

Evaluation of Cost Management in the Formalization of Gastronomic Microenterprises in Commune 5 of Cúcuta

Evaluación de la gestión de costos en la formalización de microempresas gastronómicas en la comuna 5 de Cúcuta

Carlos Vicente Niño-Rondón^{1*}, Raúl Leonardo Maldonado-Rojas², Gerson Rueda-Vera³

^{1*} MSc. en Ciencia de Datos, carlosvicentnr@ufps.edu.co, <https://orcid.org/0000-0002-3781-4564>,
Universidad Francisco de Paula Santander, Cúcuta, Colombia

² Contador Público, raulleonardomaro@ufps.edu.co, <https://orcid.org/0009-0006-8270-4408>,
Universidad Francisco de Paula Santander, Cúcuta, Colombia.

³ Dr. en Educación, gersonruedaverda@ufps.edu.co, <https://orcid.org/0000-0001-9032-7100>,
Universidad Francisco de Paula Santander, Cúcuta, Colombia

Forma de citar: Niño-Rondón, C. V., Maldonado-Rojas, R. L., y Rueda-Vera, G. (2025). Evaluación de la gestión de costos en la formalización de microempresas gastronómicas en la comuna 5 de Cúcuta. *Eco Matemático*, 16(1), 33-44. <https://doi.org/10.22463/17948231.4907>

Recibido en Agosto 9, 2024 – Aprobado en Diciembre 17, 2024.

Palabras clave:

Gestión de costos,
Formalización,
Microempresas,
Rentabilidad,
Cúcuta

Resumen: El sector gastronómico ha consolidado su posición como una de las principales fuentes de empleo en ciudades como Cúcuta, Colombia, aunque continúa enfrentando altos niveles de informalidad y baja formalización empresarial. En este contexto, la gestión de costos se presentó como un factor crítico para mejorar la rentabilidad y la formalización de las microempresas gastronómicas. La gestión de costos permitía identificar los ingresos reales de una empresa al deducir detalladamente los costos, facilitando decisiones informadas sobre la asignación de recursos y precios. Además, una gestión eficiente contribuía a mejorar la calidad de los productos y servicios ofrecidos, aumentando así la satisfacción del cliente y la competitividad de la empresa en el mercado. Se tuvo como objetivo analizar la gestión de costos como un elemento clave de formalización para las microempresas gastronómicas en la comuna 5 de Cúcuta. A través de un estudio de caso en diversas microempresas gastronómicas de la zona, se identificaron las prácticas de gestión de costos empleadas y se evaluó su impacto en la formalización de estas empresas. Asimismo, se analizaron las barreras y desafíos que enfrentaron para formalizarse y se propusieron estrategias para mejorar la gestión de costos y fomentar la formalización empresarial en el sector gastronómico local. Los resultados de este estudio contribuyeron a un entendimiento más profundo de los problemas que enfrentan las microempresas para gestionar costos eficientemente y su relación con la formalización empresarial. En última instancia, se espera que las recomendaciones formuladas sirvieran como guía para mejorar las prácticas de gestión de costos y facilitar el acceso a la formalización para las microempresas gastronómicas en Cúcuta.

*Autor para correspondencia carlosvicentnr@ufps.edu.co

<https://doi.org/10.22463/17948231.4907>

Keywords:

Cost management,
Formalization,
Microenterprises,
Profitability,
Cúcuta

Abstract: The culinary sector has established itself as one of the primary sources of employment in cities like Cúcuta, Colombia, though it continues to face high levels of informality and low formalization of businesses. In this context, cost management emerged as a critical factor for improving profitability and formalization among gastronomic microenterprises. Cost management allowed businesses to identify real revenues by carefully deducting expenses, facilitating informed decisions regarding resource allocation and pricing. Additionally, efficient management could contribute to improving the quality of the products and services offered, thus enhancing customer satisfaction and market competitiveness. This research project aimed to analyze cost management as a key element of formalization for gastronomic microenterprises in commune 5 of Cúcuta. Through a case study involving various gastronomic microenterprises in the area, it sought to identify the cost management practices used and evaluate their impact on the formalization of these businesses. It also examined the barriers and challenges faced in formalization and proposed strategies to improve cost management and promote business formalization in the local gastronomic sector. The findings from this study contributed to a deeper understanding of the challenges faced by microenterprises in efficiently managing costs and their relationship with business formalization. Ultimately, the recommendations made were expected to serve as a guide to enhance cost management practices and facilitate access to formalization for gastronomic microenterprises in Cúcuta.

Introducción

En la actualidad, el sector gastronómico se posiciona como una de las principales fuentes de empleo y generación de ingresos en diversas ciudades del mundo, incluyendo San José de Cúcuta (Rueda Vera et al., 2022). No obstante, esta actividad económica enfrenta desafíos significativos, especialmente en términos de informalidad y bajos niveles de formalización empresarial (Duque-Roldán & Osorio-Agudelo, 2010). Esta realidad dificulta el acceso a financiamiento, la adopción de prácticas de gestión eficientes y la mejora de la calidad del servicio, limitando así el potencial de crecimiento de las microempresas gastronómicas (Duque et al., 2010; Pomiano Tapia & Apaza Urbina, 2017).

En este contexto, la gestión de costos emerge como un factor crucial para impulsar la rentabilidad y fomentar la formalización de las microempresas del sector (Pérez Torrez & Vanegas López, 2016). Una adecuada gestión de costos permite identificar los ingresos reales de los negocios mediante un análisis detallado de los gastos (León Cabanillas, 2017; Perez Sanchez, 2016), facilitando decisiones informadas sobre la asignación de recursos y la fijación de precios. Además, optimizar los costos

puede contribuir a mejorar la calidad de los productos y servicios ofrecidos, incrementando tanto la satisfacción del cliente como la competitividad en el mercado (Rodríguez Quezada & Gallegos Muñoz, 2019).

En ciudades como Cúcuta, donde el desempleo y la informalidad laboral son problemas persistentes (con tasas de desempleo del 13,4% y de informalidad laboral del 60,08% en 2023 según datos del DANE) (Diario La Opinión, 2019), muchas personas optan por emprender en el sector gastronómico como una alternativa económica. Sin embargo, la falta de preparación para enfrentar las complejidades de esta actividad, particularmente en la gestión de costos, a menudo deriva en un desempeño limitado (Fernández Gonzáles, 2017). Esto no solo perpetúa la informalidad, sino que también impide que propietarios y empleados accedan a beneficios laborales básicos como la seguridad social y las pensiones (Zambrano & Saavedra Cifuentes, 2018).

Este artículo tiene como objetivo analizar el papel de la gestión de costos como un elemento clave para la formalización de las microempresas gastronómicas en la comuna 5 de Cúcuta. A través

de un estudio de caso, se explorarán las prácticas actuales de gestión de costos, su impacto en la formalización empresarial y los principales desafíos que enfrentan los emprendedores de la zona (Blanco Encinosa, 2017). Finalmente, se propondrán estrategias para optimizar la gestión de costos y promover la formalización en este sector clave de la economía local.

Materiales y Métodos

Para el desarrollo de este estudio, se utilizó un enfoque cuantitativo, el cual facilitará un análisis detallado y objetivo mediante la recolección y procesamiento de datos estadísticos que respalden las conclusiones de la investigación (Medina Mestre, 2016).

En cuanto al tipo de estudio, se adoptó un enfoque descriptivo. Este tipo de investigación utiliza criterios sistemáticos que permiten comprender y analizar la estructura o el comportamiento de los fenómenos estudiados, proporcionando información ordenada y comparable con la obtenida en otras fuentes (Mora Gamboa, 2022). A través de esta metodología, se pretende describir las principales características de las microempresas gastronómicas en relación con su gestión de costos y su desempeño general. Todo esto, mediante la aplicación de encuestas (Ramon Puentes, 2022).

Análisis de población y muestra

La población utilizada será de 125 locales gastronómicos ubicados en los barrios correspondientes a la comuna 5 de la ciudad de Cúcuta. En cuanto a la muestra, se usará el cálculo de la fórmula probabilística, descrito en la ecuación 1.

$$n = \frac{(z \alpha)^2 pqN}{e^2(N - 1) + pq(z \alpha)^2} \tag{1}$$

En donde, n representa el tamaño de la muestra, $z\alpha$ representa el nivel de significación, que para 99 % equivale a 2.58 y para 95 % es igual a 1.96, e indica el máximo error permitido, mientras que p y q representan el nivel de aceptación y de rechazo respectivamente, manejados en 0.5, y N representa

la población total. Al reemplazar los valores de la ecuación 1 se obtiene un valor de n 95, tal y como se muestra en la ecuación 2.

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5 * 0.5 * 125)}{0.05^2(125 - 1) + (0.5 * 0.5)(1.96)^2} = 95 \text{ microempresas} \tag{1}$$

En la figura 1, se presenta un mapa donde se localiza la comuna 5 en la ciudad de Cúcuta, conformada por los barrios Alcalá, Ciudad Jardín, El Bosque, Guaimaral, Gratamira, La Merced, Lleras Restrepo, Paraíso, Pescadero, Colpet, Portachuelo, Prados del Norte, San Eduardo, Santa Helena, Sevilla, Tasajero, Urb. Gualanday, Urb. La Mar, Urb. Libertadores Total, Urb. Niza, Zona Industrial, Zona Franca y Zulima II, III, IV.

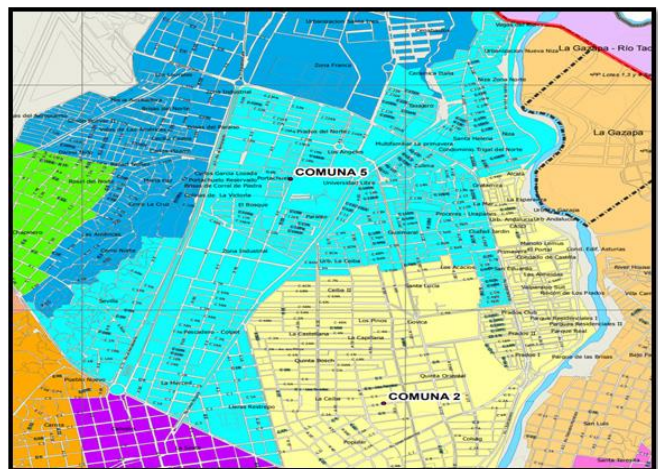


Figura 1. Comuna 5 de la ciudad de Cúcuta

Resultados

En la figura 2 se muestra la representación de la distribución de las microempresas gastronómicas de la comuna 5 de Cúcuta según su formalidad. Se observa que la proporción entre microempresarios formales e informales no presenta una diferencia significativa. Del total de los sujetos analizados, el 43,8 % corresponde a microempresarios formales, mientras que el 56,3 % pertenece al sector informal, reflejando una brecha de apenas 12,5 %. Esto sugiere que las microempresas gastronómicas formales e informales mantienen una distribución relativamente equilibrada en términos de formalidad.

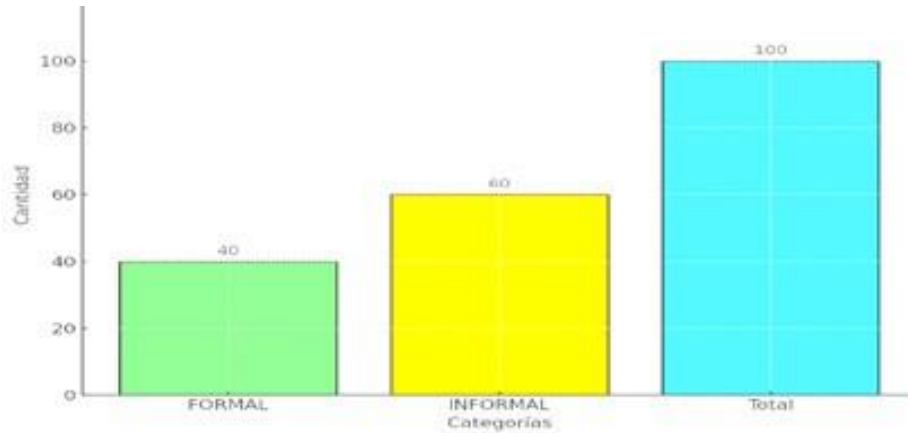


Figura 2. Distribución de las microempresas gastronómicas de la comuna 5 de Cúcuta según su formalidad.

Acuerdos comerciales con proveedores

Los acuerdos comerciales con proveedores representan un componente esencial en la gestión eficiente de las microempresas, ya que permiten establecer relaciones de colaboración que pueden traducirse en beneficios económicos y operativos (Risman, 2017). Negociar condiciones favorables, como descuentos, plazos de pago extendidos o servicios adicionales, no solo contribuye a reducir los costos de producción, sino que también fortalece la sostenibilidad del negocio en el tiempo. En el sector gastronómico, donde los márgenes de ganancia suelen ser ajustados, aprovechar estas oportunidades resulta clave para mejorar la rentabilidad y la competitividad en el mercado (Ochoa et al., 2020).

En la *figura 3* se muestran los resultados al consultar la frecuencia con la que los microempresarios realizan acuerdos con sus proveedores. La gráfica muestra que el 36,5 % de los microempresarios no establecen acuerdos comerciales con sus proveedores, lo que les impide acceder a descuentos o beneficios que podrían reducir sus costos de producción. Esta situación podría deberse a una falta de interés en negociar dichos acuerdos o, en algunos casos, al desconocimiento de estrategias efectivas para establecer negociaciones que resulten en ventajas mutuas. Esto limita su capacidad de optimizar recursos y mejorar su desempeño empresarial.

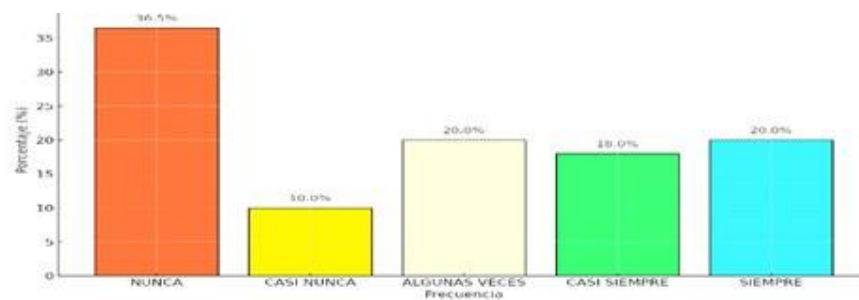


Figura 3. Distribución de las microempresas gastronómicas sobre la frecuencia con la que realizan acuerdos comerciales con sus proveedores.

Conocimiento del nivel de ingresos reales posterior a la deducción de costos

La figura 4 muestra que el 51% de los microempresarios tienen un conocimiento moderado sobre los ingresos reales generados después de deducir los costos de su negocio. Este resultado indica que, aunque tienen una percepción general sobre su rentabilidad, no están priorizando el seguimiento detallado de sus márgenes netos de ganancia. Esto puede reflejar la ausencia de registros financieros precisos o de herramientas para realizar análisis comparativos del capital invertido frente a las utilidades obtenidas. La falta de conocimiento profundo podría limitar la capacidad de tomar decisiones estratégicas orientadas al crecimiento y la sostenibilidad del negocio.

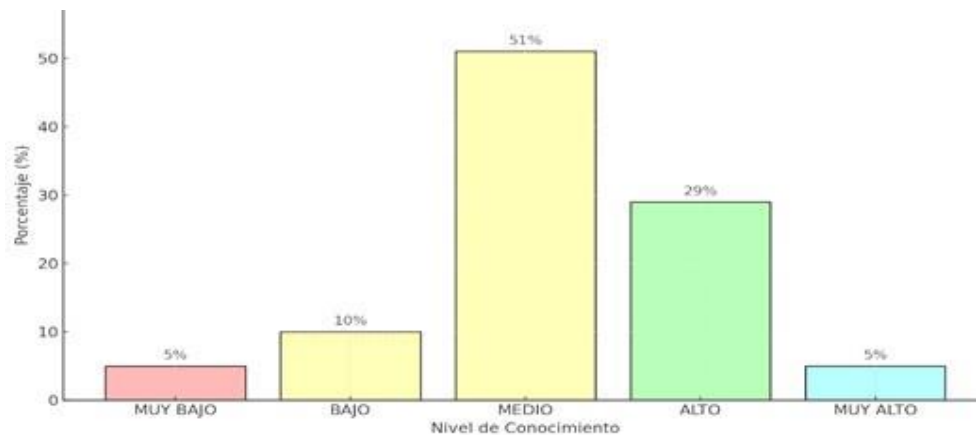


Figura 4. Distribución de las microempresas gastronómicas al consultar sobre el conocimiento del nivel real de ingresos.

Disposición para acceder a asesorías, servicios comerciales y financieros

La gestión adecuada de los costos es un pilar fundamental para garantizar la sostenibilidad y el éxito de cualquier negocio, especialmente en el sector gastronómico, donde los márgenes de ganancia pueden ser reducidos debido a la fluctuación de precios de los insumos y la competencia en el mercado (Goda & Torres García, 2017; Lampón et al., 2018). En este contexto, contar con el apoyo de profesionales en contabilidad y finanzas puede marcar una diferencia significativa al proporcionar herramientas y estrategias para la optimización de recursos, el control de gastos y la maximización de beneficios (Mercado-Mancinelli, 2012; Sánchez et al., 2015). Este ítem evalúa la disposición de los microempresarios gastronómicos para contratar servicios especializados como parte de sus esfuerzos por mejorar la gestión financiera de sus negocios. La figura 5 evidencia que el 41,7% de los microempresarios estarían dispuestos a contratar servicios contables y financieros para mejorar la gestión de sus costos. Este dato refleja que una gran parte de los emprendedores del sector gastronómico reconoce la importancia de optimizar el manejo, control y precisión de sus costos operativos. Además, consideran que el apoyo de un profesional contable podría ser clave para alcanzar una gestión más eficiente y estratégica de los recursos de su negocio.

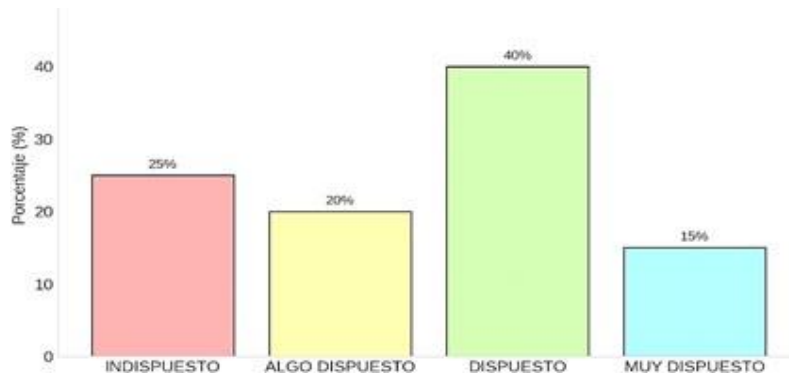


Figura 5. Distribución de las microempresas gastronómicas al consultar sobre la disposición para acceder a servicios de asesorías.

Publicidad y estrategias de promoción para su negocio

La publicidad juega un papel crucial en el crecimiento y sostenibilidad de los microempresarios, ya que les permite aumentar la visibilidad de sus productos y captar la atención de nuevos clientes. A través de estrategias publicitarias, como el uso de redes sociales, carteles promocionales o lanzamientos especiales, los negocios pueden posicionarse en mercados competitivos, destacar frente a sus competidores y fortalecer la relación con su público objetivo. Incluso una inversión ocasional en publicidad puede generar un impacto significativo al atraer compradores potenciales y fomentar el reconocimiento de marca, lo que contribuye a incrementar las oportunidades de venta y el desarrollo empresarial a largo plazo.

La figura 6 ilustra la frecuencia con la que los microempresarios destinan recursos a publicidad y estrategias de promoción para sus negocios. Se observa que la mayoría, equivalente al 34,4%, opta por invertir ocasionalmente en publicidad a través de diversos medios, como redes sociales, carteles o lanzamientos promocionales. Estas iniciativas buscan captar la atención de potenciales clientes y fortalecer la visibilidad de sus productos o servicios.



Figura 6. Distribución de las microempresas gastronómicas al consultar sobre frecuencia con la que implementan estrategias de publicidad

Demás consideraciones de los microempresarios

En cuanto al crecimiento empresarial y la implementación de prácticas contables, los resultados reflejan que no existe una correlación significativa entre la implementación de prácticas contables y el control de costos ($p > 0.05$). Esto sugiere que los microempresarios no consideran relevantes estas prácticas para el desempeño o desarrollo de sus negocios, ya que suelen gestionar sus ingresos de manera informal, basada principalmente en la popularidad de sus establecimientos. De igual forma, no se encontró una relación significativa entre la realización de auditorías de control interno y el crecimiento empresarial, indicando que estas prácticas no son vistas como una prioridad.

Respecto al nivel de satisfacción con los ingresos y la disposición para acceder a asesorías contables o financieras, no se observó una correlación significativa ($p > 0.05$). Esto significa que, independientemente de la percepción sobre la suficiencia de sus ingresos, los microempresarios no muestran un interés claro en solicitar servicios contables o financieros para mejorar la gestión de sus costos. Asimismo, tampoco se encontró una relación significativa entre el nivel de ingresos y la implementación de prácticas contables, ni entre los ingresos y la realización de auditorías internas. Esto sugiere que, para estos empresarios, la gestión contable formal no está directamente relacionada con su percepción de ingresos o su desempeño económico.

En el tema de la formalización para acceder a créditos o financiamiento externo, sí se observaron correlaciones significativas. Existe una fuerte relación entre la importancia dada a los créditos y la disposición a solicitar asesorías contables y financieras ($p < 0.05$), lo que indica que los emprendedores interesados en obtener financiamiento buscan apoyo contable para garantizar un endeudamiento seguro. Asimismo, se encontró una correlación significativa entre el interés por los créditos y la implementación de prácticas contables, evidenciando que aquellos con mejor control de sus costos están más dispuestos a buscar financiamiento externo. Sin embargo, no se encontró una relación significativa entre los créditos y la realización de auditorías internas, mostrando que estas prácticas no son vistas como determinantes para acceder a financiamiento.

En lo referente a la frecuencia de inversión en publicidad y su relación con prácticas contables y auditorías internas, los datos muestran que no existe una asociación significativa entre la inversión en publicidad y la disposición a acceder a servicios contables ($p > 0.05$). Del mismo modo, la frecuencia de inversión en publicidad no guarda relación con la implementación de prácticas contables para el control de costos, ni con la realización de auditorías internas. Esto evidencia que los microempresarios tienden a tomar decisiones de inversión en promoción de manera independiente, sin vincularlas a estrategias de control financiero o auditorías internas.

En la relación entre crecimiento empresarial y nivel de satisfacción con los ingresos mensuales, se evidencia una correlación significativa con un valor $p < 0.05$, lo que indica una fuerte asociación entre las variables. Esto refleja que el crecimiento empresarial de los microempresarios gastronómicos en la comuna 5 de Cúcuta está estrechamente relacionado con los ingresos generados. Dichos ingresos son fundamentales para permitir la expansión o mejora del negocio, como la renovación del local, la diversificación de ingredientes o la ampliación de las preparaciones ofrecidas al público. En este sentido, los resultados obtenidos durante un periodo determinado influyen directamente en las posibilidades de inversión y desarrollo del negocio.

Por otro lado, al analizar la relación entre crecimiento empresarial e importancia de formalizarse para acceder a créditos o financiamiento externo, no se encontró una correlación significativa, dado que el valor p fue superior a 0.05. Esto indica que no existe asociación entre estas variables, lo que implica que el crecimiento empresarial no influye en la importancia que los microempresarios gastronómicos atribuyen a la formalización para obtener financiamiento externo. Esto sugiere que los empresarios no consideran el acceso a créditos como un factor determinante para el desarrollo de sus actividades comerciales.

En cuanto a la relación entre crecimiento empresarial y frecuencia de inversión en publicidad y promoción, tampoco se observó una correlación significativa, ya que el valor p fue mayor a 0.05. Esto refleja que para los microempresarios encuestados, no existe una relación directa entre estas variables. Los resultados muestran que el crecimiento de estos negocios suele depender más de la publicidad "boca a boca" generada por los clientes satisfechos debido a la calidad del producto y el servicio ofrecido, en lugar de inversiones formales en estrategias de promoción.

En la relación entre crecimiento empresarial y grado de conocimiento de las ventajas de la formalización empresarial, no se encontró una correlación significativa, como lo indica el valor $p > 0.05$. Esto señala que el conocimiento sobre las ventajas de la formalización no está relacionado con el crecimiento empresarial. Para los microempresarios encuestados, saber más o menos sobre los beneficios de formalizarse no parece tener un impacto positivo en su desarrollo o éxito como negocio.

Al analizar la relación entre crecimiento empresarial y disposición para acceder a asesorías y servicios contables y financieros, los resultados también reflejan la ausencia de una correlación significativa, con un valor p mayor a 0.05. Esto

evidencia que, para estas microempresas, la disposición a recibir asesorías contables o financieras no tiene un impacto considerable en su crecimiento empresarial. Estas empresas no consideran que acceder a dichos servicios sea un factor importante para su desarrollo o éxito.

En la relación entre el conocimiento de los ingresos reales después de la deducción de costos y la importancia de formalizarse para acceder a créditos o financiamiento externo, no se evidencia una correlación significativa, dado que el valor p es mayor a 0.05. Esto indica que conocer los ingresos netos de un establecimiento gastronómico no influye directamente en la percepción de la importancia de adquirir créditos o financiamiento para las actividades del negocio. Los resultados sugieren que estos factores no están relacionados desde el punto de vista de los microempresarios encuestados.

Por otro lado, al analizar la relación entre el conocimiento de los ingresos reales y la frecuencia de inversión en publicidad y promoción, tampoco se encontró una asociación significativa, reflejando nuevamente un valor p superior a 0.05. Esto significa que los empresarios no consideran que tener claridad sobre los ingresos netos tenga relación con la frecuencia en que invierten en estrategias de publicidad y promoción. Este hallazgo puede estar relacionado con la dependencia de estos negocios en la publicidad boca a boca en lugar de estrategias publicitarias formales.

En cuanto a la relación entre el conocimiento de los ingresos reales y el nivel de conocimiento sobre las ventajas de la formalización empresarial, los resultados muestran la ausencia de una correlación significativa, con un valor p mayor a 0.05. Esto indica que el conocimiento sobre los ingresos netos no tiene un impacto directo en la motivación o interés de los microempresarios para formalizarse. Por lo tanto, no se considera que estos aspectos estén relacionados en la práctica empresarial del sector encuestado.

Asimismo, al evaluar la relación entre el conocimiento de los ingresos reales y la disposición para acceder a asesorías y servicios contables y financieros, no se evidencia una correlación significativa, ya que el valor p supera el umbral de 0.05. Esto sugiere que los ingresos netos no son un incentivo relevante para que los microempresarios busquen servicios contables o financieros que puedan mejorar la gestión de costos y optimizar los resultados de sus negocios.

En el análisis de la relación entre el conocimiento de los ingresos reales y la implementación de sistemas contables para establecer un mayor control de los costos, tampoco se encontró una correlación significativa ($p > 0.05$). Este resultado refleja que, para los empresarios del sector gastronómico encuestado, no es relevante invertir en la implementación de sistemas contables para controlar mejor sus costos, incluso si tienen claridad sobre los ingresos netos obtenidos.

En la relación entre el conocimiento de los ingresos reales y la realización de auditorías de control interno, no se encontró una asociación significativa, dado que el valor p también supera 0.05. Esto implica que conocer o no los ingresos reales no influye en la decisión de los microempresarios de realizar auditorías internas para evaluar y controlar los factores que afectan los ingresos.

En la relación entre la aplicación de presupuestos y proyecciones de costos y el nivel de satisfacción con los ingresos mensuales del negocio gastronómico, no se evidencia una correlación significativa (valor $p > 0.05$). Esto indica que la frecuencia con que se realicen proyecciones y presupuestos no influye directamente en los ingresos obtenidos. Los microempresarios gastronómicos parecen basarse principalmente en la recepción diaria de clientes para determinar sus insumos y adaptan sus compras a esta dinámica, en lugar de depender de una planificación presupuestaria.

Respecto a la aplicación de presupuestos y proyecciones de costos y la importancia de formalizarse para acceder a créditos o financiamiento externo, los resultados no muestran una asociación significativa (valor $p > 0.05$). Esto sugiere que los microempresarios no perciben una relación directa entre la realización de presupuestos y la necesidad de formalizarse para obtener financiamiento, lo que podría estar relacionado con la falta de cultura financiera o la ausencia de incentivos claros para la formalización en este sector.

En cuanto a la relación entre la aplicación de presupuestos y la frecuencia de inversión en publicidad y promoción, tampoco se encontró una asociación significativa (valor $p > 0.05$). Esto implica que los presupuestos realizados por los microempresarios gastronómicos no contemplan estrategias de promoción o publicidad como parte de sus prioridades, posiblemente debido a que confían más en el boca a boca y otras estrategias informales para atraer clientes.

Por otro lado, al analizar la aplicación de presupuestos y proyecciones de costos en relación con el grado de conocimiento sobre las ventajas de la formalización empresarial, los resultados muestran nuevamente la ausencia de una correlación significativa (valor $p > 0.05$). Esto refleja que, independientemente de que los empresarios realicen presupuestos y proyecciones, no aumenta su conocimiento ni interés en las ventajas que ofrece la formalización empresarial.

En la relación entre la aplicación de presupuestos y la disposición para acceder a asesorías y servicios contables y financieros, tampoco se observa una correlación significativa (valor $p > 0.05$). Esto indica que, para los microempresarios gastronómicos, la realización de presupuestos no representa un factor que motive el interés en buscar servicios financieros o contables, lo cual podría estar relacionado con la falta de recursos o conocimientos para aprovechar estas herramientas.

En lo que respecta a la aplicación de presupuestos y la implementación de sistemas contables para establecer un mayor control de costos, tampoco se encuentra una asociación significativa (valor $p > 0.05$). Esto refleja que, para los microempresarios, el realizar presupuestos no está relacionado con la importancia de implementar sistemas contables que les permitan llevar un mejor control financiero de su negocio.

Por último, al evaluar la relación entre la aplicación de presupuestos y la realización de auditorías de control interno, no se evidencia una correlación significativa (valor $p > 0.05$). Esto sugiere que los presupuestos y proyecciones no influyen directamente en la decisión de realizar auditorías internas, ya que los microempresarios no parecen considerar el control interno como una herramienta necesaria para la gestión de costos.

Sin embargo, en cuanto a la relación entre el conocimiento de los ingresos reales después de la deducción de costos y el nivel de satisfacción con los ingresos mensuales del negocio gastronómico, sí se evidencia una correlación significativa (valor $p < 0.05$). Esto indica que aquellos empresarios que conocen sus ingresos netos tienden a tener un mayor nivel de satisfacción con los resultados financieros de su negocio. Esto podría deberse a que este conocimiento permite evaluar si el negocio está generando ganancias satisfactorias al considerar los costos asociados, lo que les proporciona una mayor

percepción de control y claridad sobre su desempeño económico.

Conclusiones

La gestión de costos en las microempresas gastronómicas de la comuna 5 de Cúcuta muestra una influencia limitada en la formalización, ya que muchos microempresarios no realizan acuerdos con proveedores, y estos no impactan directamente en su gestión de costos. Sin embargo, el uso de herramientas para medir los insumos tiene efectos positivos, como la intención de formalizarse para obtener créditos y la mejora en la implementación de prácticas contables, lo que indica una visión de largo plazo entre los empresarios. Las proyecciones y presupuestos les permiten comprender su situación económica y optimizar sus ganancias.

El conocimiento de los ingresos tras la deducción de costos influye en la satisfacción de los empresarios, quienes consideran que sus ingresos son adecuados para sus operaciones. El crecimiento empresarial está estrechamente relacionado con los ingresos, y la mayoría reporta un crecimiento moderado, lo que explica por qué muchos siguen operando de manera informal, ya que no sienten que sea necesario formalizarse de inmediato.

Las barreras para la formalización incluyen la satisfacción con el estado actual de los negocios y la indecisión sobre dar el paso hacia la formalidad, pues muchos empresarios prefieren evitar los costos asociados con los impuestos y la contabilidad. Sin embargo, también existe la intención de acceder a créditos, y muchos empresarios estarían dispuestos a gestionar mejor sus costos si eso les permitiera mejorar su situación financiera.

Referencias

Blanco Encinosa, L. (2017). Informatización y dirección de empresas en Cuba: evolución y desafíos.

COFIN, 1, 1–13. <http://www.revistaespacios.com/a20v41n08/a20v41n08p01.pdf>

Diario La Opinión. (2019). *Cifras del censo no les cuadran a alcaldes del área metropolitana de Cúcuta*. Actualidad. <https://www.laopinion.com.co/economia/cifras-del-censo-no-les-cuadran-alcaldes-del-area-metropolitana-de-cucuta-182061#OP>

Duque, M., Osorio, J., & Agudelo, D. (2010). Los inventarios en las empresas manufactureras, su tratamiento y su valoración. Una mirada desde la contabilidad de costos. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 56, 61–79.

Duque-Roldán, M. I., & Osorio-Agudelo, J. (2010). Los inventarios en las empresas manufactureras, su tratamiento y su valoración. Una mirada desde la contabilidad de costos. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 3, 61–79.

Fernández Gonzáles, R. C. (2017). *Liderazgo y Clima Organizacional en Empresas Colombianas y Sectores Empresariales* (Issue 1) [Universidad del Rosario]. <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0167273817305726%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41467-017-01772-1%0Ahttp://www.ing.unitn.it/~luttero/laboratoriomateriali/RietveldRefinements.pdf%0Ahttp://www.intechopen.com/books/spectroscopic-analyses-developme>

Goda, T., & Torres García, A. (2017). Flujos de capital, recursos naturales y enfermedad holandesa: el caso colombiano. *Ensayos Sobre Política Económica*, 33(2015), 197–206.

Lampón, J. F., Cabanelas, P., & Delgado Guzmán, J. A. (2018). Claves en la evolución de México dentro de la cadena de valor global de la industria de autopartes. El caso del Bajío. *El Trimestre Económico*, 85(339), 483–514. <https://doi.org/10.20430/ete.v85i339.259>

León Cabanillas, R. (2017). *Sistema de costos por ordenes de servicio y la determinación de la rentabilidad bruta en la empresa Hinomaru Inversiones SAC en la ciudad de Trujillo 2016* [Tesis de Pregrado, Universidad Privada del Norte de Perú]. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/11291>

Medina Mestre, B. L. (2016). *Diseño de un procedimiento para la determinación de los costos en el Centro para la Investigación y Rehabilitación de las Ataxias Hereditarias* [Tesis de Pregrado]. Universidad de Holguín.

Mercado-Mancinelli, H. (2012). Análisis comparativo de los criterios para establecer la independencia del auditor. *Revista Perspectivas de Las Ciencias Económicas y Jurídicas*, 2(2), 71–98.

Mora Gamboa, Y. Dahyana. (2022). Propuesta de mejora en la gestión de inventarios para el Fortalecimiento de la función comercial de la empresa moto Servicios M & G en la ciudad de Cúcuta. *INGnosis*, 8(1), 1–9. <https://orcid.org/0000-0002-0599-0141>

Ochoa, C., Suárez, L. A., Suárez, H., Ramírez, E., Valderrama, A., Castillo-Reina, M., Castro, H., & Matallana, O. (2020). Efectos y expectativas de recuperación económica frente a la pandemia COVID-19 en el Departamento de Boyacá. *SSRN Electronic Journal*, 53(9), 1689–1699.

Perez Sanchez, D. J. (2016). *Aplicación de un sistema de costos y su impacto en la rentabilidad de la granja avícola El Porlón de la ciudad de Riobamba para el año 2015* [Tesis de Pregrado]. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Pérez Torrez, H. T., & Vanegas López, Y. M. (2016). *Incidencia de la implementación de un sistema de costo por proceso en la determinación de los costos de fabricación de polines de madera*

de 40x48 pulgadas en la industria MADESSA S.A, durante el primer semestre del año 2015 [Tesis de Pregrado]. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.

para la empresa Inversiones Herrera Giraldo y CIA SCS “THC Cuchillas Industriales” [Tesis de Pregrado]. Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium.

Pomiano Tapia, M. G., & Apaza Urbina, M. A. (2017). *Aplicación del sistema de costos por procesos para determinar los costos de productos en proceso y de productos terminados en la empresa textil Texfina S.A.* [Tesis de Pregrado, Universidad Peruana de Los Andes]. <http://repositorio.upla.edu.pe/handle/UPLA/610>

Ramon Puentes, A. (2022). *Diseño de un sistema de control de inventarios para moto repuestos Danfer de la ciudad de Cúcuta.*

Risman, M. (2017). *El éxito de una economía mixta: el caso de Noruega* [Tesis de pregrado]. Universidad del Salvador.

Rodríguez Quezada, E. I., & Gallegos Muñoz, C. D. P. (2019). Técnicas de medición de costos utilizadas por las empresas hortofrutícolas región de ñuble y bio-bio. *Custos e Agronegocio*, 15(3), 189–205.

Rueda Vera, G., Avendaño Castro, W. R., & Parada Trujillo, A. E. (2022). Sistemas de información y control de inventarios en Micro Pequeñas y Medianas Empresas - Mipymes de la ciudad de Cúcuta, Colombia. *Saber, Ciencia y Libertad*, 17(2), 328–351. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2022v17n2.9295>

Sánchez, A., García de la Cruz, J. M., & Mora, A. del S. (2015). Comercio internacional, materias primas y enfermedad holandesa: estudio comparativo de los efectos estáticos en Noruega y Chile. *Revista de Economía Mundial*, 2(39), 179–199.

Zambrano, E. J., & Saavedra Cifuentes, J. del M. (2018). *Propuesta sistema de costos sugerido*