

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 1 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

Análisis de las variables que afectan la actividad económica en el sector comercial de calzado y marroquinería del centro de Villavicencio, Meta. Vigencia 2016-2019

Jorge Albert Pérez Mesa

Luis Alejandro Téllez García

Universidad de los Llanos

Facultad de Ciencias Económicas

Programa de Administración de Empresas

Villavicencio

2019

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 2 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

Análisis de las variables que afectan la actividad económica en el sector comercial de calzado y marroquinería del centro de Villavicencio, Meta. Vigencia 2016-2019

Jorge Albert Pérez Mesa

Luis Alejandro Téllez García

Proyecto de Grado para obtener el título de Administrador de Empresas.

Director de Investigación

Dr. Ernesto Chávez

Universidad de los Llanos

Facultad de Ciencias Económicas

Programa de Administración de Empresas

Villavicencio

2019

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 3 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

AUTORIDADES ACADÉMICAS

PABLO EMILIO CRUZ CASALLAS

Rector Universidad de los Llanos

MARIA LUISA PINZON ROCHA

Vicerrector Académico

GIOVANNY QUINTERO REYES

Secretario General

FERNANDO SALGADO CIFUENTES

Decano Facultad de Ciencias Económicas

CARLOS LEONARDO RIOS VIASUS

Director de Escuela de Economía

EDISSON JAVIER RODRIGUEZ HERNANDEZ

Director de Programa Administración de Empresas

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 4 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

Nota de Aceptación:

Dr. Ernesto Chávez
Director de Investigación

Jurado

Jurado

Villavicencio, noviembre de 2019.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 5 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

Dedicatoria

El presente trabajo investigativo lo dedicamos principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A nuestros padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que somos. Ha sido el orgullo y el privilegio de ser sus hijos, son los mejores padres.

A nuestras hermanas (os) por estar siempre presentes, acompañándonos y por el apoyo moral, que nos brindaron a lo largo de esta etapa de nuestras vidas.

A todas las personas que nos han apoyado y ha hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 6 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

Agradecimientos

Agradecemos a Dios por consagrar nuestras vidas, por su guía a lo largo de nuestra existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Gracias a nuestras familias, por ser los principales promotores de nuestros sueños y objetivos, por depositar su confianza y creer en nuestras expectativas, por los consejos, valores y principios que nos han infundido.

Agradecemos a nuestros docentes de la facultad de ciencias económicas de la Universidad de los Llanos, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de nuestra profesión, y de manera especial a Ernesto Chávez director de nuestro proyecto de investigación quien ha guiado con su paciencia, y su rectitud como docente, y a los comerciantes de la comunidad del centro de nuestro municipio Villavicencio, por su valioso aporte para nuestra investigación.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17	
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 7 de 63
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016

Contenido

	Pág.
Información general del proyecto	13
Resumen del Proyecto	14
Abstract	15
1. Descripción del proyecto	16
1.1. Planteamiento del problema de la investigación y justificación	16
<i>1.1.1. Formulación del problema</i>	21
1.2. Marco teórico y estado del arte	21
<i>1.2.1. Estado del Arte.</i>	21
<i>1.2.1.1. Zonas azules.</i>	21
<i>1.2.1.2. Pico y Placa Villavicencio.</i>	22
<i>1.2.1.3. Delincuencia.</i>	23
<i>1.2.1.4. La problemática del comercio informal.</i>	23
<i>1.2.1.5. Competencia grandes centros comerciales</i>	24
<i>1.2.1.6. Percepcion de la situacion general de la región.</i>	25
1.3. Marco geográfico	25
1.4. Objetivos	26
<i>1.4.1. Objetivo general</i>	26
<i>1.4.2. Objetivos específicos</i>	26
1.5. Metodología	27
<i>1.5.1. Tipo de investigación.</i>	27

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 8 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

1.5.2. <i>Método de investigación.</i>	27
1.5.3. <i>Población y muestra.</i>	27
1.5.4. <i>Fuentes para la obtención de la información</i>	28
2. Resultados	29
2.1. Distribución de la muestra	29
2.2. Percepción de los empresarios sobre la situación actual	30
2.3. Estrategia de las Zonas azules	36
2.4. Estrategia Pico y placa	41
2.5. El Comercio Informal	45
2.6. Delincuencia en el centro de la ciudad	47
2.7. Impacto de la construcción de los Centros comerciales	49
2.8. Relación entre los problemas seleccionados	52
2.9. Estrategias adoptadas por las empresas encuestadas	53
3. Conclusiones	55
4. Propuestas de Mejoramiento y crecimiento económico para el sector comercial de calzado y marroquinería en el centro de Villavicencio	58
5. Impacto científico y/o tecnológico de los resultados de la investigación	59
6. Transferencia y uso del conocimiento	60
Referencias	61

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 9 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1. Distribución de la muestra - Tamaño	29
Tabla 2. Distribución de la muestra – Tipo de Empresa	29
Tabla 3. Distribución de la muestra – Composición de la empresa	29
Tabla 4. Líneas de productos que manejan.....	30
Tabla 5. La situación general del país en los dos últimos años	30
Tabla 6. la situación del comercio de la región en los últimos 2 años	31
Tabla 7. La situación de los comerciantes del Centro de Villavicencio en los últimos 2 años	32
Tabla 8. La situación de los comerciantes del sector calzado, marroquinería y talabarterías en los últimos 2 años.....	33
Tabla 9. La situación de su empresa en los últimos 2 años	34
Tabla 10. Las ventas de su empresa en los dos últimos años	35
Tabla 11. Resumen percepción sobre situación del país	36
Tabla 12. La estrategia de las zonas azules ha mejorado el comercio en el centro de Villavicencio.....	37
Tabla 13. Las zonas azules han mejorado la movilidad en el centro de Villavicencio	38
Tabla 14. Las zonas azules han alejado los compradores que llegan en carro en el centro de Villavicencio	38
Tabla 15. Se deberían mantener las zonas azules en el centro de Villavicencio	38

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 10 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

Tabla 16. Importancia comparativa de las zonas azules vs otros aspectos.....	39
Tabla 17. Calificación de la criticidad de los problemas del centro.....	39
Tabla 18. La estrategia de El Pico y Placa han mejorado el comercio en el centro de Villavicencio.....	41
Tabla 19. El Pico y Placa ha mejorado la movilidad en el centro de Villavicencio.....	42
Tabla 20. El Pico y Placa ha alejado los compradores que llegan en carro al centro de Villavicencio.....	42
Tabla 21. Se deberían mantener El Pico y Placa en el centro de Villavicencio	42
Tabla 22. Importancia del Pico y placa versus demás problemas del centro de Villavicencio.....	43
Tabla 23. Criticidad del problema del pico y placa.....	43
Tabla 24. Los comerciantes informales son un problema para los comerciantes formales.....	45
Tabla 25. En Los últimos 2 años se ha mejorado la problemática de los comerciantes informales	45
Tabla 26. Relación de importancia entre los problemas de los comerciantes del centro. Comercio Informal.....	45
Tabla 27. Criticidad del comercio informal.....	46
Tabla 28. La delincuencia es un problema grave para los comerciantes del centro.....	47
Tabla 29. Importancia de la delincuencia versus los demás factores.	48
Tabla 30. Criticidad de la delincuencia como problema	48
Tabla 31. La construcción de grandes centros comerciales ha perjudicado a los comerciantes del centro	50

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 11 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

Tabla 32. Importancia de la construcción de los centros comerciales versus los demás problemas.....	51
Tabla 33. Criticidad de la delincuencia como problema	51
Tabla 34. Relación entre los problemas seleccionados	52
Tabla 35. Resumen estrategias adoptadas para hacer frente a los problemas	53
Tabla 36. Distribución de la muestra.....	55
Tabla 37. Percepción de los empresarios sobre la situación actual	55

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 12 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

Lista de Figuras

	Pág.
<i>Figura 1.</i> Mapa del centro de Villavicencio.....	26
<i>Figura 2.</i> La situación general del país en los dos últimos años	31
<i>Figura 3.</i> la situación del comercio de la región en los últimos 2 años	32
<i>Figura 4.</i> La situación de los comerciantes del Centro de Villavicencio en los últimos 2 años	32
<i>Figura 5.</i> La situación de los comerciantes del sector calzado, marroquinería y talabarterías en los últimos 2 años	33
<i>Figura 6.</i> La situación de su empresa en los últimos 2 años	34
<i>Figura 7.</i> Las ventas de su empresa en los dos últimos años	35
<i>Figura 8.</i> Zonas azules de parqueo en el centro de Villavicencio.....	37
<i>Figura 9.</i> Resumen opiniones sobre las Zonas azules Villavicencio	40
<i>Figura 10.</i> Medida del pico y Placa en Villavicencio año 2018	41
<i>Figura 11.</i> Resumen opiniones pico y placa.	44
<i>Figura 12.</i> Centros comerciales.....	47
<i>Figura 13.</i> Resumen opiniones sobre el problema de la Delincuencia	49
<i>Figura 14.</i> Centro Comercial Viva Villavicencio.	50
<i>Figura 15.</i> Centro Comercial Primavera Urbana Villavicencio.....	50
<i>Figura 16.</i> Resumen opiniones sobre centros comerciales	52
<i>Figura 17.</i> Las estrategias adoptadas para hacerle frente a la situación actual.	54

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 13 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

Información general del proyecto

Título del proyecto: Análisis de las variables que afectan la actividad económica en el sector comercial de calzado y marroquinería del centro de Villavicencio, Meta. Vigencia 2016-2019.	
Nombre del Investigador principal: JORGE ALBERT PEREZ MESA CODIGO: 146002324 LUIS ALEJANDRO TELLEZ GARCIA CODIGO: 146003034	
Identificación (CC): 86.082.979 – 80.242.980	No. Teléfono: 3505811107; 3209495649
Correo electrónico: aleinstein_73@hotmail.com ; tellez.alejandro@gmail.com	
Dirección para correspondencia física:	
Co-investigadores:	
1) JORGE ALBERT PEREZ MESA	Dedicación: _____ h/semana
2) LUIS ALEJANDRO TELLEZ GARCIA	Dedicación: _____ h/semana
3)	Dedicación: _____ h/semana
Nombre del Grupo de Investigación:	
Línea de Investigación:	
Centro de Investigaciones:	
Director:	
Facultad:	
E-mail:	
Teléfono:	Fax:
Lugar de Ejecución del Proyecto:	
Ciudad: Villavicencio	Departamento: Meta
Duración del Proyecto (en meses): 3	
Tipo de Proyecto:	
Investigación Básica: <input type="checkbox"/> Investigación Aplicada: <input type="checkbox"/> Desarrollo Tecnológico o Experimental: <input type="checkbox"/>	
Financiación Solicitada:	
Valor solicitado en efectivo:	
Valor en especie:	
Valor total del Proyecto:	
Descriptor / Palabras claves: crisis centro Villavicencio, zonas azules, Pico y Placa, sector calzado, marroquinería, talabarterías	
Nombre de la Convocatoria a la cual se presenta el proyecto:	
Nombres completos, direcciones electrónicas, teléfono/fax e instituciones de tres (3) investigadores expertos en el tema de su propuesta y que estén en capacidad de evaluar proyectos en esta temática y que no pertenezcan a las entidades proponentes (esto no significa que necesariamente sean los mismos que evalúen esta propuesta en particular):	
1.	
2.	
3.	
4.	

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 14 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

Resumen del Proyecto

El centro de Villavicencio se ve enfrentado a una profunda crisis: se están cerrando y moviendo comercios. Una investigación de la Cámara de comercio identificó como posibles causas la crisis general de la región por la caída de los precios del petróleo, la implementación de las zonas azules, el comercio informal y el pico y placa. Sectores como el comercio y marroquinería tiene crisis un poco más pronunciadas por la situación particular ante la competencia de los grandes centros comerciales y los cambios de hábitos de compra.

Objetivo: El Objetivo General es Determinar el impacto de las diferentes variables que afectan el sector comercial de calzado y marroquinería del Centro de Villavicencio.

Método: La investigación es descriptiva, y se aplicará un instrumento cuantitativo con preguntas cerradas a los comerciantes del sector calzado y marroquinería del centro de Villavicencio. **Resultados:** Según los encuestados, el problema más importante es las zonas azules de parqueo, y el más crítico es el de la delincuencia. Medidas como el pico y placa han contribuido a mejorar la movilidad, pero no han generado un impacto positivo en el comercio.

Palabras claves: Villavicencio, comercio Villavicencio, pico y placa, zonas azules, comerciantes, crisis.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 15 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

Abstract

The center town of Villavicencio is facing a deep crisis: they are closing and moving stores. An investigation by the Chamber of Commerce identified as possible causes the general crisis in the region due to the fall in the international oil prices, the implementation of the named “blue áreas”, the informal trade, and the “pico y placa” strategy. Sectors such as trade and leather goods have a crisis a little more pronounced by the particular situation before the competition of large shopping centers and the purchasing habits changes. **Objective:** Determine the impact of the different variables that affect the commercial footwear and leather goods sector of the Villavicencio center town. **Method:** The investigation is descriptive, and a quantitative instrument with closed questions will be applied to the merchants of the footwear and leather goods sector of the Villavicencio center. **Results:** According to the respondents, the most important problem is the blue parking areas, and the most critical is that of crime. Measures such as peak and plate have contributed to improve mobility but have not generated a positive impact on trade.

Keywords: Villavicencio, Villavicencio trade, peak and plate, blue zones, merchants, crisis.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 16 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

1. Descripción del proyecto

1.1. Planteamiento del problema de la investigación y justificación

Recientemente se han publicado noticias sobre la crisis de los comerciantes del centro de Villavicencio que se resumen así:

En tan solo dos cuadras del centro de Villavicencio más de 20 locales tienen avisos de ‘se vende o se arrienda’. El panorama tiene divididos a gremios y a la Alcaldía, que, pese a que comparten que hay crisis, no coinciden en las causas.

Las opiniones se han generado luego de la voz de alerta de un grupo de comerciantes que, cansados de las bajas ventas, decidieron protestar con afiches en sus locales comerciales. (Restrepo, 2017; párr.1-2)

La Cámara de Comercio, según un estudio que adelantaron, afirma que 221 locales han cerrado sus puertas en el 2017 en esta zona de Villavicencio (Restrepo, 2017); de un total de 354 encuestas realizadas a comerciantes y personas vinculadas al Centro, el 66% contestó que disminuyeron sus ventas, 45% cerraron negocios y 4% tuvieron que moverse de lugar. Las conclusiones definen que entre los males que afectan el libre comercio están **la inseguridad, pico y placa, informalidad, nuevos impuestos y competencia desleal** (Aroca, 2014).

Crisis Petrolera

Con respecto a que la causa de los problemas del centro es la crisis petrolera, la Secretaría de Competitividad y Desarrollo de Villavicencio señala que el factor principal es la desaceleración de la economía por la caída en los precios del petróleo, que obviamente

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 17 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

desaceleró la región y la ciudad. Fenalco también afirma que la crisis es generalizada, y no solamente se focaliza en el centro (Restrepo, 2017).

La desaceleración de la economía ha venido afectando no solo a Villavicencio sino a todo el país, y las obras que se han realizado en el centro, la crisis petrolera y hasta el verano que nos impactó el año pasado, han contribuido a la baja en las ventas del centro.

(Alcaldía de Villavicencio, julio de 2017; pp. 1-2)

Zonas azules

Durante el periodo de gobierno 2012 - 2015 del alcalde Juan Guillermo Zuluaga aprobó el cobro de una tarifa para todos aquellos vehículos que quisieran hacer uso de las “Zonas De Permitido Parqueo” ZPP, o las” Zonas Azules”. La medida pretendía desestimular el tráfico de vehículos en la zona céntrica, la movilidad céntrica (Diario Extra LLano, 2016), generar empleo para la población vulnerable e informal y como valor agregado recaudar ingresos para las arcas municipales (Arias y Pinto, 2017). Pero esto llevó a que cualquier persona con vehículo que quiera comprar en el centro deba pagar en las ZPP \$2.200 pesos la hora o fracción, tarifa más costosa que la de los parqueaderos que ronda los \$2.000. Esta tarifa muy cercana a la que cobran centros comerciales como Unicentro Villavicencio, y más si se compara con el Centro Comercial Viva que no cobra tarifa de parqueo; con lo cual podemos concluir que comprar en el centro tiene un costo adicional para los vehículos.

Pico y Placa

Otra medida que ha afectado a los comerciantes del centro es el Pico y placa.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 18 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

La situación para algunos, aunque viene desde el 2015, se agudizó con la medida de ‘Pico y placa’ que restringe el ingreso de todo tipo de vehículos a este sector de la capital del Meta desde febrero de este año (2017) (Restrepo, 2017; párr. 3)

En los que están de acuerdo la CCV y Fenalco es que la medida de ‘Pico y placa’ fue “la gota que rebozó la copa” de los comerciantes del centro y según el Presidente de la Cámara de Comercio “**la Alcaldía debe revisar la medida de ‘Pico y placa’ porque fue la que agravó la situación**”. Pero según la secretaria de Competitividad y Desarrollo de Villavicencio, existe una crisis generalizada que genera desempleo y falta de poder adquisitivo que redunda en bajas ventas (Restrepo, 2017)

Pero comerciantes opinan que tener solo pico y placa para el centro favorece a los Centros comerciales, pues ninguna gran superficie como Unicentro, Viva, Primavera, Makro, Alkosto tiene pico y placa.

Por otro lado, una motivación y justificación para la implementación del Pico y placa es que las vías del centro no tienen capacidad suficiente para la circulación de vehículos, y es que es claro que en las horas pico el centro literalmente colapsaba.

... Lena Vanessa Alayón , comerciante del centro, expresó que las vías de ese sector no tienen la capacidad para el tráfico de todos los vehículos que ingresarían si no existiera el ‘Pico y Placa’. El centro no tiene los parqueaderos ni las vías para recibir toda la tempestad de carros y las personas que quieren venir a comprar al centro, cuando se encuentran con esa congestión se aburren el transitar y evaden comprar aquí en temporadas altas. Por eso dudo que el problema esencial sea la medida del ‘Pico y Placa...’”. (Alcaldía de Villavicencio, mayo de 2017; pp. 1-2)

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 19 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

Otro aspecto al tener en cuenta es el descontrol sobre las ventas informales y el contrabando.

Distribuidora Los Pijaos es uno de los negocios más antiguos del Centro de la ciudad, con más de 30 años en la calle 39 vendiendo ropa para toda la familia, pero su propietario, Reinel Puentes Camero, acumuló más de 4 décadas trajinando con las ventas en Huila y Meta. Al conversar con él se siente a un hombre triste por la actual situación de la economía, especialmente porque sus ventas bajaron 80 por ciento; le da rabia porque la Alcaldía de Villavicencio permite las ventas ambulantes, y como si fuera poco la Policía Nacional no acude a los llamados que les hacen cuando se les necesita.

El comercio del Centro está acabado, estamos sufriendo la peor crisis económica debido a los vendedores ambulantes, el pico y placa. La gente no viene y se van a los centros comerciales, algo pasa, porque así nos quitan la clientela. (Aroca, 2014; párr. 5)

Una variable que se menciona en los estudios de la Cámara de Comercio y que ha contribuido a la crisis es que muchos de los locales **están cobrando arriendos elevados que llegan a los 8 millones de pesos**, cuando en otros sectores no superan los dos millones de pesos, y en un centro comercial se consiguen desde el mismo precio. Esto casi que estimula a que se muden los locales hacia los centros comerciales (Restrepo, 2017).

Todo lo anterior denota que las medidas de la alcaldía se encaminan a segmentar el centro para visitantes sin vehículos, para visitantes a pié, pero que se ven expuestos a problemas como la inseguridad.

El sector de comercio de calzado no es ajeno a esta situación, pero se le suma el hecho que las grandes marcas y las marcas más comerciales se han ido del centro hacia los centros

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 20 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

comerciales. Marcas como Vélez, Mario Hernández, Bosi, Adriana Novoa (fabricante y diseñadora local) han abiertos sus propios puntos de venta en centros comerciales; Marcas como Calzotodo, Bata, Spring Step, Croydon, Planeta Sport se han mudado igualmente a grandes centros comerciales, dejando en la zona del centro almacenes genéricos. Y por otro lado se observa una gran cantidad de calzado chino a muy bajos precios que venden los informales, quienes no pagan los elevados costos de arriendo y empleados.

En Villavicencio conexo al sector calzado, existe un sector de marroquinería y talabarterías, muy tradicional, que produce calzado, marroquinería y elementos propios de las actividades de vaquería. Este sector es muy tradicional, de más de 50 años, y se ubica principalmente en la calle de la Talabarterías. Hace veinte años había diecisiete talabarterías en una sola cuadra, y hoy sólo quedan seis, mostrando que no han sido ajenos a la crisis. (Pérez, 2003). Este sector además de comercializador es productor, así dependen de su existencia tanto empleos directos como indirectos. Estudiar estos comerciantes se considera importante para este proyecto pues involucra factores culturales muy específicos que no se encuentran en otros segmentos del mercado.

A través de esta investigación se pretende establecer la opinión de los comerciantes del sector calzado y marroquinería del centro de Villavicencio con respecto a las causas de la crisis y la influencia de las medidas gubernamentales como el pico y placa en las zonas azules, en la actual crisis del centro, específicamente en el sector de calzado y marroquinería, que tiene unos problemas muy específicos y que merecen ser estudiados para buscar alternativas de solución. Con esta investigación la Universidad de los Llanos contribuye al diagnóstico situacional de la problemática de la ciudad.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 21 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

1.1.1. Formulación del problema

¿Cuál es el Impacto de las diferentes variables que afectan el sector comercial de calzado y marroquinería del Centro de Villavicencio?

1.2. Marco teórico y estado del arte

1.2.1. Estado del Arte.

Actualmente existe una investigación genérica sobre la sobre la problemática del Centro de Villavicencio, contratada por la Cámara de comercio de Villavicencio (Restrepo, 2017), donde se encontró que existe una crisis que está obligando a cerrar o a mudar almacenes, y se lograron identificar ciertas causas como la caída de los precios del petróleo, el pico y placa, las zonas azules, y los vendedores informales.

Sin embargo, en notas de prensa en periódicos, se evidencia que entidades como la Alcaldía y Fenalco no están convencidos de que sus decisiones como continuar las zonas azules o modificar el pico y placa a todo el día sean determinantes, pues la mala situación es generalizada a todo el comercio (Restrepo, 2017).

1.2.1.1. Zonas azules.

Durante el periodo de gobierno 2012 - 2015 del alcalde de Villavicencio Zuluaga aprobó el cobro de una tarifa para los vehículos que quisieran hacer uso de las ZONAS DE PERMITIDO PARQUEO, o como son llamadas frecuentemente las ZONAS AZULES, mediante el contrato de concesión 0811 del 7 de mayo de 2014 (esto se entregó a un privado que se gana el 80%). La medida pretendía mejorar la movilidad, optimizar el uso del espacio público, generar empleo para la población vulnerable e informal y como valor agregado recaudar ingresos para las arcas municipales. Tal como lo propuso el gobierno municipal, esta

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 22 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

sería una solución definitiva; no obstante, el público en general se manifestó inconforme y tal medida continúa en debate. Las discusiones nacen de una total inconformidad por la manera de proceder de los usuarios, los prestadores del servicio, los funcionarios que atienden el público en la calle, los costos tarifarios, a más del tipo de contratación para los empleados, entre otros (Arias y Pinto, 2017).

Dentro de los argumentos bajo los cuales se crearon las ZPP para desestimular la zona céntrica de la capital metense, pero eso tampoco se ha dado, así lo manifiesta Daniel Murcia: “la ley 105 en su artículo 28 dice que ese uso de espacio público es para desestimular, es decir para que no ingresen vehículos particulares al centro, pero éste se ha incrementado exageradamente porque ellos cobran 2.200 pesos y los parqueaderos 2.000. La gente prefiere la ZPP”. (Diario Extra LLano, 2016)

1.2.1.2. Pico y Placa Villavicencio.

En el año 2016 se habilitó el pico y placa solo por horas: Restricción de 6 a 9 de la mañana y 5 de la tarde a 8 de la noche en toda la ciudad, incluyendo el centro. Pero en el 2017 se anunciaron cambios que incluyeron el pico y placa todo el día para zonas específicas como el centro de Villavicencio.

Mediante el Decreto 245 de 2017, el Gobierno ‘Unidos Podemos’ implementó a partir del primero de agosto cambios en la aplicación de la medida del ‘Pico y Placa’ en Villavicencio, que tiene como elemento novedoso la apertura de algunas vías para poder transitar (solo de paso) por un sector del centro de la ciudad.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 23 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

El principal cambio contemplado en el Decreto 245, que tendrá vigencia de un año (del 1 de agosto de 2017 al 31 de julio de 2018), consiste en la rotación en los números de placas de los vehículos particulares y las motocicletas (Alcaldía de Villavicencio, julio de 2017).

1.2.1.3. Delincuencia.

En el 2017, en su boletín de percepción y victimización observatorio de seguridad (García, 2017), la Cámara de Comercio de Villavicencio quiso identificar una de las problemáticas que afecta tanto a comerciantes como a ciudadanos de a pie que visitan el sector del centro de la ciudad evidenciando que la percepción de los mismos en cuanto a la seguridad al transitar por las calles de la capital metense era mala, que con referencia a años anteriores va en aumento y dentro de los delitos que más les afecta y les preocupa están el atraco o el raponazo y el hurto en moto esto según la mayoría ha sido influenciado por el desempleo, la delincuencia organizada y la falta de presencia institucional.

1.2.1.4. La problemática del comercio informal.

Este particular aspecto se vive a nivel mundial y nacional. En el estudio sobre informalidad que realizó la Organización Internacional del Trabajo llamada “políticas de formalización en América Latina y el Caribe” se puede comprobar que el comercio informal tiene una presencia del 53%, esto representa una cifra de 140 millones de trabajadores con esta forma de vida (Organización Internacional del Trabajo, 2018).

.En la encuesta realizada por el DANE periodo julio-septiembre del año 2019 se puede constatar que de las 23 principales ciudades del país, presenta una informalidad del 46,9% en sus áreas metropolitanas (DANE, 2019).

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 24 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

La capital del Departamento del Meta y específicamente la zona del centro se ha visto perjudicada debido a las consecuencias de este aspecto debido directamente el ámbito de ilegalidad en el que este se desenvuelve y específicamente las ventas de calzado chino que entra de contrabando y distribuyen los vendedores informales a precios mas económicos, agobia a los comerciantes formales de esta parte de la ciudad. A su vez tambien afecta negativamente a los comerciantes puesto que actúa en terminos de competencia desleal por su naturaleza informal generando focos de inseguridad y obstaculizando tanto el paso peatonal como vehicular en dicho sector.

En consecuencia el entorno comercial del centro de la ciudad se deteriora significativamente.

1.2.1.5. Competencia grandes centros comerciales

El centro de villavicencio se ha caracterizado por llevar una gran afluencia de comercio a todos los ciudadanos pues este sector es pionero en el area comercial desde hace muchos años. La capital metense ha sido el punto de inversion de empresarios que corresponden a la llegada de grandes centros comerciales con gran variedad y en los dos ultimos años los comerciantes del centro de villavicencio han declarado varias inconformidades en donde resaltan la disminucion de las ventas en un alto porcentaje lo que los ha llevado a declararse en crisis, algunos viendose obligados a cerrar sus negocios argumentando que en una mayor parte estas grandes superficies tienen muchas ventajas de las que los comerciantes del centro no cuentan, entre estas las zonas azules, el pico y placa entre otros.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 25 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

1.2.1.6. Percepcion de la situacion general de la región.

Con respecto a la situacion general economica de la region motivada por la industria petrolera, el sector industrial y comercial, Baquero (2017) afirma:

Recientemente la economía del departamento ha presentado mayor dinamismo en actividades que habían sido relegadas por el auge del petróleo, en la actualidad la diversificación económica del departamento se sustenta en sectores como el agrícola, agroindustria, comercio y servicios, dentro de éste último, han comenzado a desarrollarse nuevos frentes de trabajo y diversificación productiva, como es el turismo, en sus modalidades de agroturismo y ecoturismo, dadas las características propias que posee esta región, basado en la importancia que ha tomado el departamento con la construcción de la nueva vía al llano por su cercanía a la capital del país. (p.17)

En lo que respecta a la variación de la región, esta crisis económica se atribuye también a las inversiones, reformas de capital y diversificación de las empresas que operan bajo la jurisdicción de la CCV.

1.3. Marco geográfico

El desarrollo de esta análisis se llevó a cabo en el centro de villavicencio, capital del departamento del Meta (Colombia), que se localiza a 140 kilómetros de Bogotá. La ubicación espacial del sector de estudio correspondió a una parte del centro que se ubica desde la avenida Alfonso Lopez (transversal 29) hasta la carrera 33A, y desde la calle 36 hasta la calle 41 como se muestra en la siguiente figura:

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
			VERSIÓN: 1	PÁGINA: 26 de 63
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

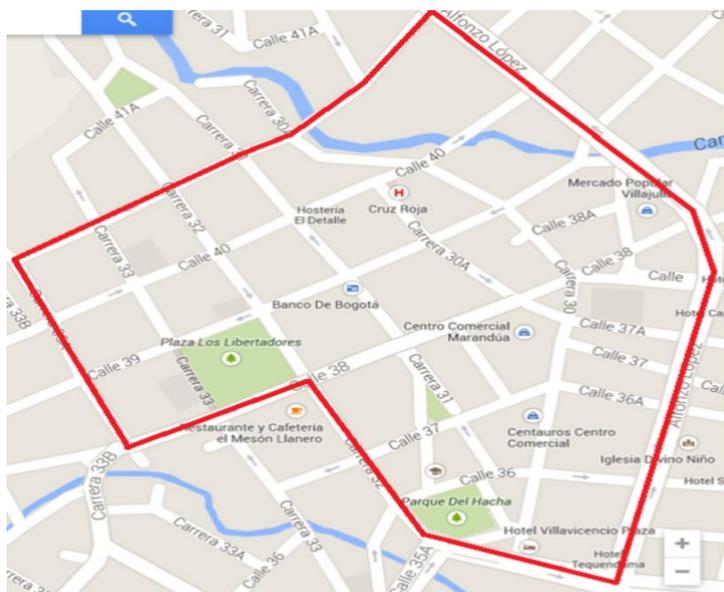


Figura 1. Mapa del centro de Villavicencio

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Determinar el impacto de las diferentes variables que afectan el sector comercial de calzado y marroquinería del Centro de Villavicencio.

1.4.2. Objetivos específicos

1. Caracterizar los comerciantes del sector calzado y marroquinería del centro de Villavicencio: Tamaño de la empresa, líneas de productos que manejan, composición de la empresa, tipo de empresa, sector de la empresa, generación de empleo.
2. Evaluar la percepción de los comerciantes frente a las siguientes variables que han ejercido influencia en el comercio del centro:
 - Percepción de la Situación general de la región.
 - Zonas azules

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 27 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

- Pico y placa 2016, Pico y Placa 2017
- Comerciantes Informales
- Delincuencia
- Competencia de grandes centros comerciales
- Diseñar propuestas estratégicas para el mejoramiento de la situación de los comerciantes del sector calzado y marroquinería del centro de Villavicencio.

1.5. Metodología

1.5.1. Tipo de investigación.

El tipo de investigación realizado es descriptivo, porque se describió de manera general las variables objeto de estudio, y la relación entre ellas.

Método de la recolección de la información: encuesta personal a gerentes o propietarios de empresas del sector de calzado y marroquinería del centro de Villavicencio.

1.5.2. Método de investigación.

El método de investigación es Cuantitativo, pues se diseñaron preguntas cerradas que se plasmaron en un instrumento, cuyos resultados fueron tabulados de forma estadística.

1.5.3. Población y muestra.

N = Población: 76 empresas comercializadoras de Calzado, marroquinería y talabartería en el centro de Villavicencio.

p= 0,5 Probabilidad que el evento ocurra - de que la observación o la respuesta del entrevistado sea cierta

q= 0,5 Probabilidad que el evento no ocurra (1-p)

Z= 2,00 Margen de confianza. Veces la desviación estándar.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 28 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

$$Z^2 = 4,0$$

α = confianza: 95,45%. Intervalo de confianza. Probabilidad que el caso caiga dentro de Z veces la desviación

e= margen de error \pm 5%

De donde:

$$n = \frac{N Z^2 \cdot p (1 - p)}{(N - 1)e^2 + Z^2 p (1 - p)}$$

$$n = \frac{(76) (2)^2 \cdot 0.5 (1 - 0.5)}{(76 - 1)(0.05)^2 + (2)^2 0.5 (1 - 0.5)}$$

$$n = 64$$

El tamaño de la muestra seleccionada es de 64 establecimientos.

1.5.4. Fuentes para la obtención de la información

Fuentes Primarias: Empresas de calzado y marroquinería del centro de Villavicencio.

Líderes del sector.

Fuentes Secundarias: Artículos de periódicos, boletines oficiales de la Alcaldía, investigaciones de la Cámara de comercio, bibliografía especializada.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 29 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

2. Resultados

2.1. Distribución de la muestra

Se encuestaron un total de 64 empresas del sector del calzado, marroquinería y talabartería, de las cuales el 100% son microempresarios (menos de 10 empleados); el 92% son comerciales y el 7% industriales (ver tablas 1 y 2).

Tabla 1. Distribución de la muestra - Tamaño

Tamaño	FREC	%PART
Microempresa (2-10)	64	100,0%
Pequeña (11-50)	0	0,0%
mediana (51-200)	0	0,0%
Grande (>200)	0	0,0%
TOTAL	64	100%

Fuente: La encuesta.

Tabla 2. Distribución de la muestra – Tipo de Empresa

	FREC	%PART
Industrial	5	7,8%
Comercial	59	92,2%
de Servicios	0	0,0%
BASE:	64	100%

Fuente: La encuesta.

Tabla 3. Distribución de la muestra – Composición de la empresa

Calificación	FREC	%PART
Empresa familiar	54	84,4%
Empresa abierta	10	15,6%
NS/NR	0	0,0%

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 30 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

BASE: EMPRESAS 64 100%

Fuente: La encuesta.

De acuerdo a la tabla 3, el 84% de las empresas son familiares, el 16% tiene algún socio no familiar.

Tabla 4. Líneas de productos que manejan

	FREC	%PART
Calzado caballero	35	54,7%
Calzado Dama	40	62,5%
Calzado mixto	26	40,6%
Calzado Industrial	2	3,1%
Marroquinería	30	46,9%
Talabartería	6	9,4%

**BASE:
EMPRESAS 64**

Fuente: La encuesta.

El 62% maneja zapatos de dama, el 54% de caballero, el 40% vende zapatos de ambos géneros, el 46% vende elementos de marroquinería (correas, bolsos), y el 9% corresponden a negocios de talabartería.

2.2. Percepción de los empresarios sobre la situación actual

Tabla 5. La situación general del país en los dos últimos años

	Calificación	FREC	%PART
1	Ha desmejorado mucho	33	51,6%
2	Ha desmejorado	31	48,4%
3	Sigue igual	0	0,0%
4	Ha mejorado	0	0,0%
5	Ha mejorado Mucho	0	0,0%
BASE: EMPRESAS		64	100%
Promedio		1,5	

Fuente: La encuesta.

Según los empresarios encuestados, la percepción sobre la situación general del país es negativa, pues consideran que ha desmejorado mucho (51%) o ha desmejorado (48%).

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 31 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	



Figura 2. La situación general del país en los dos últimos años

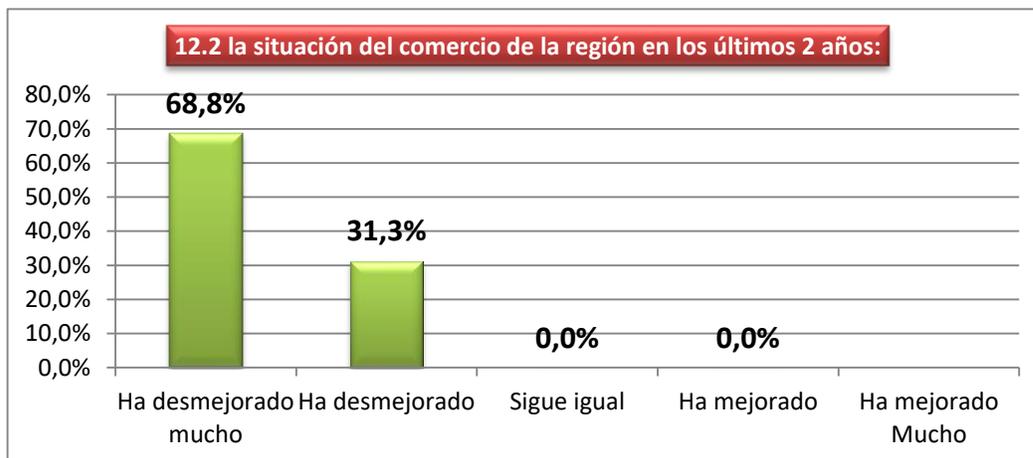
Fuente: La encuesta.

Tabla 6. la situación del comercio de la región en los últimos 2 años

Calificación	FREC	%PART
Ha desmejorado		
1 mucho	44	68,8%
2 Ha desmejorado	20	31,3%
3 Sigue igual	0	0,0%
4 Ha mejorado	0	0,0%
5 Ha mejorado Mucho		
BASE:		
EMPRESAS	64	100%

Fuente: La encuesta.

Para el 68% de los encuestados el comercio de la región ha desmejorado mucho, para el 31% ha desmejorado.



	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17	
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 32 de 63
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016

Figura 3. la situación del comercio de la región en los últimos 2 años

Fuente: La encuesta.

Tabla 7. La situación de los comerciantes del Centro de Villavicencio en los últimos 2 años

Calificación	FREC	%PART
Ha desmejorado		
1 mucho	62	96,9%
2 Ha desmejorado	1	1,6%
3 Sigue igual	1	1,6%
4 Ha mejorado	0	0,0%
5 Ha mejorado Mucho	0	0,0%
TOTAL	64	100%

Fuente: La encuesta.

Para el 96% de los encuestados la situación ha desmejorado mucho; solo para el 1.6% la situación sigue igual.

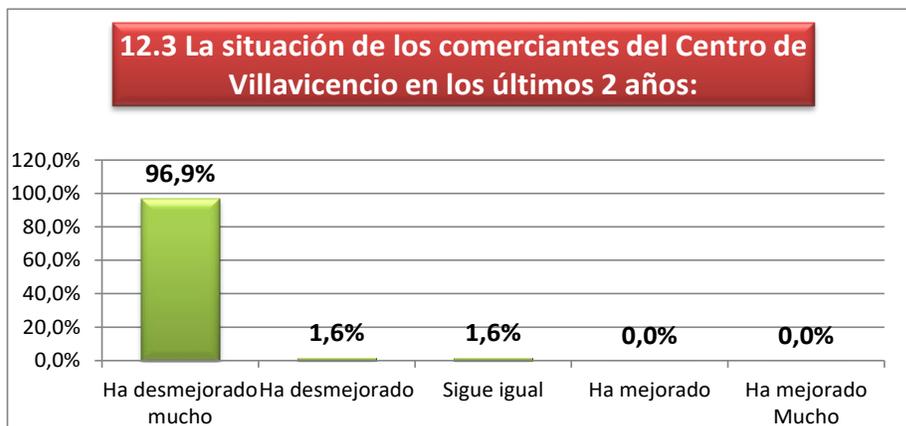


Figura 4. La situación de los comerciantes del Centro de Villavicencio en los últimos 2 años

Fuente: La encuesta.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 33 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

Tabla 8. La situación de los comerciantes del sector calzado, marroquinería y talabarterías en los últimos 2 años

Calificación	FREC	%PART
Ha desmejorado		
1 mucho	59	92,2%
2 Ha desmejorado	4	6,3%
3 Sigue igual	1	1,6%
4 Ha mejorado	0	0,0%
5 Ha mejorado Mucho	0	0,0%
BASE:		
EMPRESAS	64	100%

Fuente: La encuesta.

Para el 92% de los comerciantes del sector calzado, marroquinería y talabarterías en los últimos 2 años la situación ha desmejorado mucho, para el 6% ha desmejorado.



Figura 5. La situación de los comerciantes del sector calzado, marroquinería y talabarterías en los últimos 2 años

Fuente: La encuesta.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 34 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

Tabla 9. La situación de su empresa en los últimos 2 años

Calificación	FREC	%PART
Ha desmejorado		
1 mucho	37	57,8%
2 Ha desmejorado	25	39,1%
3 Sigue igual	2	3,1%
4 Ha mejorado	0	0,0%
5 Ha mejorado Mucho	0	0,0%
BASE:		
EMPRESAS	64	100%

Fuente: La encuesta.

Para el 57% la situación de la empresa ha desmejorado mucho, para el 39% ha desmejorado y para el 3% sigue estable.



Figura 6. La situación de su empresa en los últimos 2 años

Fuente: La encuesta.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 35 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

Tabla 10. Las ventas de su empresa en los dos últimos años

Calificación	FREC	%PART
Ha desmejorado		
1 mucho	37	57,8%
2 Ha desmejorado	25	39,1%
3 Sigue igual	2	3,1%
4 Ha mejorado	0	0,0%
5 Ha mejorado Mucho		
BASE:		
EMPRESAS	64	100%

Fuente: La encuesta.

En cuanto a las ventas de la empresa, para el 3% siguen igual, mientras que paran el 39% han desmejorado y para el 57% han desmejorado mucho.

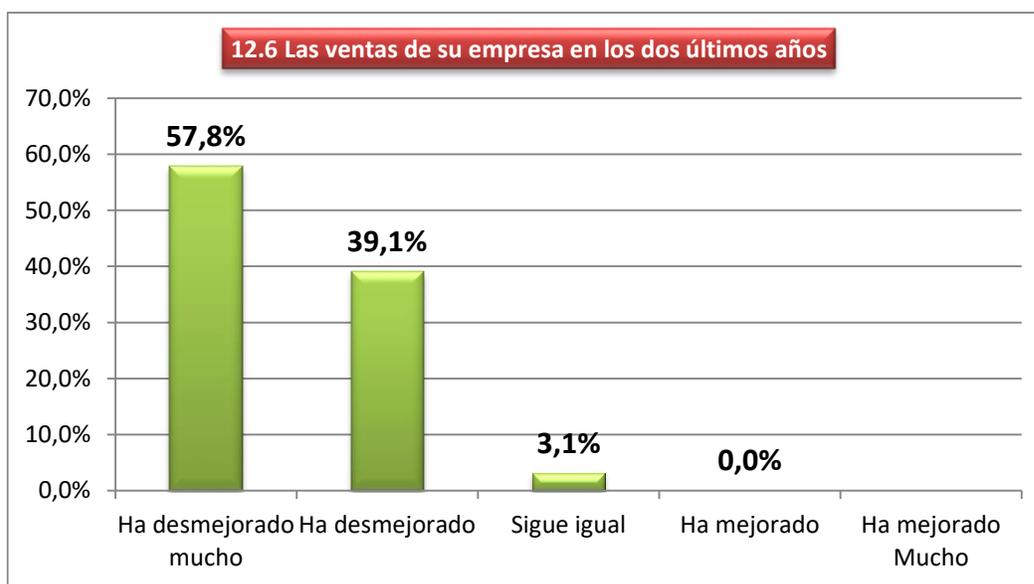


Figura 7. Las ventas de su empresa en los dos últimos años

Fuente: La encuesta.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 36 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

Tabla 11. Resumen percepción sobre situación del país

	Ha desmejorado mucho	Ha desmejorado	Sigue igual	Ha mejorado	Ha mejorado Mucho
	1	2	3	4	5
La situación general del país en los dos últimos años:	52%	48%	0%	0%	0%
la situación del comercio de la región en los últimos 2 años:	69%	31%	0%	0%	0%
La situación de los comerciantes del Centro de Villavicencio en los últimos 2 años:	97%	2%	2%	0%	0%
La situación de los comerciantes del sector calzado, marroquinería y talabarterías en los últimos 2 años...	92%	6%	2%	0%	0%
La situación de su empresa en los últimos 2 años...	58%	39%	3%	0%	0%
Las ventas de su empresa en los dos últimos años	58%	39%	3%	0%	0%

Fuente: La encuesta.

Para el 100% de los comerciantes encuestados la situación del país y el comercio de la región han desmejorado en los últimos dos años. Para el 98% la situación de los comerciantes del centro y específicamente del sector objeto de estudio ha desmejorado bastante y del total de los comerciantes encuestados para el 97% tanto la situación específicamente de su empresa y las ventas de la misma han venido desmejorando durante los últimos dos años. En general, la situación ha venido desmejorando progresivamente.

2.3. Estrategia de las Zonas azules

En el centro de Villavicencio se demarcaron en las calles zonas azules donde es permitido parquearse, pero pagando una tarifa que es recogida por personal designado por la alcaldía (o una empresa operadora). Se convirtió a las calles del centro en un gran parqueadero,

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 37 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

incluyendo en la puerta de los locales comerciales. La tarifa pagada por hora o fracción es más elevada que la de los parqueaderos. En el 2018 es de \$2.200 por hora o fracción.



Figura 8. Zonas azules de parqueo en el centro de Villavicencio

Fuente: Los autores.

Tabla 12. La estrategia de las zonas azules ha mejorado el comercio en el centro de Villavicencio

Calificación	FREC	%PART
De acuerdo	2	3,1%
En desacuerdo	62	96,9%
No aplica	0	0,0%
NS/NR	0	0,0%
BASE:		
EMPRESAS	64	100%

Fuente: La encuesta.

El 96% de los encuestados, están en desacuerdo con la afirmación “las zonas azules han mejorado el comercio en el centro de Villavicencio”. Esto quiere decir que esta estrategia de la administración local no ha ido a favor del comercio.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17	
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 38 de 63
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016

Tabla 13. Las zonas azules han mejorado la movilidad en el centro de Villavicencio

Calificación	FREC	%PART
De acuerdo	41	64,1%
En desacuerdo	23	35,9%
No aplica	0	0,0%
TOTAL	64	100%

Fuente: La encuesta.

Sin embargo, para el 64% las zonas azules han mejorado la movilidad en el centro (ver tabla 13).

Tabla 14. Las zonas azules han alejado los compradores que llegan en carro en el centro de Villavicencio

Calificación	FREC	%PART
De acuerdo	45	70,3%
En desacuerdo	19	29,7%
No aplica	0	0,0%
TOTAL	64	100%

Fuente: La encuesta.

Para el 70% las zonas azules han alejado a los compradores en carro del centro de Villavicencio

Tabla 15. Se deberían mantener las zonas azules en el centro de Villavicencio

Calificación	FREC	%PART
De acuerdo	20	31,3%
En desacuerdo	44	68,8%
No aplica	0	0,0%
TOTAL	64	100%

Fuente: La encuesta.

Solo el 31% de encuestados en sector calzado está de acuerdo en mantener zonas azules del centro.

Se les solicitó a los encuestados que ordenaran de 1 a 5 los problemas seleccionados para el centro; donde 1 es el más importante y el 5 el menos importante. La estrategia de las

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 39 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

zonas azules ocupa lugar más destacado en importancia sobre los otros aspectos (Pico y placa, comerciantes informales, delincuencia, centros comerciales). Para el 31% es el aspecto más importante y para el 25% es el segundo más importante.

Tabla 16. Importancia comparativa de las zonas azules vs otros aspectos.

Calificación	FREC	%PART
1. Aspecto más importante	20	31,3%
2 Lugar en importancia	16	25,0%
3	16	25,0%
4	10	15,6%
5. Aspecto Menos importante	2	3,1%
NS/NR	0	0,0%
TOTAL	64	100%
Promedio	2,34375	
Desviación	1,2	
Mínimo	1	
Máximo	5	

Fuente: La encuesta.

Tabla 17. Calificación de la criticidad de los problemas del centro.

Calificación	FREC	%PART
1. Muy Poco Crítico	0	0,0%
2. Poco Crítico	2	3,1%
3. Apenas Crítico	11	17,2%
4. Crítico	32	50,0%
5. Muy Crítico	19	29,7%
NS/NR	0	0,0%
TOTAL	64	100%
Promedio	4,0625	
Desviación	0,8	
Mínimo	2	
Máximo	5	

Fuente: La encuesta.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 40 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

Para el 50% el problema asociado con las zonas azules es crítico, y para el 29% es muy crítico. Casi el 80% de las personas encuestadas ven esta estrategia como un problema crítico.

En resumen, la estrategia de las zonas azules va en contra de los comerciantes (96%), pues opinan que han alejado a los compradores en carro (70%), a pesar de que mejoraron la movilidad (64%). El 80% considera que es un negocio muy crítico, pues es el más importante según las respuestas obtenidas. Solo el 31% está de acuerdo con que se deba mantener esta medida.



Figura 9. Resumen opiniones sobre las Zonas azules Villavicencio

Fuente: La encuesta.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 41 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

Las zonas azules en Villavicencio no han mejorado el comercio para el 97% de los encuestados, pues de los mismos, el 70% opinan que han alejado los compradores en carro; sin embargo el 64% también manifestaron que si se ha mejorado la movilidad y aunque para el 31% es el problema más importante que tienen, para el 80% de los encuestados es un problema realmente crítico

2.4. Estrategia Pico y placa

En el centro de Villavicencio estableció la medida de Pico y placa, dependiendo del número con el cual termina la placa de carro y motocicleta. Cada día son dos números lo cual quiere decir que un vehículo tiene un día a la semana vetado para ingresar al centro durante todo el día (6:30 am a 7:30 pm).



Figura 10. Medida del pico y Placa en Villavicencio año 2018

Fuente: Alcaldía de Villavicencio (2017).

Tabla 18. La estrategia de El Pico y Placa han mejorado el comercio en el centro de Villavicencio

Calificación	FREC	%PART
De acuerdo	9	14,1%
En desacuerdo	55	85,9%
No aplica	0	0,0%
TOTAL	64	100%

Fuente: La encuesta.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17	
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 42 de 63
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016

Los comerciantes opinan que el pico y placa por sí solo no ha mejorado el comercio en el centro de Villavicencio (85%), pero sí se ha mejorado la movilidad en el centro de (76%)

Tabla 19. El Pico y Placa ha mejorado la movilidad en el centro de Villavicencio

Calificación	FREC	%PART
De acuerdo	49	76,6%
En desacuerdo	15	23,4%
No aplica	0	0,0%
TOTAL	64	100%

Fuente: La encuesta.

Tabla 20. El Pico y Placa ha alejado los compradores que llegan en carro al centro de Villavicencio

Calificación	FREC	%PART
De acuerdo	25	39,1%
En desacuerdo	38	59,4%
No aplica	0	0,0%
TOTAL	64	100%

Fuente: La encuesta.

Solo El 39% de los encuestados opinan que el pico y placa ha alejado a los compradores del centro, o sea que las opiniones están divididas.; mientras que para el 78% de los encuestados el pico y placa se debería mantener.

Tabla 21. Se deberían mantener El Pico y Placa en el centro de Villavicencio

Calificación	FREC	%PART
De acuerdo	50	78,1%
En desacuerdo	14	21,9%
No aplica	0	0,0%
TOTAL	64	100%

Fuente: La encuesta.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 43 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

Se les solicitó a los encuestados que ordenaran de 1 a 5 los problemas más importantes del centro, donde 1 es el más importante y el 5 el menos importante. Para el 43% de los encuestados el pico y placa es el problema más importante.

Tabla 22. Importancia del Pico y placa versus demás problemas del centro de Villavicencio.

Calificación	FREC	%PART
1. Aspecto más importante	12	18,8%
2	10	15,6%
3	13	20,3%
4	12	18,8%
5. Aspecto Menos importante	17	26,6%
NS/NR	0	0,0%
TOTAL	64	100%
Promedio	3,2	
Desviación	1,5	
Mínimo	1	
Máximo	5	

Fuente: La encuesta.

Para el 18% de los encuestados el pico y placa es el problema más importante entre los mencionados, y para el 15% es el segundo en importancia.

Tabla 23. Criticidad del problema del pico y placa.

Calificación	FREC	%PART
1. Muy Poco Crítico	9	14,1%
2. Poco Crítico	2	3,1%
3. Apenas Crítico	12	18,8%
4. Crítico	19	29,7%
5. Muy Crítico	22	34,4%
NS/NR	0	0,0%
TOTAL	64	100%
Promedio	3,7	
Desviación	1,4	
Mínimo	1	
Máximo	5	

Fuente: La encuesta.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 44 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

El 64% (casi 2 de cada 3) de los encuestados calificaron el pico y placa como un problema crítico o muy crítico.

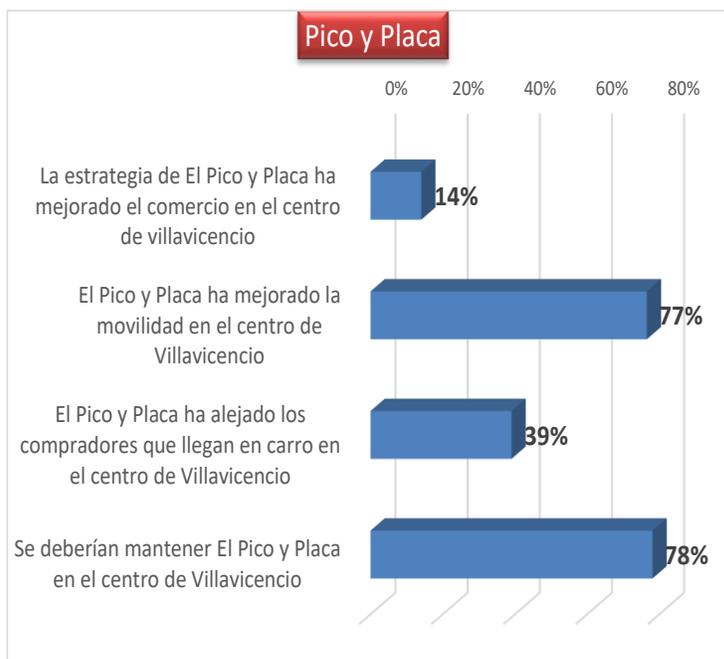


Figura 11. Resumen opiniones pico y placa.

Fuente: La encuesta.

Según los encuestados, el 84% indicó que el pico y placa no ha mejorado el comercio en el centro de la ciudad pero que sí ha mejorado la movilidad (77%) y mientras una minoría de ellos creen que han alejado los compradores que utilizan carro para llegar a este sector de la ciudad el 78% de los comerciantes consideran que se debe mantener esta medida para seguir dándole viabilidad de tránsito en este importante eje vial de Villavicencio.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 45 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

2.5. El Comercio Informal

Tabla 24. Los comerciantes informales son un problema para los comerciantes formales.

Calificación	FREC	%PART
De acuerdo	61	95,3%
En desacuerdo	3	4,7%
No aplica	0	0,0%
TOTAL	64	100%

Fuente: La encuesta.

Para el 95% la informalidad es un problema para los comerciantes legalmente constituidos y que pagan impuestos. En los últimos 2 años esta problemática ha desmejorado según el 81% de los encuestados.

Tabla 25. En Los últimos 2 años se ha mejorado la problemática de los comerciantes informales

Calificación	FREC	%PART
De acuerdo	12	18,8%
En desacuerdo	52	81,3%
No aplica	0	0,0%
TOTAL	64	100%

Fuente: La encuesta.

Tabla 26. Relación de importancia entre los problemas de los comerciantes del centro. Comercio Informal.

Calificación	FREC	%PART
1. Aspecto más importante	14	21,9%
2 Lugar en importancia	13	20,3%
3	9	14,1%
4	23	35,9%
5. Aspecto Menos importante	5	7,8%
NS/NR	0	0,0%
TOTAL	64	100%
Promedio	2,9	
Desviación	1,3	

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 46 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

Mínimo	1
Máximo	5

Fuente: La encuesta.

En la jerarquía entre los problemas de los comerciantes del centro, para el 21% la delincuencia es el aspecto más importante, y para el 20% el segundo en importancia. Para el 51% este es un aspecto crítico o muy crítico.

Tabla 27. Criticidad del comercio informal.

Calificación	FREC	%PART
1. Muy Poco Crítico	1	1,6%
2. Poco Crítico	8	12,5%
3. Apenas Crítico	22	34,4%
4. Crítico	23	35,9%
5. Muy Crítico	10	15,6%
NS/NR	0	0,0%
TOTAL	64	100%
Promedio	3,5	
Desviación	1,0	
Mínimo	1	
Máximo	5	

Fuente: La encuesta.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 47 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

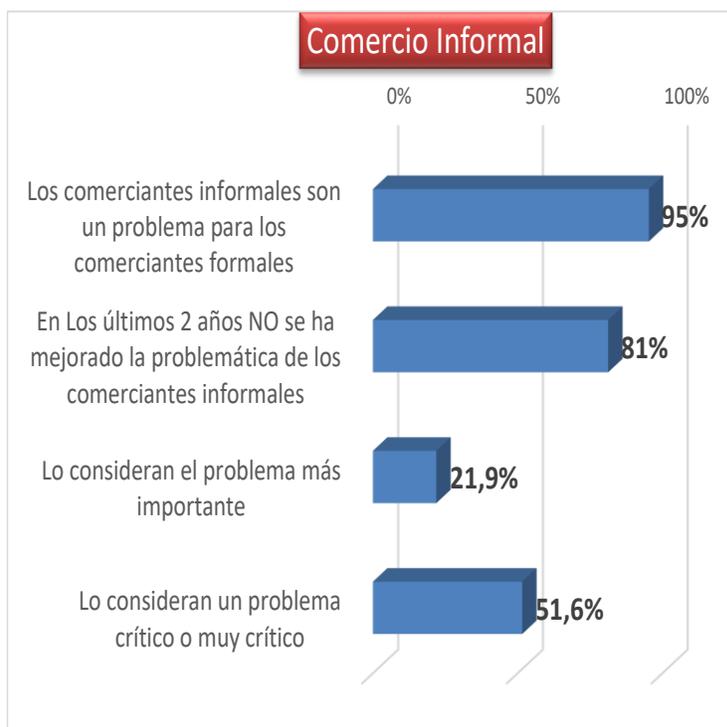


Figura 12. Centros comerciales

Fuente: La encuesta.

El comercio informal es un problema para los comerciantes formales (95%), y en los últimos 2 años los encuestados sienten que NO se ha mejorado esta problemática (81%); para el 21% es un problema importante y para el 51% es el problema más crítico.

2.6. Delincuencia en el centro de la ciudad

Tabla 28. La delincuencia es un problema grave para los comerciantes del centro

Calificación	FREC	%PART
De acuerdo	64	100,0%
En desacuerdo	0	0,0%
No aplica	0	0,0%
TOTAL	64	100%

Fuente: La encuesta.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 48 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

Todos los encuestados afirman que la delincuencia es un problema grave para los comerciantes.

Como se aprecia en la tabla 29, para el 12% de los encuestados la delincuencia es el problema más importante, para el 26% es el segundo en importancia.

Tabla 29. Importancia de la delincuencia versus los demás factores.

Calificación	FREC	%PART
1. Aspecto más importante	8	12,5%
2	17	26,6%
3	14	21,9%
4	12	18,8%
5. Aspecto Menos importante	13	20,3%
NS/NR	0	0,0%
TOTAL	64	100%
Promedio	3,1	
Desviación	1,3	
Mínimo	1	
Máximo	5	

Fuente: La encuesta.

Tabla 30. Criticidad de la delincuencia como problema

Calificación	FREC	%PART
1. Muy Poco Crítico	0	0,0%
2. Poco Crítico	1	1,6%
3. Apenas Crítico	17	26,6%
4. Crítico	19	29,7%
5. Muy Crítico	27	42,2%
NS/NR	0	0,0%
TOTAL	64	100%
Promedio	4,1	
Desviación	0,9	
Mínimo	2	
Máximo	5	

Fuente: La encuesta.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 49 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

Para el 71% de los comerciantes la delincuencia es un problema crítico o muy crítico.

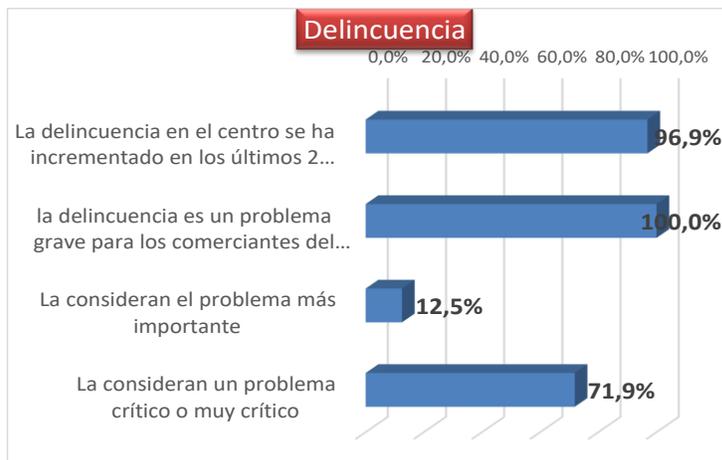


Figura 13. Resumen opiniones sobre el problema de la Delincuencia

Fuente: La encuesta.

En cuanto a la percepción de la delincuencia en el centro de la capital metense Para el 96% la delincuencia se ha incrementado en los últimos 2 años, mientras que todos los encuestados opinan que la delincuencia es un problema grave, apenas el 12% lo define como el problema más grave.

2.7. Impacto de la construcción de los Centros comerciales

En los últimos 10 años en la ciudad de Villavicencio se han construido centros comerciales como Unicentro, Viva, Llanocentro, Único y Primavera Urbana; lo cual ha repartido y segmentado el mercado. Se les preguntó a los comerciantes encuestados sobre el impacto de los centros comerciales y los “beneficios que ellos tienen al estar por fuera del perímetro por donde rigen medidas que impiden la total circulación de todo el flujo vehicular disponible en la ciudad.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 50 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	



Figura 14. Centro Comercial Viva Villavicencio.

Fuente: Autores.



Figura 15. Centro Comercial Primavera Urbana Villavicencio.

Fuente: Autores.

Tabla 31. La construcción de grandes centros comerciales ha perjudicado a los comerciantes del centro

Calificación	FREC	%PART
De acuerdo	48	75,0%
En desacuerdo	16	25,0%
No aplica	0	0,0%
TOTAL	64	100%

Fuente: La encuesta.

El 75% considera que los grandes centros comerciales han perjudicado a los comerciantes del centro.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 51 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

Tabla 32. Importancia de la construcción de los centros comerciales versus los demás problemas

Calificación	FREC	%PART
1. Aspecto más importante	10	15,6%
2 Lugar en importancia	8	12,5%
3	12	18,8%
4	7	10,9%
5. Aspecto Menos importante	27	42,2%
NS/NR	0	0,0%
TOTAL	64	100%
Promedio	3,5	
Desviación	1,5	
Mínimo	1	
Máximo	5	

Fuente: La encuesta.

Para el 42% la construcción de los centros comerciales es el problema de menos importancia dentro de los seleccionados.

Tabla 33. Criticidad de la delincuencia como problema

Calificación	FREC	%PART
1. Muy Poco Crítico	1	1,6%
2. Poco Crítico	24	37,5%
3. Apenas Crítico	15	23,4%
4. Crítico	3	4,7%
5. Muy Crítico	21	32,8%
NS/NR	0	0,0%
TOTAL	64	100%
Promedio	3,3	
Desviación	1,3	
Mínimo	1	
Máximo	5	

Fuente: La encuesta.

Solo para el 37% de los encuestados la incursión de los centros comerciales es un problema crítico o muy crítico.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17	
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 52 de 63
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016 VIGENCIA: 2016

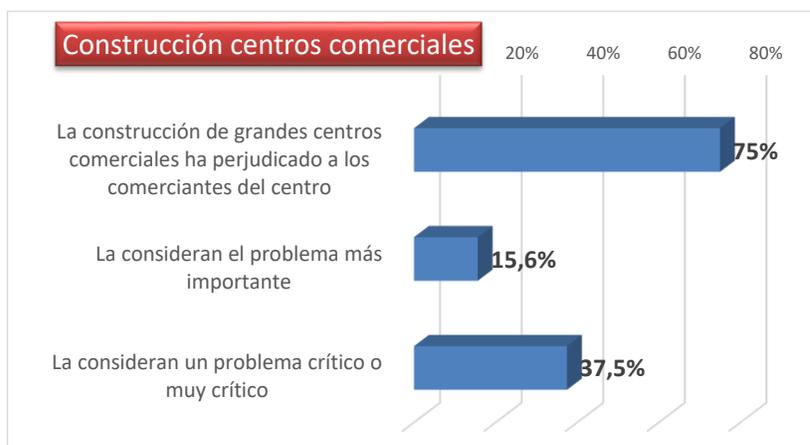


Figura 16. Resumen opiniones sobre centros comerciales

Fuente: La encuesta.

Si bien, la construcción de centros comerciales en la ciudad trae consigo avance en el desarrollo de la región y la ciudad, para el 75% de los encuestados las inversiones en estas grandes infraestructuras han perjudicado a los comerciantes del centro; sin embargo, solo el 37% lo considera un problema crítico y el 15% el problema más grave.

2.8. Relación entre los problemas seleccionados

Tabla 34. Relación entre los problemas seleccionados

Aspecto	Importancia		Criticidad		
	Importancia	Jerarquía	Prom	Desv est	Jerarquía
Zonas azules	2,3	1	4,06	0,77	2
Pico y Placa	3,2	4	3,67	1,36	3
Comerciantes informales	2,9	2	3,52	0,96	4
Delincuencia	3,1	3	4,13	0,86	1
Construcción centros comerciales	3,5	5	3,30	1,32	5

Fuente: La encuesta.

Para los comerciantes encuestados, el problema con más importancia es el de las zonas azules, seguido por los comerciantes informales y la delincuencia, el pico y placa y los centros comerciales.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 53 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

Sin embargo, problema más crítico a resolver es la delincuencia; seguida de las zonas azules.

En el pico y placa y en la construcción de los centros comerciales se encuentra una alta desviación, lo cual indica que existen muchas opiniones opuestas. Donde se encontraron más o menos opiniones unificadas son en los problemas de zonas azules y en la delincuencia.

2.9. Estrategias adoptadas por las empresas encuestadas

Tabla 35. Resumen estrategias adoptadas para hacer frente a los problemas

Estrategias Utilizadas	FREC	%PART
Ha cerrado alguna sucursal	18	28,1%
Se ha cambiado de local	4	6,3%
Ha disminuido el número de empleados	40	62,5%
Ha disminuido gastos	49	76,6%
Ha buscado local en un centro comercial	9	14,1%
Ha bajado el nivel de inventarios	36	56,3%
BASE: TOTAL ENCUESTAS	64	100%

Fuente: La encuesta.

Las empresas encuestadas para hacerle frente a la situación actual del centro de Villavicencio han optado principalmente por disminuir gastos (76%), disminuir el número de empleados (62%) y bajar el nivel de inventarios (56%). El 28% cerraron alguna sucursal y el 14% han buscado local en el algún centro comercial.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17	
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 54 de 63
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN	FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN	VIGENCIA: 2016	



Figura 17. Las estrategias adoptadas para hacerle frente a la situación actual.

Fuente: La encuesta.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 55 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

3. Conclusiones

Tabla 36. Distribución de la muestra.

RESUMEN	FREC	%PART
Total Empresas	64	100,0%
Comercial	59	92,2%
Industrial	5	7,8%
Empresa familiar	54	84,4%
Microempresa (2-10)	64	100,0%
Talabartería	6	9,4%
BASE: Total muestra	64	

Fuente: La encuesta.

La muestra está representada en un 100% de microempresas, 92% comerciales, 84% famiempresas, 9.4% talabarterías.

Tabla 37. Percepción de los empresarios sobre la situación actual

	Ha desmejorado	Sigue igual	Ha mejorado
La situación general del país en los dos últimos años:	100%	0%	0%
la situación del comercio de la región en los últimos 2 años:	100%	0%	0%
La situación de los comerciantes del Centro de Villavicencio en los últimos 2 años:	98%	2%	0%
La situación de los comerciantes del sector calzado, marroquinería y talabarterías en los últimos 2 años...	98%	2%	0%
La situación de su empresa en los últimos 2 años...	97%	3%	0%
Las ventas de su empresa en los dos últimos años	97%	3%	0%
RESUMEN PERCEPCIONES	98%	2%	0%

Fuente: La encuesta.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 56 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

Para el 100% de las personas la situación del país, y el comercio de la región ha desmejorado en los últimos 2 años. Para el 98% a situación de los comerciantes del centro, y en particular de los del sector de calzado, marroquinería y talabarterías ha desmejorado.

Para el 97% las ventas han desmejorado en los últimos 2 años; resumiendo, para el 98% la situación actual ha desmejorado.

En cuanto a las zonas azules, consideran que va en contra de los comerciantes (96%), pues opinan que han alejado a los compradores en carro (70%), a pesar de que mejoraron la movilidad (64%). El 80% considera que es un problema o aspecto crítico, pues es el más importante según las respuestas obtenidas. Solo el 31% está de acuerdo con que se deba mantener esta medida.

Los comerciantes opinan que el pico y placa por sí solo no ha mejorado el comercio en el centro de Villavicencio (85%), pero sí se ha mejorado la movilidad en el centro (76%). Opinan que no ha alejado a los compradores del centro (59%) y para el 78% esta medida se debería mantener.

Para el 18% de los encuestados el pico y placa es el problema más importante entre los mencionados. El 64% (casi 2 de cada 3) de los encuestados calificaron el pico y placa como un problema crítico o muy crítico.

Para el 95% la informalidad es un problema para los comerciantes legalmente constituidos y que pagan impuestos. En los últimos 2 años esta problemática ha desmejorado según el 81% de los encuestados. En la jerarquía entre los problemas de los comerciantes del centro, para el 21% la delincuencia es el aspecto más importante, y para el 20% el segundo en importancia. Para el 51% este es un aspecto crítico o muy crítico.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 57 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

Para el 96% la delincuencia se ha incrementado en el centro de Villavicencio en los últimos 2 años, todos (100%) opinan que la delincuencia es un problema grave, pero para el 12% es al problema más grave.

El 75% considera que los grandes centros comerciales han perjudicado a los comerciantes del centro; sin embargo, Para el 42% la construcción de los centros comerciales es el problema de menos importancia dentro de los seleccionados.

Para los comerciantes encuestados, el problema con más importancia es el de las zonas azules, seguido por los comerciantes informales y la delincuencia, el pico y placa y los centros comerciales.

Sin embargo, problema más crítico a resolver es la delincuencia; seguida de las zonas azules.

Las empresas encuestadas para hacerle frente a la situación actual del centro de Villavicencio han optado principalmente por disminuir gastos (76%), disminuir el número de empleados (62%) y bajar el nivel de inventarios (56%). El 28% cerraron alguna sucursal y el 14% han buscado local en el algún centro comercial.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 58 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

4. Propuestas de Mejoramiento y crecimiento económico para el sector comercial de calzado y marroquinería en el centro de Villavicencio

Utilizar la publicidad como estrategia comercial con el fin de mejorar e incrementar las ventas, el número de visitantes y clientes para cada local comercial utilizando tácticas como:

- Mejoramiento de la imagen del local comercial (logo y letrero)
- Ofrecer un mejor servicio al cliente que ingresa entendiendo que la experiencia que se lleva al visitante es fundamental a la hora de decidirse a comprar
- Siendo el sector de la marroquinería un segmento muy específico dentro del comercio en el centro de la ciudad se propone crear un sistema de gestión del cliente el cual permita llevarle seguimiento y fidelizarlos
- Utilizar medios como folletos, volantes y flyers como herramientas de información de los productos de cada local comercial para los clientes.

Como tácticas internas comerciales, en cada local se plantea el uso de descuentos, disminución de precios en determinados artículos y ofertas de acuerdo a la época del año.

Utilizar la difusión voz a voz e incentivos en las compras de los clientes con pequeños obsequios, además de ofrecer descuentos por compras al por mayor.

Aprovechando la implementación de las zonas azules se puede ofrecer un descuento en las compras llevando el ticket que entrega el operario a cada cliente

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 59 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

5. Impacto científico y/o tecnológico de los resultados de la investigación

Este tipo de investigación es importante porque deben existir contrapartes que se opongan a las versiones oficiales según las cuales estas estrategias de las zonas azules y el pico y placa en el centro de Villavicencio iban a mejorar tanto la movilidad como el ejercicio comercial de todos los establecimientos de este sector de la ciudad según autoridades del gobierno municipal. Así mismo esta afectación que han venido sufriendo los comerciantes ha evidenciado directamente el nivel de desempleo, que hasta el último trimestre del 2017 estaba en 13.4% y con referencia al año anterior se presentó un incremento del 2.9% en el índice de desocupación según el DANE, y a pesar de que la informalidad se ha mantenido en proporciones relativamente estables e incluso con tendencia a incrementarse, los comerciantes mantienen una posición positiva esperando a que la situación en cuanto a las ventas mejoren tanto por el índice de informalidad como por el nivel tan alto de delincuencia; son estos dos factores los que más preocupan y en los que se ven mayormente afectados.

la realidad muestra que es necesario redefinir estrategias en pro del beneficio de los empresarios del centro de la ciudad y que una vez hecho esto, las investigaciones mostrarán la realidad de una sociedad demasiado asimétrica en cuanto la distribución del ingreso, lo que equivale en términos sociológicos y económicos a una sociedad inestable en el largo plazo.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 60 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

6. Transferencia y uso del conocimiento

Los resultados del proyecto se dieron a conocer en el artículo científico denominado “Impacto del Pico y Placa, y las zonas azules en el sector comercial de calzado de Villavicencio” presentado a la dirección del centro de investigación en la facultad de ciencias económicas donde se espera aprobación para la publicación del artículo por la revista Orinoquia.

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 61 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

Referencias

Bibliografía

- Alcaldía de Villavicencio. (27 de jul de 2017). *Desde el primero de agosto habrá cambios en el 'pico y placa' para vehículos particulares en villavicencio*. Recuperado el 26 de oct de 2017, de Alcaldía de Villavicencio: <http://www.villavicencio.gov.co/NuestraAlcaldia/SalaDePrensa/Paginas/Desde-el-primero-de-agosto-habrá-cambios-en-el-‘Pico-y-Placa’-para-vehículos-particulares-en-Villavicencio.aspx>
- Alcaldia de Villavicencio. (9 de may de 2017). En mesa de concertación seguirá dialogo entre Gobierno municipal y comerciantes del centro de Villavicencio. *UnidosPodemos. Boletín No. 168*. Recuperado el 26 de oct de 2017, de <http://www.villavicencio.gov.co/Transparencia/BancoDocumentos/BOLETINES%20DE%20PRENSA/Vigencia%20%202017/Mayo/BOLETIN%20168%20UNIDOS%20PODEMOS%202017.pdf>
- Arias Baquero, N. O., & Pinto Pardo, J. L. (2017). *Diagnostico laboral, de movilidad vehicular y plan de mejoramiento de las zonas de permitido parqueo (ZPP) en la ciudad de Villavicencio. Proyecto de Grado: Especialista en Gestión Público*. Villavicencio: UNAD. Cread Acacías. Recuperado el 26 de oct de 2017, de <http://repository.unad.edu.co/bitstream/10596/12423/1/17346639.pdf>
- Aroca Campo, E. A. (4 de abr de 2014). Agoniza el Centro de Villavicencio. *Noticias de Villavicencio.com*. Recuperado el 26 de oct de 2017, de

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17	
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 62 de 63
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016

http://noticiasdevillavicencio.com/index.php?id=34&tx_news_pi1%5Bnews%5D=572&tx_news_pi1%5Bcontroller%5D=News&tx_news_pi1%5Baction%5D=detail&cHash=f73be28a77ca78030efef1d1f7737636

DANE. (12 de Noviembre de 2019). *www.dane.gov.co*. Obtenido de Empleo informal y seguridad social:

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech_informalidad/bol_ech_informalidad_jul19_sep19.pdf

Diario Extra LLano. (20 de feb de 2016). ¿Por qué se deberían acabar las Zonas Azules en Villavicencio? *Local*. Recuperado el 26 de oct de 2017, de <http://llano.extra.com.co/noticias/local/por-que-se-deberian-acabar-las-zonas-azules-en-villavicencio-188142>

García, L. B. (Marzo de 2017). *Camara de Comercio de Villavicencio*. Obtenido de https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://www.ccv.org.co/site/fileadmin/user_upload/2017/Planeacion/ANALISIS_OBSERVATORIO_DE_SEGURIDAD_2017_VFFF.pdf&ved=2ahUKEwiNvIvox-flAhUPqlkKHW6kCK0QFjAEegQICBAI&usg=AOvVaw1Xb5X8FM5hTnYZnQEbFkzF

Organización Internacional del Trabajo. (25 de Seottiembre de 2018). *www.ilo.org*. Obtenido de Organizacion Internacinal del Trabajo: https://www.ilo.org/americas/sala-de-prensa/WCMS_645596/lang--es/index.htm

Pérez, L. (19 de sep de 2003). La calle de las talabarterías. *El tiempo*. Recuperado el 26 de oct de 2017, de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1021328>

	UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	CÓDIGO: FO-INV-17		
		VERSIÓN: 1	PÁGINA: 63 de 63	
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN		FECHA: 03/11/2016	
	FORMATO ELABORACIÓN DE INFORMES DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN		VIGENCIA: 2016	

Restrepo Martínez, C. M. (30 de mar de 2017). Alerta por el cierre de más de 200 comercios en el centro de Villavicencio. *Llano 7 días*. Recuperado el 26 de oct de 2017, de <http://www.portafolio.co/economia/cierran-mas-de-200-locales-en-centro-de-villavicencio-504566>