



**CARACTERIZACIÓN DEL IMPACTO SOCIAL DE LAS ALIANZAS
ESTRATÉGICAS DESARROLLADAS POR LA 14 EN SU PROCESO VIGENTE DE
LIQUIDACIÓN JUDICIAL**

AUTORES

ELIANA PÉREZ BRAND

ROYNER ENEL ROMERO OBANDO

DIRECTOR DEL PROYECTO

JAIME MARTÍNEZ BOLAÑOS

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CONTADURÍA PÚBLICA Y FINANZAS INTERNACIONALES

ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

SANTIAGO DE CALI

2022

Agradecimientos

Queremos agradecer en este espacio a todas las personas que nos han apoyado durante la carrera y en especial, en la elaboración de este trabajo, pues sin su activa participación, no podría llevarse a cabo el siguiente trabajo.

En primer lugar, queremos agradecerles a nuestros padres por apoyarnos en toda la carrera, la oportunidad de emprender nuestras vidas, por la fortaleza y todas las experiencias que hemos vivido. Por su aprendizaje que han forjado grandes personas y profesionales.

En segundo lugar, queremos extender nuestro agradecimiento a la Universidad Icesi, la cual nos ha acompañado en este proceso de aprendizaje y nos ha permitido disfrutar de unas experiencias enriquecedoras en todos nuestros ámbitos como personas y en especial, como profesionales. A nuestro director de proyecto de grado Jaime Martínez Bolaños por brindarnos su amistad, confianza y apoyo en esta última etapa de nuestra carrera universitaria, y su confianza depositada en nosotros, es resultado de un excelente proceso de aprendizaje.

Gracias a nuestros buenos amigos, profesores, compañeros y familia, para nosotros es todo un orgullo contar con ustedes, nos llena de felicidad y nostalgia poder contar con su compañía, apoyo, fortaleza y cariño siempre.

Resumen

Almacenes La 14 fue una de las empresas más importante del valle del Cauca en la industria del comercio minorista, generó empleo y fue una empresa insignia de los vallecaucanos y aún más de los caleños. Se vio obligada a realizar estrategias comerciales para negociar su salida del mercado y de esta manera reducir el impacto de su proceso de liquidación en los empleos, deudas a socios comerciales y demás. Al momento de analizar diferentes opiniones que surgieron después del anuncio de su liquidación judicial, se busca entender el cómo la sociedad vallecaucana percibe estas alianzas estratégicas. En este proyecto se realiza una caracterización del impacto social ante estas nuevas estrategias implementadas a lo largo del proceso de liquidación. Para lograr este objetivo se recolectó información mediante una encuesta que trataba de recopilar toda la información necesaria para entender la postura de la sociedad ante esta reciente situación. Finalmente, en gran mayoría de los encuestados están de acuerdo con las estrategias tomadas, sin embargo, existe una incertidumbre sobre la profundidad de los beneficios y que no sean únicamente el bienestar de todos sus socios comerciales.

Palabras claves: Liquidación, alianzas estratégicas, caracterización, Almacenes La 14.

Abstract

Almacenes La 14 was one of the most important companies in the Valle del Cauca in the retail industry; it generated employment and was a flagship company for the people of the Valle del Cauca and even more so for the people of Cali. It was forced to carry out commercial strategies to negotiate its exit from the market and thus reduce the impact of its liquidation process on jobs, debts to commercial partners and others. At the time of analyzing different opinions that arose after the announcement of its judicial liquidation, we seek to understand how the Valle del Cauca society perceives these strategic alliances. This project characterizes the social impact of these new strategies implemented throughout the liquidation process. To achieve this objective, information was collected through a survey that tried to gather all the necessary information to understand the position of the society before this recent situation. Finally, the vast majority of respondents agree with the strategies taken, however, there is uncertainty about the depth of the benefits and that they are not only the welfare of all its business partners.

Key words: Liquidation, strategic alliances, characterization, Almacenes La 14.

Contenido

<u>1.</u>	Introducción	8
<u>2.</u>	Antecedentes	9
2.1	Carrefour	9
2.2	Alianza entre Grupo Éxito y Rappi	9
2.3	Alianza entre Visa y Rappi	10
<u>3.</u>	Planteamiento del problema	11
3.1	Planteamiento del problema	11
3.2	Pregunta problematizadora	11
<u>4.</u>	Justificación	12
<u>5.</u>	Objetivos	13
5.1	Objetivo general	13
5.2	Objetivos específicos	13
<u>6.</u>	Marco Teórico	14
6.1	Proceso de reorganización	14
6.2	Proceso de liquidación judicial	16
6.3	Balance social	18
6.4	Alianzas estratégicas	19
<u>7.</u>	Marco Legal	19
<u>8.</u>	Metodología	20
8.1	Identificación de alianzas estratégicas	20
8.2	Encuesta	20
8.3	Análisis de resultados	27
<u>9.</u>	Presentación de Resultados	31
9.1	Alianzas estratégicas	31
9.2	Resultados de encuesta	32
<u>10.</u>	Conclusión	35
<u>11.</u>	Referencias	36

Índice Tablas

Tabla 1. Prueba Chi-cuadrada para asociación.	28
Tabla 2. Continuidad prueba de Chi-cuadrado para asociación.	29

Índice Gráficos

Gráfico 1. Elaboración Google Forms	33
---	----

1. Introducción

El sector de comercio minorista es un sector relevante para la economía colombiana, con una participación del 12,5% del PIB del país y ocupa el 28% de la fuerza laboral. De acuerdo con la firma JLL, Almacenes La 14 tiene una participación significativa dentro del sector, en especial en el suroccidente colombiano, ocupando el quinto lugar en la industria (Emis University, 2021). De manera que, desde el 2018, la dinámica y tasa de ventas reales en el sector ha sido positiva, y, ara diciembre del 2019, las ventas del comercio al por menor aumentó 7.1% respecto al año anterior, el sector retail se encontraba en auge.

De igual forma, “Registramos con satisfacción el resultado del comercio al por menor durante el 2019, año en que aumentó 6.5%. Se trata de la mayor tasa registrada desde 2014. Además, destacamos el repunte que tuvo este indicador en diciembre, al crecer 7.1%, frente a lo alcanzado en similar tiempo de 2018”, aseguró el ministro de Industria, Comercio y Turismo, José Manuel Restrepo. (Restrepo, 2020)

Ahora bien, hoy en día la situación para la empresa no es como se mencionó anteriormente, debido a una desfavorable gestión que afectó su operación. Siendo así, Almacenes la 14, a inicios del 2021 fue admitida en Ley de insolvencia o proceso de reorganización para tratar de mejorar su situación financiera, sin un resultado favorecedor, la empresa terminó solicitando la liquidación judicial a la Superintendencia de Sociedades.

Pese a la desfavorable noticia, la empresa ha estado gestionando alianzas estratégicas para disminuir los impactos de la situación que está presentando. De esta manera, ha establecido relaciones con Supertiendas Cañaveral y Comfandi para mantener tres de sus establecimientos en funcionamiento bajo distintas modalidades, logrando beneficios para ambas partes.

2. Antecedentes

Las alianzas estratégicas son utilizadas por las empresas cuando están atravesando por momentos difíciles, crisis, o ya sea para mejorar el rendimiento y cumplimiento de sus objetivos. A modo de ejemplo, es posible destacar alianzas como Carrefour con Cencosud, Rappi y Grupo Éxito, Justo y Bueno, entre otras.

2.1 Carrefour

Carrefour es una cadena multinacional de distribución de origen francés dedicada al sector minorista que hizo presencia en Colombia por más de 14 años. No obstante, tomó la decisión de terminar sus operaciones en el 2012, para ello inició el proceso de venta de sus activos y finalmente fue comprada por la empresa chilena Cencosud. Siendo así, esta es una de las alianzas estratégicas más utilizadas por las compañías para gestionar acuerdos que logren los objetivos de ambas de forma independiente (República, 2012).

Con la compra por un valor de 2.600 millones de dólares, obtuvo un posicionamiento de la segunda compañía en ventas minoristas en el país, después de almacenes Éxito. Con esta transacción se quedará con 93 establecimientos de los cuales 72 son hipermercados y varias estaciones de gasolina. Con lo anterior, Carrefour logró su objetivo de salir del comercio retail colombiano, y a la compañía Cencosud el ingreso al país con excelentes ubicaciones e infraestructura (República, 2012).

2.2 Alianza entre Grupo Éxito y Rappi

Rappi es una de las plataformas con mayores alianzas estratégicas en el mercado, una de ellas es la alianza que firmaron y anunciaron con el grupo Éxito y Carulla. La estrategia

consistía en realizar los domicilios a través de la plataforma y el mercado o producto llegaba a la casa del cliente. Esto con el objetivo de aumentar las compras por medio de plataformas digitales. De esta manera, los usuarios de éxito y tiendas Carulla recibirán los envíos gratis por comprar superiores a \$100.000. También, para Carulla se entregarán en máximo 35 minutos, teniendo a su disposición más de 3.500 rappideros con los que cuenta la aplicación en Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga y Cartagena. Se buscó garantizar que los consumidores contarán con los mismos precios de la tienda con envío gratis en tiempo récord (República L. , 2017).

2.3 Alianza entre Visa y Rappi

De forma similar, Visa también realizó una alianza con Rappi para apoyar el mercado digital a través de las tarjetas de crédito que están otorgando a sus usuarios, de este modo, Rappi tiene beneficios directos e indirectos de esta transacción al igual que Visa. Bajo el acuerdo multianual, las compañías trabajarán juntas para impulsar soluciones de pagos digitales y servicios financieros de próxima generación y eliminar el dinero en efectivo de las transacciones de bajo monto: un beneficio tanto para los comercios como para los consumidores que utilizan la plataforma de Rappi (Semana, 2020).

Así, este acuerdo es una expansión del trabajo de colaboración que se ha venido realizando con Rappi en la región. A medida que los pagos móviles y digitales se convierten en la norma, el objetivo de Visa es garantizar que todos los pagos sean sencillos, convenientes y seguros, independientemente del dispositivo que se utilice para pagar, ya sea un dispositivo portátil, un teléfono, un electrodoméstico o cualquier otro dispositivo conectado a Internet (Semana, 2020).

3. Planteamiento del problema

3.1 Planteamiento del problema

Almacenes La 14 S.A. generó empleos, incrementó la participación de medianas y pequeñas empresas, fue tomando valor para la ciudadanía caleña y expandiendo a otros municipios del Valle del Cauca. Con el paso del tiempo, se consolidó como una empresa importante del sector del retail, aun siendo una empresa local. Sin embargo, en los últimos años, la empresa evidenció altos gastos operativos e incluso pérdidas en sus estados de resultados.

Siendo así, poco a poco fue decayendo su situación financiera aumentando sus pasivos y reduciendo su personal, su operación. Para los usuarios era sorpresa encontrar sus estantes vacíos y cada vez menos productos y servicios en los establecimientos. Eventualmente, la situación financiera llegó al punto de no retorno de solicitar la liquidación judicial, en el proceso se realizaron diferentes transacciones donde sus establecimientos fueron adquiridos o arrendados por otras entidades teniendo diferentes consecuencias e impactos en las comunidades.

3.2 Pregunta problematizadora

¿Cuál es el impacto social de las alianzas estratégicas gestionadas por Almacenes 14 S.A. en liquidación?

4. Justificación

La presente investigación se enfocará en la percepción que tiene la ciudadanía vallecaucana sobre la gestión y respuesta de Almacenes La 14 S.A. teniendo en cuenta su contribución, tiempo de operación, generación de empleo y aporte de la entidad a la comunidad local. Con sus diferentes actividades permitieron posicionarse como una importante tienda en la industria del retail y un cariño profundo por parte de sus clientes. La noticia de su liquidación judicial generó diferentes opiniones en cuanto a qué debía hacer la entidad con respecto a su personal, gestión, proveedores pequeños que le debían, e incluso, los arrendamientos internos que tenía. Todos los actores cobraron una relevancia significativa y por tal razón, la comunidad se cuestionaba toda la situación. Dada la relevancia de la empresa a nivel económico como cultural en la comunidad, pretendemos conocer, después de las gestiones realizadas, qué opinan la comunidad ahora sobre la entidad.

5. Objetivos

5.1 Objetivo general

Caracterizar el impacto social de las alianzas estratégicas desarrolladas por La 14 en su vigente proceso de liquidación judicial.

5.2 Objetivos específicos

- Identificar las alianzas estratégicas desarrolladas por Almacenes La 14.
- Analizar la percepción de la comunidad del suroccidente colombiano ante estas alianzas estratégicas de almacenes La 14 mediante una encuesta.

6. Marco Teórico

En los siguientes puntos, mediante los conceptos, ejemplos empresariales de procesos de insolvencia y liquidación judicial, también situaciones de alianzas estratégicas desarrolladas en estos entornos, entre otros; se busca contextualizar y discutir sobre el impacto socioeconómico que generan las decisiones empresariales en la comunidad local.

6.1 Proceso de reorganización

La insolvencia es un proceso completamente legal a través del cual las organizaciones en dificultades económicas llegan a acuerdos de pago. Esto, evita que las empresas se estanquen y termine desapareciendo la organización. Esta decisión se utiliza como último recurso, cuando las opciones de recuperar el rumbo financiero se hayan agotado como el diferido, la compra de cartera, la consolidación de deudas, una renegociación o reestructuración (Colombia, 2021).

El proceso de reorganización o ley de insolvencia permite a las empresas normalizar sus relaciones comerciales y crediticias mediante su reestructuración operacional administrativa, de activos y pasivos, por medio de procesos de reorganización o liquidación judicial. Este proceso está regulado por la Ley 1116 de 2006 y los Decretos 560 de 2020, 772 de 2020 y 842 de 2020, los últimos flexibilizaron la ley inicial para agilizar el proceso.

ARTÍCULO 1o. FINALIDAD DEL RÉGIMEN DE INSOLVENCIA. El régimen judicial de insolvencia regulado en la presente Ley tiene por objeto la protección del crédito y la recuperación y conservación de la empresa como unidad de explotación económica y fuente generadora de empleo, a través de los procesos de reorganización y de liquidación judicial, siempre bajo el criterio de agregación de valor.

El proceso de reorganización pretende a través de un acuerdo, preservar empresas viables y normalizar sus relaciones comerciales y crediticias, mediante su reestructuración operacional, administrativa, de activos o pasivos.

El proceso de liquidación judicial persigue la liquidación pronta y ordenada, buscando el aprovechamiento del patrimonio del deudor.

El régimen de insolvencia, además, propicia y protege la buena fe en las relaciones comerciales y patrimoniales en general y sanciona las conductas que le sean contrarias. (Colombia, 2021).

Dando continuidad, a nivel académico, el proceso de reorganización es “preservar empresas viables y normalizar sus relaciones comerciales y crediticias, mediante la reestructuración operacional, administrativa, de activos o pasivos para así poder sacar la empresa adelante y evitar su liquidación” (Cardona, 2018). Por lo anterior, para el presente se tomará el concepto de reorganización empresarial como “es el proceso mediante el que una empresa se transforma, adaptándose a un nuevo modelo empresarial, antes desconocido para ella. El objetivo de la reestructuración es el generar mayor competitividad, así como garantizar el funcionamiento futuro” (Coll, 2020).

De hecho, se puede ver la situación de Almacenes YEP, esta era una compañía dedicada a la compra y venta de mercancías nacionales y extranjeras, así como de bienes raíces, la empresa fue admitida para el proceso de reestructuración por la Superintendencia de Sociedades en el 2015 (Salcedo, 2016). Esto debido a que la compañía tenía insolvencia por una reducción de las ventas en un 97% como consecuencia de las dificultades en la toma de decisiones de la empresa.

Al cierre del 2014, el total de activos sumaba poco más de 161.000 millones de pesos, pero sus deudas llegaban a los 120.000 millones y un patrimonio de 40.504 millones. Se intentó un proceso de reestructuración, en el cual, uno de los acreedores se encargó de la operación y

administración de 19 locales que había, la idea fue revitalizar y mejorar ostensiblemente las ventas para alcanzar un punto óptimo de rentabilidad. Lastimosamente, la estrategia de reestructuración no brindó los resultados esperados. Finalmente, la entidad optó por la liquidación judicial, como última alternativa (Portafolio, 2016).

6.2 Proceso de liquidación judicial

La liquidación judicial de una sociedad es un proceso que se adelanta ante un juez Civil de Circuito o ante la Superintendencia de Sociedades si es del caso, mediante el cual se pretende poner fin a la actividad comercial y dar finalización a la personalidad jurídica de una sociedad (Insolvencia, s.f.). Mediante este procedimiento se busca convertir en dinero los bienes y activos de la sociedad, para que puedan ser distribuidos entre los acreedores de forma garantizada o en últimas adjudicar estos, a fin de atender el pasivo hasta el monto total de los activos (Insolvencia, s.f.). Dando continuación con almacenes YEP, debido a que el proceso de reorganización fue fallido se procedió a hacer la liquidación de los activos.

“ARTÍCULO 50. EFECTOS DE LA APERTURA DEL PROCESO DE LIQUIDACIÓN JUDICIAL. La declaración judicial del proceso de liquidación judicial produce:1. La disolución de la persona jurídica. En consecuencia, para todos los efectos legales, esta deberá anunciarse siempre con la expresión “en liquidación judicial”.2. La cesación de funciones de los órganos sociales y de fiscalización de la persona jurídica, si los hubiere. 3. La separación de todos los administradores.

4. La terminación de los contratos de tracto sucesivo, de cumplimiento diferido o de ejecución instantánea, no necesarios para la preservación de los activos, así como los contratos de fiducia mercantil o encargos fiduciarios, celebrados por el deudor en calidad de constituyente, sobre bienes propios y para amparar obligaciones propias o ajenas; salvo por aquellos contratos

respecto de los cuales se hubiere obtenido autorización para continuar su ejecución impartido por el juez del concurso.

5. La terminación de los contratos de trabajo, con el correspondiente pago de las indemnizaciones a favor de los trabajadores, de conformidad con lo previsto en el Código Sustantivo del Trabajo, para lo cual no será necesaria autorización administrativa o judicial alguna quedando sujetas a las reglas del concurso, las obligaciones derivadas de dicha finalización sin perjuicio de las preferencias y prelaciones que les correspondan. 6. Disponer la remisión de una copia de la providencia de apertura del proceso de liquidación judicial al Ministerio de la Protección Social, con el propósito de velar por el cumplimiento de las obligaciones laborales.

7. La finalización de pleno derecho de los encargos fiduciarios y los contratos de fiducia mercantil celebrados por el deudor, con el fin de garantizar obligaciones propias o ajenas con sus propios bienes (...). 8. La interrupción del término de prescripción y la inoperancia de la caducidad de las acciones respecto de las obligaciones que contra el deudor o contra sus codeudores, fiadores, avalistas, aseguradores, emisores de cartas de crédito o cualquier otra persona que deba cumplir la obligación, estuvieren perfeccionadas o sean exigibles desde antes del inicio del proceso de liquidación judicial.

9. La exigibilidad de todas las obligaciones a plazo del deudor. (...) 10. La prevención a los deudores del concursado de que sólo pueden pagar al liquidador, advirtiéndole la ineficacia del pago hecho a persona distinta. 11. La prohibición para administradores, asociados y controlantes de disponer de cualquier bien que forme parte del patrimonio liquidable del deudor o de realizar pagos o arreglos sobre obligaciones anteriores al inicio del proceso de liquidación judicial, a partir de la fecha de la providencia que lo decreta, so pena de ineficacia, cuyos presupuestos serán reconocidos por el Juez del concurso, sin perjuicio de las sanciones que aquellos le impongan.

12. La remisión al Juez del concurso de todos los procesos de ejecución que estén siguiéndose contra el deudor, hasta antes de la audiencia de decisión de objeciones, con el objeto de que sean tenidos en cuenta para la calificación y graduación de créditos y derechos de voto. Con tal fin, el liquidador oficiará a los jueces de conocimiento respectivos. La continuación de los mismos por fuera de la actuación aquí descrita será nula, cuya declaratoria corresponderá al Juez del concurso.13. La preferencia de las normas del proceso de liquidación judicial sobre cualquier otra que le sea contraria.” (Colombia, 2021).

Dando continuidad, para el área académica, la liquidación judicial es tomada como de sociedades es “el proceso por el cual se van enajenando los derechos y bienes de la empresa por lo liquidadores correspondientes” (Llamas, 2020). Por todo lo anterior, es “la última ratio dentro del proceso de reorganización. Por tal razón se debe lograr que la reorganización del deudor suponga para su reinserción en la vida económica, entendiendo la liquidación como una opción de última instancia” (Cardona, 2018) donde se venden todos sus activos para pagar sus pasivos.

6.3 Balance social

El balance social es el registro de actividades de una organización que se vinculan a la comunidad donde se encuentra establecida. Este es un proceso de evaluación comparativo inicial de talentos, capital social, y alianzas estratégicas de la organización, necesidades de los asociados, sus familias y comunidad de entorno, los proyectados como; proyectos sociales, culturales, ambientales, políticos y educativos para atender las necesidades más sentidas de la comunidad empresarial (Supersolidaria, s.f.). Pese a la evaluación y presentación de las acciones realizadas por las empresas a la comunidad, también es importante la percepción de la comunidad frente estas decisiones, dado el impacto en el entorno en que se desarrollan.

6.4 Alianzas estratégicas

Una alianza estratégica es un acuerdo realizado por dos o más partes para alcanzar un conjunto de objetivos deseados por cada parte independientemente. Estos acuerdos pueden darse entre empresas de diferentes sectores con el fin de fortalecer sus objetivos comerciales, mediante acciones que beneficien a un mismo segmento de clientes. En estos convenios de compartir recursos desarrollados y abundantes en una empresa, y escasos en otra; en aspectos como el financiero, de personal, áreas comerciales, técnica, tecnológica, fondos, inversiones, credibilidad, prestigio y sistemas establecidos de distribución a nivel nacional e internacional. Esta forma de cooperación se encuentra entre las fusiones y adquisiciones y el crecimiento orgánico (Nirian, 2021).

Hill y Jones (2005) describen las alianzas estratégicas como acuerdos de cooperación entre empresas procedentes de distintos países que son competidores reales o potenciales. Las alianzas estratégicas van desde empresas conjuntas formales, en las que dos o más empresas tienen la misma participación accionaria, hasta acuerdos contractuales de corto plazo, en virtud de los cuales dos compañías pueden acordar cooperar respecto a un problema particular (Aguilar Valdés, Cabral Martell, Alvarado Martínez, & Alvarado, 2013)

7. Marco Legal

- **Ley 1116 de 2006.** El Congreso Nacional de la República de Colombia establece el Régimen de insolvencia Empresarial en la República de Colombia y otras disposiciones. La Ley incluye el proceso de reorganización empresarial y el proceso de liquidación judicial.

8. Metodología

El presente trabajo pretende conocer la percepción de la comunidad vallecaucana respecto a las alianzas realizadas por Almacenes La 14, de manera que se realizó una encuesta mediante la aplicación de Forms en Google, compartida entre la comunidad mediante un enlace e ingresada por los estudiantes responsables en los casos de personas no usuarias de redes sociales. En primera instancia, se quiere identificar las alianzas estratégicas gestionadas por Almacenes La 14 en su proceso de liquidación judicial, posteriormente la creación de la encuesta y su ejecución.

8.1 Identificación de alianzas estratégicas

La identificación de las alianzas estratégicas gestionadas por La 14 y otras compañías se vio afectada debido al limitado acceso a la información, lo reciente de la misma y lo rápidamente que se generaron las transacciones, no existe un gran detalle de lo ocurrido entre las entidades involucradas, la información fue obtenida mediante una investigación en las diferentes plataformas, revistas o periódicos donde mencionará quienes y cómo habían participado en las transacciones.

8.2 Encuesta

El método de recolección de información definido para el presente trabajo es una encuesta, definida como

un procedimiento o un método de investigación social cuya aplicación significa el seguimiento de un proceso de investigación en toda su extensión, destinado a la recogida de los datos de la investigación, pero en el que se involucran un conjunto diverso de técnicas que, combinadas, en una sintaxis propia y coherente, que se orientan y tienen como objetivo la construcción de un objeto científico de investigación. (López-Roldán, 2016)

De forma seguida, la encuesta se realizó de manera web, es decir “modalidad de encuesta autoadministrada, donde no existe entrevistador” (López-Roldán, 2016) mediante la plataforma de Forms de Google. Teniendo en cuenta que, la modalidad autoadministrada se define como “es la ausencia de un entrevistador que lea las preguntas y anote las respuestas. Estas tareas recaen en la persona que responde al cuestionario” (de Rada, 2012). Dando continuidad a la creación de la encuesta, esta tiene una finalidad sincrónica, definida como “a un momento concreto en el tiempo, corresponden a estudios estáticos que buscan reflejar un fenómeno en un momento dado”. (López-Roldán, 2016). De esta forma, el estudio estático se enfoca en el proceso dado con La 14 en su punto final, la liquidación judicial.

Se utilizó la encuesta barómetro o sondeo de opinión definida por Miller como muestral donde “se incluye una temática variada centrada en la opinión pública sobre temas más o menos de actualidad; el tamaño muestral es más reducido, (...) y el análisis es esencialmente descriptivo” (Martín, 2011). Es importante destacar, las variables utilizadas son cualitativas... En la creación del cuestionario se dividió en diferentes sesiones, con un máximo de 20 preguntas, con 2 opciones de profundización, en la planeación de la encuesta, se optó por preguntas con opciones afirmativas o negativas de respuesta, con opciones limitadas.

Las sesiones separadas tienen la intención de dirigir al encuestado, en la primera parte, se busca identificar la edad, el género, el nivel académico y estrato socioeconómico con opciones limitadas. El orden de diligenciamiento es el siguiente presentado. Esta primera parte se definió con la intención de conocer un poco desde qué perspectiva académica y social el encuestado puede brindar su percepción. Edad en años cumplidos con intervalo

1. Edad en años cumplidos
 - a. 18-22 años
 - b. 23-27 años
 - c. 28-32 años

- d. 33-37 años
 - e. Más de 42 años
2. Estrato socioeconómico.
- a. Estrato 1
 - b. Estrato 2
 - c. Estrato 3
 - d. Estrato 4
 - e. Estrato 5
 - f. Estrato 6
3. Niveles académicos
- a. Primaria
 - b. Bachillerato
 - c. Técnico profesional
 - d. Tecnología profesional
 - e. Estudios de pregrado
 - f. Profesional
4. Género con el que se siente identificado
- a. Hombre
 - b. Mujer
 - c. Prefiero no decirlo.

En la siguiente sesión la finalidad es conocer si el encuestado fue usuario de La 14 en su periodo de funcionamiento, previo al 4 de noviembre del 2021. La sesión abría dos posibilidades de cuestionario, unas preguntas seguidas para aquellos que fueron usuarios de los almacenes y a quienes no, les permitía continuar con la tercera sesión. En caso de que el

encuestado fuera usuario se le preguntaba la frecuencia y la última que lo visitó previo el cierre de los establecimientos de comercio.

5. Cuando Almacenes La 14 estaba en funcionamiento, ¿usted era usuario?

- a. Si
- b. No

6. ¿Con qué nivel de frecuencia compraba en las tiendas?

- a. Una vez cada dos semanas
- b. Una vez cada mes
- c. Una vez cada seis meses
- d. Una vez al año

7. Cuando Almacenes La 14 estaba en servicio, teniendo en cuenta que el día de cierre fue el 4 noviembre del 2021, ¿Cuándo fue la última vez que usted compró?

- a. En el último mes de servicio
- b. Meses antes de cerrar puertas.
- c. Un año antes de cerrar
- d. Más de 2 años antes de su cierre.

Con las anteriores preguntas, se buscaba conocer la asistencia a los establecimientos, la fidelización del cliente y la atención a noticias, cambios ocurrentes, debido a el conocimiento actualizado de noticas del establecimiento, cambio de políticas. Esto modifica la perspectiva de las personas referente a la siguiente sesión, por la cercanía con la compañía. En la tercera sesión se continua con la misma metodología, en caso de ser afirmativa continuaba con unas preguntas mientras que de ser negativa saltaba a la siguiente sesión.

En la tercera sesión de la encuesta, se le pregunta al encuestado sobre su conocimiento del proceso de reorganización que se llevó a cabo en los inicios del año 2021, con la respuesta afirmativa se consulta sobre el momento del conocimiento y si la situación era prevista por la comunidad en general y el medio mediante el cual se dieron cuenta. La primera pregunta enfoca

distribuciones de frecuencias (...) donde se utiliza para probar la asociación entre dos variables y contrastar las frecuencias observadas con las frecuencias esperadas” (Ricardi, 2011) .

$$\chi^2 = \sum \frac{(fo - ft)^2}{ft} \quad \chi^2 = \sum_i \frac{(\text{observada}_i - \text{teorica}_i)^2}{\text{teorica}_i}$$

Fuente: <https://sites.google.com/site/estadisticamuni/estadistica-inferencial/xi-cuadrada>

En esta prueba estadística siempre la hipótesis nula plantea que las variables analizadas son independientes. Para poder rechazar la hipótesis nula y que exista relación entre las variables, el valor P (nivel de significancia) debe ser menor a 0,05 o el valor de la chi-cuadrado mayor al valor crítico. (Munive, 2015)

“Es decir, para los datos nominales (sin orden intrínseco, como católico, protestante o judío), puede seleccionar el Coeficiente de contingencia, Phi (coeficiente) y V de Cramér, Lambda (lambdas simétricas y asimétricas y tau de Kruskal y Goodman) y el Coeficiente de incertidumbre”. (Estadísticos de tablas cruzadas, 2021)

Para la ejecución del análisis, se utilizaron las pruebas de Chi-cuadrado, con el valor crítico y valor p. La cuál generó una table para poder apreciar las variables relacionadas entre sí de los datos obtenidos de la encuesta. Las pruebas fueron ejecutadas en Minitab 19 utilizando Prueba Chi-cuadrado para asociación, buscando si existe dependencia o relación entre ambas, en total dieron 168 cruces entre las variables. De las anteriores, 27 cruces de variables para validar si estaban relacionadas o no, son variables que tiene relación entre sí.

Tabla 1. Prueba Chi-cuadrada para asociación.

Cruces	Variable 1	Variable 2	GdL	Chi-cuadrado	Valor crítico	Valor F	Hipotesis	Conclusión
6	Estrato socioeconómico	Frecuencia	15	39,021	24,996	0,001	H0: Son independientes H1: Están relacionadas	Relacionadas
10	Estrato socioeconómico	Última compra	15	31,803	24,996	0,007	H0: Son independientes H1: Están relacionadas	Relacionadas
14	Estrato socioeconómico	Enterarse reorganización	5	13,368	11,070	0,020	H0: Son independientes H1: Están relacionadas	Relacionadas
23	Usuario	Previo la situación	1	8,570	3,841	0,003	H0: Son independientes H1: Están relacionadas	Relacionadas
42	Previo la situación	Enterarse liquidación	1	3,831	3,841	0,050	H0: Son independientes H1: Están relacionadas	Relacionadas
64	Nivel académico	La montaña	15	29,158	24,996	0,015	H0: Son independientes H1: Están relacionadas	Relacionadas
71	Enterarse liquidación	La montaña	3	15,811	7,815	0,001	H0: Son independientes H1: Están relacionadas	Relacionadas
74	Edad	Éxito	4	42,287	9,488	0,000	H0: Son independientes H1: Están relacionadas	Relacionadas
76	Nivel académico	Éxito	5	26,286	11,070	0,000	H0: Son independientes H1: Están relacionadas	Relacionadas
85	Edad	De acuerdo1	4	14,578	9,488		H0: Son independientes H1: Están relacionadas	Relacionadas
87	Nivel académico	De acuerdo1	5	16,149	11,070	0,006	H0: Son independientes H1: Están relacionadas	Relacionadas
91	Última compra	De acuerdo1	3	8,827	7,815	0,032	H0: Son independientes H1: Están relacionadas	Relacionadas
96	Éxito	De acuerdo1	1	89,438	3,841	0,000	H0: Son independientes H1: Están relacionadas	Relacionadas
109	Edad	Supermercados	4	12,849	9,488	0,012	H0: Son independientes H1: Están relacionadas	Relacionadas
115	Última compra	Supermercados	3	8,318	7,815		H0: Son independientes H1: Están relacionadas	Relacionadas
122	Éxito	Supermercados	1	22,387	3,841	0,000	H0: Son independientes H1: Están relacionadas	Relacionadas
123	Edad	De acuerdo2	4	28,757	9,488	0,000	H0: Son independientes H1: Están relacionadas	Relacionadas
125	Nivel académico	De acuerdo2	5	11,662	11,070	0,040	H0: Son independientes H1: Están relacionadas	Relacionadas
129	Última compra	De acuerdo2	3	9,124	7,815	0,028	H0: Son independientes H1: Están relacionadas	Relacionadas
135	Éxito	De acuerdo2	1	31,836	3,841	0,000	H0: Son independientes H1: Están relacionadas	Relacionadas

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Continuidad prueba de Chi-cuadrado para asociación.

136	De acuerdo1	De acuerdo2	1	18,943	3,841	0,000	H0: Son independientes H1: Están relacionadas	Relacionadas
147	Posibilidad de recuperación	Motivo2	2	6,952	5,991	0,031	H0: Son independientes H1: Están relacionadas	Relacionadas
151	Edad	Mitigar consecuencias	4	30,761	9,488	0,000	H0: Son independientes H1: Están relacionadas	Relacionadas
164	Éxito	Mitigar consecuencias	1	20,655	3,841	0,000	H0: Son independientes H1: Están relacionadas	Relacionadas
165	De acuerdo1	Mitigar consecuencias	1	9,541	3,841	0,002	H0: Son independientes H1: Están relacionadas	Relacionadas
166	Supermercados	Mitigar consecuencias	1	16,154	3,841	0,000	H0: Son independientes H1: Están relacionadas	Relacionadas
167	De acuerdo 2	Mitigar consecuencias	1	9,826	3,841	0,002	H0: Son independientes H1: Están relacionadas	Relacionadas

Fuente: Elaboración propia

Con la anterior información, es posible verificar como la edad, el estrato socioeconómico, el nivel académico, si era usuario y la frecuencia de compra antes de su cierre del encuestado influye en la toma de decisiones respecto a su concepción de beneficio o no de

las alianzas estratégicas preguntadas en la encuesta. Mientras que, en su mayoría el enterarse de los procesos adelantados no tiene mucha influencia en la percepción de la persona.

Es importante mencionar otras relaciones asignadas según la tabla, pero por los valores obtenidos en el software estadístico menciona que existe probabilidad de que no sean válidas, por ello son excluidas de las tablas incluidas. Se optó por resumir la tabla dada su extensión. En las variables relacionadas, es de prioridad destacar como el nivel académico y el estrato económico aprueban las alianzas gestionadas por La 14.

9. Presentación de Resultados

9.1 Alianzas estratégicas

En el proceso de liquidación judicial, Almacenes La 14 empezó a poner sus locales en venta o arrendamiento, en busca de ingresos para empezar a saldar las deudas de sus pasivos, tanto con los bancos, el estado como los otros acreedores. Este proceso interesó a diferentes empresas por adquirir estos espacios para ampliar sus negocios. Dado el poco tiempo y la necesidad de gestionar las mejores ofertas, se realizaron las alianzas en muy poco tiempo.

La primera transacción fue realizada por la empresa La Montaña, en la cual tomó cinco tiendas de La 14 en alquiler en el mes de noviembre del 2021. Obtuvo las tiendas de La 14 de la Avenida Sexta, la Avenida Pasoancho, el centro comercial Cosmocentro, el centro comercial Calima y la ciudad de Pereira. Es importante destacar el representante legal de la cadena de supermercados, Tulio Gómez, también máximo accionista del América de Cali. Fundó e hizo crecer el supermercado Super Inter, vendido posteriormente al grupo Éxito. (País, Así son las cinco tiendas de La 14 que tomará en alquiler La Montaña, de Tulio Gómez, 2021)

La segunda alianza estratégica fue con el grupo Éxito, el cual adquirió cinco tiendas pertenecientes a La 14. Mediante un comunicado, el grupo Éxito anunció la adquisición del mobiliario, así como los derechos de uso y operación de las sedes de Jamundí, Palmira, Cartago, Tuluá en el Valle y de la tienda ubicada en Girardot, Cundinamarca. (Arévalo, 2021)

El grupo Éxito adquirió 24.500 mts² de área construida y, 18500 mts² de área de ventas. Destacan la revitalización de las tiendas, la recuperación de 830 empleo en el Valle del Cauca, así como la venta de productos locales, fortaleciendo las pequeñas y medianas empresas regionales. Finalmente agregan a su aporte social la reducción de la desnutrición crónica mediante la Fundación Éxito. (Arévalo, 2021)

Finalmente, otras cadenas de supermercados también tomaron tiendas de La 14 en arrendamientos, como Cañaveral que tomó los locales del Centro Comercial Centenario y el ubicado en Pance. La Feria, marca de origen caucana tomó en alquiler el inmueble localizado en Dapa, y por último el local ubicado en los Cristales fue tomado por la Caja de Compensación Familiar Comfandi (País, Grupo Éxito confirma adquisición de cinco tiendas que eran de Almacenes La 14, 2021). En este punto, es relevante destacar la acelerada recuperación real de capital, el reconocimiento en el mercado que tenía la entidad por sus establecimientos de comercios, la recuperación de dinero con los contratos de arrendamiento y las compraventas pactadas.

9.2 Resultados de encuesta

Las personas que respondieron la encuesta fueron 300 en total, con una mayoría en la comunidad joven. En la primera parte de la encuesta, los encuestados de 18 a 22 cuentan con una participación del 59%, de 23 a 27 años una participación del 18%, las personas de 28 a 32 años con una participación del 8,3% de manera igual que los siguientes rangos de edad 33 a 37 años y más de 42 años. En el estrato socioeconómico existe una distribución sin mayorías significativas, los estratos 3 y 4 cuentan con una participación del 21%, le siguen el estrato 4 con un 20,7%, en el cuarto puesto está el estrato 2, seguido el estrato 1 y de último el estrato 6.

En el nivel educativo de los encuestados, la mayoría con el casi 60% está cursando sus estudios de pregrado, seguidos por personas profesionales con un 20%, el 20% restante está divididas entre personas tecnólogas profesionales con el 6,3%, técnicos profesionales con el 5,3% y personas con título de bachiller con el 8,3%. Por parte del género de los 300 encuestados, 165 de los encuestados son mujeres, 133 hombres y 2 personas prefieren no decirlo.

En la segunda sesión de la encuesta, el 79,7% de los encuestados eran usuarios de Almacenes La 14, los cuales respondieron unas preguntas adicionales, la frecuencia de compra

con la mayor participación con un 37,7% era una vez cada dos semana, el 32,2% compraba una vez cada mes y las demás personas con una frecuencia de una vez cada seis meses o cada año. En cuanto a la última compra realizada antes del cierre, el 46,4% compró un año antes, el 30,1% en el último mes de servicio, el 17,2% un año antes y el restante más de dos años previamente.

En la tercera sesión de la encuesta, 161 de los encuestados se enteraron del proceso de reorganización iniciado por La 14, de ellos, el 52,8% se enteró en el primer semestre del 2021. Continuando con aquellos que se enteraron del proceso de reorganización, un 52,2% previnieron la situación y los medios de comunicación más utilizados fueron la voz a voz y las redes sociales. En la cuarta sesión de la encuesta, el 74,3% de todos los encuestados se enteraron del proceso de liquidación, 176 personas consideraron que La 14 podía recuperarse. En cuanto a la primera consideración que pensaron al momento de la noticia de liquidación, los resultados fueron los siguientes:

¿Cuál fue su primer pensamiento, preocupación o consideración con el anuncio de liquidación de Almacenes La 14?

300 respuestas



Gráfico 1. Elaboración Google Forms

En cuanto a las alianzas estratégicas, la primera pregunta era el factor más relevante en la alianza entre La 14 y La Montaña agromercados, en la cual, el 47% de las personas respondieron que era beneficio económico para ambas empresas, seguido de un 36% que consideraba el mantener los antiguos empleados de La 14, un 8,7% el pago a los proveedores y por último la generación de nuevos empleos.

Referente al Grupo Éxito y la compra de las sedes de La 14 en municipios, las personas consideraron con un 69,7% que era beneficioso para la economía local. Sin embargo, 81 personas, que no lo ven así, argumentan con que, aunque sea beneficioso para la economía local no significa que incentive el mercado laboral, también que genere ingresos a la empresa La 14 no significa que se incentive la economía, y puede provocar el cierre de medianos mercados o tiendas.

Por parte de los supermercados independientes como Cañaveral, Comfandi y la Feria tienen el 92,3% de aceptación de los encuestados en la adquisición de los locales en arrendamientos, de las personas que no lo aprueban como beneficio, argumentan una desconfianza con los posibles impactos en la economía y el mercado laboral local. Finalmente, 204 personas consideraron que la compra y los arrendamientos de los establecimientos comerciales de La 14 disminuyen las consecuencias negativas, pero el restante aún es escéptico ante la real disminución de los impactos de la liquidación de La 14.

Por parte de la asociación de las variables mediante la chi-cuadrada, es posible presentar una relación entre varias variables, sin embargo, ninguna de ellas se repite con frecuencia para destacar su influencia en la otra respuesta. Más, se reconoce la incidencia del estrato socioeconómico, el nivel académico, si era usuario y la última compra sobre las variables donde se cuestionan si la comunidad considera beneficioso las alianzas gestionadas.

10. Conclusión

Finalmente, de acuerdo con la encuesta realizada, los jóvenes de 18 a 22 años, en su mayoría con un estrato socioeconómico entre 3 y 5 cursando sus estudios universitarios, tienen una alta preocupación por los empleados y por los aliados comerciales que en su momento estaban en negociaciones con Almacenes La 14. Además, la preocupación es mucha ya que sus socios comerciales en su mayoría eran pymes, empresas que, si no percibían el dinero en las fechas estipuladas, iba a ser catastrófico para ellos.

Al mismo tiempo, las alianzas estratégicas realizadas por Almacenes La 14 y otras empresas del sector, se perciben con buenos ojos y están de acuerdo, ya que, los consideran como un salvavidas para los agentes económicos antes mencionados, el impacto en el desempleo y en las pymes sea el menor posible, creando una atmosfera de que sigue siendo una empresa que se preocupa por su gente. Sin embargo, existe una población que sigue algo insegura con la reducción de las consecuencias negativas.

11. Referencias

- Aguilar Valdés, A., Cabral Martell, A., Alvarado Martínez, F., Alvarado Martínez, T., & De León Contreras, G. (2013). Alianzas estratégicas y su aplicación en los agronegocios. *Revista Mexicana de Agronegocios*, pp.33-648.
- Arévalo, N. (21 de diciembre de 2021). Grupo Éxito sustituirá cinco puntos de venta de Almacenes La 14 con su formato Wow. *La República*.
<https://www.larepublica.co/empresas/grupo-exito-sustituira-cinco-puntos-de-venta-de-almacenes-la-14-con-su-formato-wow-3280502>
- Cardona, D. (2018). La eficacia del proceso de reorganización empresarial dentro del régimen de insolvencia colombiano. *Universidad Eafit*. (pp. 21-35).
- Coll, F. (28 de marzo de 2020). Reestructuración empresarial. *Economipedia.com*.
<https://economipedia.com/definiciones/reestructuracion-empresarial.html#:~:text=Una%20reestructuraci%C3%B3n%20empresarial%20es%20el,com o%20garantizar%20el%20funcionamiento%20futuro>.
- Ley 1116 de 2006. *Por la cual se establece el Régimen de Insolvencia Empresarial en la República de Colombia y se dictan otras disposiciones*. Diciembre 27 de 2006. DO: 46.494.
- Díaz, V. Ventajas e inconvenientes de la encuesta por Internet. *En Papers: Revista de sociología* (pp. 193-223).
- IBM (10 de junio de 2021) Estadísticos de tablas cruzadas. *Ibm.com*.
<https://www.ibm.com/docs/es/spss-statistics/SaaS?topic=crosstabs-statistics>.
- Insolvencia. (s.f.). Insolvencia. <https://www.insolvencia.co/liquidacion-judicial/>
- Llamas, J. (2 de julio de 2020). Liquidación de sociedades. *Economipedia.com*.
<https://economipedia.com/definiciones/liquidacion-de-sociedades.html>

López-Roldán, P., & Fachelli, S. (2015). La encuesta: Metodología de la Investigación Social Cuantitativa. Bellaterra (Cerdanyola del Vallès): Dipòsit Digital de Documents, Universitat Autònoma de Barcelona. Capítulo II, 3(pp. 8-22).

Martín, F. A. (2011). La encuesta: una perspectiva general metodológica (Vol. 35). CIS. (pp. 69-71).

Munive, D. (2015) Chi- Cuadrada. *Estadística Muni*.
<https://sites.google.com/site/estadisticamuni/estadistica-inferencial/xi-cuadrada>

Nirian, P. O. (18 de marzo de 2021). Alianza estratégica. *Economipedia.com*.
<https://economipedia.com/definiciones/alianza-estrategica.html>

El País. (19 de noviembre de 2021). Así son las cinco tiendas de La 14 que tomará en alquiler La Montaña, de Tulio Gómez. *El País*. <https://www.elpais.com.co/colombia/asi-son-las-cinco-tiendas-de-la-14-que-tomara-en-alquiler-la-montana-de-tulio-gomez.html>

El País. (20 de diciembre de 2021). Grupo Éxito confirma adquisición de cinco tiendas que eran de Almacenes La 14. *El País*. <https://www.elpais.com.co/valle/grupo-exito-confirma-adquisicion-de-cinco-tiendas-que-eran-de-almacenes-la-14.html>

Portafolio (13 de octubre de 2016). Almacenes Yep cerraron definitivamente. *Portafolio*.
<https://www.portafolio.co/negocios/empresas/almacenes-yep-cerraron-definitivamente-501026>

JPM (s.f.). Prueba de independencia de ji cuadrado. *Jpm.com*.
https://www.jmp.com/es_cl/statistics-knowledge-portal/chi-square-test/chi-square-test-of-independence.html#:~:text=La%20prueba%20de%20independencia%20de,pueden%20estar%20o%20no%20relacionadas.

La República. (18 de octubre de 2012). Cencosud adquiere Carrefour en Colombia por 2600 millones de dólares. *La República*. <https://www.larepublica.co/empresas/cencosud-adquiere-carrefour-en-colombia-por-us2600-millones-2023529>

La República. (25 de septiembre de 2017). Grupo Éxito y Rappi oficializan alianza de domicilios en las tiendas Éxito y Carulla. *La República*.

<https://www.larepublica.co/empresas/grupo-exito-y-rappi-oficializan-alianza-de-domicilios-en-las-tiendas-exito-y-carulla-2551978>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (13 de febrero 2020). Comercio al por menor registra los mejores resultados de los últimos 6 años. *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/mejores-resultados-en-6-anos-comercio-al-por-menor>.

Quevedo, F. (11 de diciembre de 2011). La prueba de ji-cuadrado. *Medwave.cl*. <https://www.medwave.cl/link.cgi/Medwave/Series/MBE04/5266>

Rodríguez, R. (2003). Cómo analizar cuantitativamente datos cualitativos softwares para el análisis estadístico de datos cualitativos y textuales (aedt). *Gestiopolis.com*. <https://www.gestiopolis.com/como-analizar-cuantitativamente-datos-cualitativos/>

Rodríguez, C. (11 de mayo de 2016). Almacenes YEP, en liquidación luego de acumular 1.170 deudas vencidas. *La República*. <https://www.larepublica.co/empresas/almacenes-yep-en-liquidacion-luego-de-acumular-1170-deudas-vencidas-2377751>

Semana. (10 de diciembre de 2020). Visa será socio exclusivo de Rappi para sus servicios financieros. *Semana*. <https://www.semana.com/alianza-entre-rappi-y-visa-para-fortalecer-servicios-financieros/309406/>

Superintendencia de la Economía Solidaria (s.f.) ¿Qué es el balance social ?. *Superintendencia de la Economía Solidaria*. <https://www.supersolidaria.gov.co/es/faq/17-que-es-el-balance-social#:~:text=El%20Balance%20social%20es%20el,culturales%2C%20ambientales%2C%20pol%20C3%ADticos%20y%20educativos>

González, M. M. (24 de octubre de 2021). Trabajó 33 años en Almacenes La 14 y recibió una liquidación de 470 mil pesos. *RCN Radio*. <https://www.rcnradio.com/economia/trabajo-33-anos-en-almacenes-la-14-y-recibio-una-liquidacion-de-470-mil-pesos>

El Tiempo. (04 de diciembre de 2018). Otras grandes marcas que se han marchado y que se van del país. *El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/economia/empresas/marcas-emblematicas-que-han-desaparecido-en-el-pais-301272>

Portafolio. (14 de octubre de 2020). El parque Panaca entra en proceso de reorganización empresarial. *Portafolio*. <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/el-parque-panaca-entra-en-proceso-de-reorganizacion-empresarial-545618>

Salazar, C. (16 de febrero de 2021). La caída de 6,8% del Producto Interno Bruto de 2020 fue la peor de la historia del país. *La República*. <https://www.larepublica.co/economia/la-caida-de-68-del-producto-interno-bruto-de-2020-fue-la-peor-de-la-historia-del-pais-3125632>