf>

Superintendencia de Industria y Comercio - SIC. (Marzo de 2011). *Radicado 02041868 - Concepto de Comerciante*. Recuperado de http://www.sic.gov.co/recursos_user/historico/d2011sic8341.htm

Tovar Espirita, S. A., & Mendoza Gomez, C. X. (marzo de 2009). *la importancia de la tienda de barrio como canal de distribución aplicado en la localidad La Candelaria*. Recuperado de Universidad del Rosario, Trabajo de grado : <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1051/1032364146-2009.pdf>