

Impacto económico y social que limita el crecimiento y desarrollo de la Central de Abastos de  
Villavicencio

Dani Dayana Romero Vera

Universidad de los Llanos  
Facultad de Ciencias Económicas  
Programa de Economía  
Villavicencio

2017

Impacto económico y social que limita el crecimiento y desarrollo de la Central de Abastos de  
Villavicencio

Dani Dayana Romero Vera

Informe final como requisito para optar al título de Economía

Director Proyecto

Ernesto Leonel Chávez Hernández

Mg. En desarrollo sostenible y medio ambiente

Universidad de los Llanos

Facultad de Ciencias Económicas

Programa de Economía

Villavicencio

2017

AUTORIDADES ACADÉMICAS

PABLO EMILIO CRUZ CASALLAS  
Rector (E)

DORIS CONSUELO PULIDO  
Vicerrector Académico

JOSÉ MILTON PUERTO GAITÁN  
Secretario General

RAFAEL OSPINA INFANTE  
Decano Facultad de Ciencias Económicas

CARLOS LEONARDO RÍOS VIASUS  
Director Escuela de Economía y Finanzas

JAVIER DÍAZ CASTRO  
Director Centro de Investigaciones de la Facultad  
Ciencias Económicas

ANTONIO JOSÉ CASTRO RIVEROS  
Director de Programa Economía

Nota de aceptación:

---

---

---

---

---

---

---

---

Firma del Presidente del Jurado

---

Firma del Jurado

---

Firma del jurado

Villavicencio, Septiembre de 2017.

El presente trabajo denominado “Impacto económico y social que limita el crecimiento y desarrollo de la Central de Abastos de Villavicencio”, es responsabilidad de la autora y no compromete a la Universidad de los Llanos.

## Contenido

	pág.
Resumen .....	11
Abstract .....	12
Introducción.....	13
1. Planteamiento del problema .....	15
1.1 Formulación del problema.....	16
2. Justificación.....	17
3. Objetivos.....	18
3.1 Objetivo general.....	18
3.2 Objetivos específicos .....	18
4. Marcos de referencia .....	19
4.1 Marco Teórico.....	19
4.1.1 La teoría del equilibrio competitivo.....	19
4.1.2 El enfoque gerencial de la empresa.....	23
4.1.3 La nueva teoría de la estrategia.....	27
4.1.4 La economía aplicada y la creación de empresas. ....	31
4.1.5 Emprendimientos por necesidad, oportunidad y el crecimiento económico. ....	37
4.2 Marco conceptual.....	43
4.3 Marco legal.....	52
4.4 Marco institucional .....	55
5. Diseño metodológico .....	69
5.1 Tipo de investigación .....	69
5.2 Enfoque metodológico .....	70
5.3 Método de estudio .....	70
5.4 Población y muestra .....	70
5.4.1 Población. ....	70
5.4.2 Muestra.....	71
5.5 Fuentes de recolección de la información .....	71
5.5.1 Fuentes primarias. ....	71
5.5.2 Fuentes secundarias.....	71
5.6 Procedimiento de la investigación .....	71

6.	Resultados.....	73
6.1	Diagnóstico actual sobre los aspectos económicos y sociales de la Central de Abastos de Villavicencio.....	73
6.1.1	Encuesta dirigida a los comerciantes de la Central de Abastos de Villavicencio. ....	73
6.1.2	Cuestionario dirigido al Gerente de la Central de Abastos de Villavicencio. ....	78
6.2	Determinar en qué sectores de la economía local se ha orientado la inversión de la Central de Abastos de Villavicencio .....	82
6.3	Análisis grado de productividad de los diferentes sectores comerciales que presenta la Central de Abastos de Villavicencio .....	84
7.	Conclusiones.....	88
8.	Recomendaciones .....	91
	Bibliografía.....	94
	Anexos.....	97

## Lista de figuras

pág.

Figura 1.	La relación entre entrepreneurship y crecimiento económico.....	34
Figura 2.	Plaza de mercado Siete de Agosto.....	55
Figura 3.	Plaza de Mercado de San Isidro.....	56
Figura 4.	Central de Abastos de Villavicencio.....	58
Figura 5.	Localización zonas contiguas a la Central de Abastos de Villavicencio. ....	64
Figura 6.	Plano de la Central de Abastos de Villavicencio.....	65
Figura 7.	Galería de Fotos estado actual de la Central de Abastos de Villavicencio. ....	66
Figura 8.	Composición accionaria de Cemerca.....	67
Figura 9.	¿Tiene usted conocimiento de los aspectos corporativos de la Central de Abastos de Villavicencio? (Misión, visión, principios y valores)? .....	73
Figura 10.	¿Cómo es la relación de los comerciantes con los usuarios que visitan la Central de Abastos de Villavicencio? .....	74
Figura 11.	¿Ha recibido usted capacitación que le permita mejorar su desempeño laboral y cumplir con los objetivos propuestos?.....	74
Figura 12.	¿Tiene usted conocimiento si en la Central de Abastos de Villavicencio, existe un programa para la promoción de la salud; de los trabajadores que la integran? .....	75
Figura 13.	¿Se encuentra registrado ante Cámara de Comercio?.....	75
Figura 14.	¿Sabe usted cuáles son sus ingresos diarios? .....	77
Figura 15.	Género.....	110
Figura 16.	Edad.....	110
Figura 17.	Estado civil.....	111
Figura 18.	Estrato social al que pertenece.....	111
Figura 19.	Nivel académico .....	112
Figura 20.	¿Qué medio de transporte utiliza? .....	112
Figura 21.	¿Está inscrito usted en el RUT (Registro Único Tributario)? .....	113
Figura 22.	¿Qué tipo de contabilidad maneja usted?.....	114
Figura 23.	¿Emite usted factura de compra? .....	115
Figura 24.	¿Maneja usted nómina? .....	116
Figura 25.	¿Se encuentra afiliado a parafiscales todas las personas que laboran en la microempresa?.....	117
Figura 26.	¿Posee seguridad social y pensión todos los trabajadores de la microempresa?.....	118
Figura 27.	¿Sabe usted cuáles son sus egresos diarios?.....	119
Figura 28.	¿Cuenta usted con la asesoría de un contador público? .....	120
Figura 29.	¿Declara usted renta? .....	121
Figura 30.	¿Desde hace cuánto declara renta? .....	122

## Lista de tablas

pág.

Tabla 1. Tipología en base a tres dimensiones según Castells. ....	31
Tabla 2. El rol del emprendedor en diferentes campos de investigación. ....	32
Tabla 3. Las características de una economía administrada y una emprendedora. ....	36

## Lista de anexos

	pág.
Anexo 1. Solicitud de permiso para la realización de encuestas. ....	98
Anexo 2. Encuesta dirigida a los comerciantes de la Central de Abastos de Villavicencio. ....	99
Anexo 3. Cuestionario dirigido al Gerente de la Central de Abastos de Villavicencio. ....	105
Anexo 4. Resultados encuesta a los comerciantes de la Central de Abastos de Villavicencio. ....	110

## Resumen

La realización del impacto económico y social que limita el crecimiento y desarrollo de la Central de Abastos de Villavicencio, pretende establecer la disminución del mundo de los negocios y su lentitud frente a los requerimientos, perspectivas y necesidades del mercado, es decir, se busca conocer las causas y consecuencias de orden económico y social con respecto a la supervivencia, rentabilidad y crecimiento, teniendo en cuenta que debería llevar la batuta de los negocios, máxime que es el acopio más importante a nivel local y regional. Además, posee una infraestructura física amplia, con una distribución que genera progreso, productividad y competitividad. Sin embargo, su impacto económico y social se ve limitado por falta de políticas públicas, estrategias de promoción y publicidad, una gerencia proactiva y un marketing como estrategia de emprendimiento, eficaz y eficiente en cada una de sus operaciones. Los objetivos del proceso investigativo conllevaron a realizar un diagnóstico sobre los aspectos económicos y sociales, determinar en qué sectores de la economía se ha orientado la inversión y analizar el grado de productividad de los diferentes sectores comerciales que presenta la Central de Abastos de Villavicencio.

*Palabras clave:* impacto económico, crecimiento, desarrollo, Central de Abastos, productividad, inversión.

### **Abstract**

The realization of the economic and social impact that limited the growth and development of Villavicencio Central de Abastos, seeks to establish the decrease in the business world and its slowness compared to requirements, perspectives and needs of the market, i.e., seeks to understand the causes and consequences of economic and social order with respect to the survival, growth, and profitability, bearing in mind that it should be the direction of the business, especially that is the most important gathering at local and regional level. It also has a wide physical infrastructure, with a distribution that generates progress, productivity and competitiveness. However, its economic and social impact is limited due to lack of public policies, strategies, advertising, promotion and marketing as a strategy for entrepreneurship, a proactive management, effective and efficient in each of its operations. The objectives of the investigative process led to a diagnosis of the economic and social aspects, determine in which sectors of the economy, the investment has been oriented and analyze the degree of productivity of commercial sectors presenting Villavicencio Central de Abastos.

*Key words:* economic impact, growth, development, Central de Abastos, productivity and investment.

## **Introducción**

La elaboración del impacto económico y social que limita el crecimiento y desarrollo de la Central de Abastos de Villavicencio; pretende mediante un diagnóstico actual, mostrar los aspectos económicos y sociales; al igual que determinar en qué sectores de la economía local se ha orientado la inversión de la Central de Abastos; y por ende analizar el grado de productividad de cada uno de los diferentes sectores comerciales que ella presenta.

Los aspectos teóricos reflejan las bases teóricas que enmarcan los siguientes aspectos básicos fundamentales: la teoría del equilibrio competitivo; el enfoque gerencial de la empresa, la nueva teoría de la estrategia, la economía aplicada y la creación de empresas; características de una economía aplicada y una emprendedora; emprendimientos por necesidad y oportunidad, el crecimiento económico y estratégico social.

La metodología aplicada se enmarcó dentro de la investigación descriptiva; con enfoque cuantitativo; incluye el método inductivo. Permitiendo que las fuentes de la recolección de la información conllevaron a la aplicación de una encuesta a los comerciantes y al administrador de la Central de Abastos de Villavicencio.

El contenido y estructura del trabajo estableció los siguientes aspectos: resumen, introducción, planteamiento del problema, formulación, justificación y objetivos.

Posteriormente, se establece los marcos de referencia que incluye marco teórico, marco conceptual, marco legal e institucional.

Seguidamente se presenta el diseño metodológico que relaciona los siguientes componentes: tipo de investigación, enfoque metodológico, método de estudio, población y muestra, fuente de recolección de la información (primaria – secundaria), y procedimientos de la investigación. En este orden metodológico, se presentan los resultados que se indican a través del desarrollo de los objetivos propuestos.

Finalmente se llevan a cabo las conclusiones, recomendaciones, e incluye bibliografía y anexos. De ahí, que la estructura y contenido del trabajo, se ajusta a los parámetros exigidos por la Universidad de los Llanos para su presentación.

## **1. Planteamiento del problema**

Es importante indicar que la Central de Abastos de Villavicencio como empresa legalmente constituida y que tiene como objeto social la construcción, explotación, comercialización y enajenación de centrales de abastecimiento de comercio mayorista y minorista, con el fin de lograr una mejor organización de los mercados a nivel del contexto; cumple un papel de relevancia, ya que facilita la comercialización de alimentos a nivel del contexto y genera de una u otra manera un fondo de desarrollo listo a consolidar en el sector comercial.

Actualmente la Central de Abastos de Villavicencio, permite evidenciar problemas de progreso económico y social que han generado la disminución del comercio debido a varios factores relevantes, tales como: la falta de promoción y publicidad que le permita aumentar la comercialización y el flujo de consumidores con respecto de sus productos ofertados. De igual manera, no cuenta con estrategias de alianza de las empresas de los sectores tanto público como privados que contribuyan y apoyen la comercialización en pro de garantizar su futuro. Así mismo, no posee un transporte público que incentive, motive e impulse a los consumidores para que lo visiten de manera permanente y continua.

Los aspectos anteriormente mencionados conllevan a que la Central de Abastos no establezca una planeación eficiente, situación que es reflejo de deficiencias en la planeación a corto, mediano y largo plazo, y de la toma de decisiones sobre la marcha de los acontecimientos sin un previo análisis de las variables, internas y externas, que afectan la decisión.

Tal situación obedece a factores como la falta de concientización tanto de la administración como la de los comerciantes acerca de la importancia de la función planificadora, el mundo de los negocios, competitividad y desarrollar una labor de planeación con el concurso de todos sus integrantes hacia una gran visión del futuro y una acertada comercialización en el mercado. Las situaciones anteriormente mencionadas pueden llevar a la Central de Abastos de Villavicencio a desaprovechar las oportunidades que brinda el medio y las fortalezas con que cuenta la organización, lo que impide desarrollar una estrategia que garantice el éxito futuro, instituir un ambiente de innovación, creatividad, como competir para ganar, establecer un análisis estratégico, gestión del cambio, e innovación empresarial, una gerencia más proactiva, más allá de la visión empresarial, estrategias de emprendimiento y como obtener clientes satisfechos y leales bajo una perspectiva local y regional más eficiente y eficaz. Esta situación hace necesario un análisis económico y social que limita el crecimiento y desarrollo de la Central de Abastos de Villavicencio.

### **1.1 Formulación del problema**

¿Cuáles son los factores internos y externos que inciden en el impacto económico y social que limita el crecimiento y desarrollo de la Central de Abastos de Villavicencio?

## **2. Justificación**

La investigación propuesta busca, mediante la aplicación de la teoría económica y social, mercadeo, finanzas, emprendimiento, gerencia proactiva, análisis estratégico e innovación como factor clave de éxito empresarial; encontrar explicaciones a situaciones internas (disminución de ventas, falta de planificación) y del entorno (mercadeo, competencia y visión de futuro empresarial, entre otros) que pueden afectar los procesos de comercialización ofertados por los comerciantes en la Central de Abastos de Villavicencio. Lo anterior permitió a la investigadora verificar diferentes conceptos relacionados con el impacto social y económico dentro de la realidad que hoy presenta la Central de Abastos.

Para el cumplimiento de los objetivos propuestos, se acudió al empleo de técnicas de investigación como instrumentos para medir el impacto económico y social que viene limitando el crecimiento y desarrollo de la Central de Abastos. De ahí, que se utilizaron las técnicas e instrumentos como la encuesta, entrevista y observación, que permita conocer e identificar las limitaciones que presenta. Se espera con la investigación que su resultado permita encontrar alternativas de solución, con base en la problemática evidenciada y que inciden actualmente en los resultados de la Central de Abastos en Villavicencio.

El proceso investigativo se convierte en un reto, si se tiene en cuenta que se aplicaron bases teóricas vistas durante la carrera, ajustando de acuerdo con la problemática y que permita garantizar el éxito futuro de la misma.

### **3. Objetivos**

#### **3.1 Objetivo general**

Establecer el impacto económico y social que limita el crecimiento y desarrollo de la Central de Abastos de Villavicencio.

#### **3.2 Objetivos específicos**

- a) Realizar un diagnóstico actual sobre los aspectos económicos y sociales de la Central de Abastos de Villavicencio.
- b) Determinar en qué sectores de la economía local se ha orientado la inversión de la Central de Abastos de Villavicencio.
- c) Analizar el grado de productividad de los diferentes sectores comerciales que presenta la Central de Abastos de Villavicencio.

## **4. Marcos de referencia**

### **4.1 Marco Teórico**

#### **4.1.1 La teoría del equilibrio competitivo.**

La noción de equilibrio ha sido la categoría organizadora central en torno a la cual hubo de construirse la teoría económica neoclásica, además ha sido la mejor estrategia de fundamentación de la institución del mercado; institución central de la sociedad de individuos, y en la que el Estado y la política, reducidos a su mínima expresión, son entendidos como meros instrumentos de la libertad de la sociedad civil de mercado. De ahí que la sociedad capitalista contemporánea sea, para los neoclásicos, la sociedad civil de mercado. Sociedad que está en el núcleo de su economía y de su programa. En este programa todos los intercambios se efectúan por medio de los mercados, al ser el mercado el único mecanismo computacional capaz de manejar, generar y reabsorber gran cantidad de información, y el mejor pertrechado para resolver en cada momento el sistema de ecuaciones que define matemáticamente una situación ideal de equilibrio.

A partir de un cierto nivel de complejidad de la vida económica, el mercado, sencillamente es, para esta teoría, insustituible; únicamente, requiere que no esté regulado, pues únicamente cuando no lo está es capaz de asignar eficientemente los recursos y maximizar el bienestar social. Este planteamiento ya estaba presente en los economistas clásicos, quienes motivados por establecer una postura crítica frente al mercantilismo (que aseguraba que la

riqueza de un país estaba garantizada si se lograba reforzar las exportaciones y restringir las importaciones), destacaron, como principio básico de su argumentación, la idea fisiócrata de que el Estado (instituido, únicamente, para garantizar las leyes contractuales basadas en la propiedad privada y proveedor de los bienes públicos estrictamente necesarios para el funcionamiento de los mercados) debía abstenerse de intervenir en la economía, dado que la eficiencia se alcanza en los mercados libres, no intervenidos, Perdices (2008). Así, se abogaba por la libertad del comercio y la propiedad privada, proponiendo que aún cuando los individuos actúan en búsqueda de su propio interés, existe una mano invisible que convierte la ganancia privada en un beneficio público.

En una economía donde prima la propiedad privada esta acumulación se logra mediante la capacidad de ahorro de los capitalistas, que a través de la pugna por la obtención de beneficios incrementan sus niveles de inversión favoreciendo, así, el crecimiento económico. Por ello, para Smith, el rol de empresario o emprendedor dentro del sistema económico equivalía al rol del capitalista, que es el individuo que invierte su capital en emprendimientos de riesgo, planifica y ejecuta acciones para realizar una inversión. Por lo demás, el concepto de mercado en Smith refiere a: por un lado, a las ventajas de la especialización y de la compensación de intereses y, por otro lado, a la competencia por la consecución de beneficios individuales. La competencia tiene que ver con el interés propio, es decir, con la pasión o tendencia pasional en la que reside la fuente de la acción, y es que, para este autor, como para los moralistas escoceses, lo genuinamente humano son las pasiones que tienen a su servicio una razón instrumental que permite regularlas de modo que consigan sus intereses.

Rosanvallon (1989) plantea que Smith concibe la economía ("la ciencia de la riqueza") como la realización de la filosofía escocesa del siglo XVIII (Hume, Ferguson, entre otros); una ciencia del funcionamiento de la sociedad civil moderna en el contexto de un Estado de derecho. Y es que el Capitalismo que concibió Smith más que un sistema económico es un modo de organización social abierta al comercio del *self-interest*, a la benevolencia de la mano invisible del mecanismo del mercado, esto es, de un sistema descentralizado y competitivo de asignación y distribución basado en decisiones de intercambio guiados por el egoísmo y el interés privado. Como afirma De Francisco (2008:30-40), la aportación de la Ilustración escocesa está en descubrir la existencia de mecanismos ocultos de coordinación social que generan espontáneamente orden institucional. La idea es la siguiente: dadas ciertas normas e instituciones, los individuos interactúan movidos por cualesquiera intenciones subjetivas, egoístas o altruistas. Unos tiramos para un lado, otros para otro. Pero en esa interacción, sin pretenderlo, sin buscarlo, sin saberlo, "activan mecanismos de coordinación y agregación social que generan nuevas reglas y normas, esto es, nuevos marcos institucionales. Quiere ello decir que las sociedades están sometidas a dinámicas culturales e institucionales internas o endógenas, no diseñadas por nadie, 'espontáneas', que se van decantando a lo largo del tiempo". Lo que la Ilustración escocesa, dicho de otra forma, estaba descubriendo es el denominado paradigma de las consecuencias no intencionales de la acción intencional, esto es, que los marcos institucionales son el resultado no intencional de (miríadas de) acciones intencionales. En las palabras tantas veces repetidas (sobre todo por Hayek) de Adam Ferguson, "las instituciones sociales son el resultado de las acciones humanas, pero no del diseño humano".

Arrow y Debreu (1954), en su teoría del equilibrio competitivo, argumentaron que en una economía donde los productores maximizan sus beneficios y los consumidores sus niveles de bienestar, se logra un equilibrio competitivo donde el precio de cada mercado iguala el volumen de la demanda y de la oferta. Situación de equilibrio del que se derivan los dos teoremas fundamentales de la economía del bienestar, que demuestran que si todos los mercados son perfectamente competitivos la asignación de los recursos es necesariamente eficiente. Específicamente, el primer teorema plantea que la asignación que hacen los mercados competitivos es la más eficiente posible y, el segundo teorema muestra que, en ausencia de rendimientos de escala crecientes, la asignación óptima se puede llevar a cabo de manera descentralizada mediante el mercado, al asignar éste los factores de producción y las mercancías mediante las decisiones descentralizadas que efectúan las empresas y las economías domésticas. Se sigue de ello que la función (económica) de los gobiernos debe reducirse a la identificación y remoción de los obstáculos que impiden el adecuado funcionamiento de los mercados y, a partir de ahí, desentenderse: *laissez faire, laissez passer*. Este corolario práctico no es otro que el Estado mínimo, limitado a vigilar que los contratos firmados se cumplan y que los derechos de propiedad se respeten.

La teoría del equilibrio competitivo establece, a su vez, que los propietarios únicamente deben invertir su capital en aquellos proyectos que tengan expectativas de beneficio para que el capital resultante, después de realizada la operación económica, sea mayor que el capital inicial. Desde esta premisa, se explica que maximizar el valor para la propiedad constituye el objetivo último de la empresa, y que responde a una idea muy concreta acerca del derecho de propiedad y su ejercicio, lo que en el programa neoclásico se denomina tener los derechos residuales de

control. Esto significa que los propietarios reciben los rendimientos que genera la empresa, es decir, tienen el derecho de recibir todo el beneficio neto que la empresa produzca, en tanto que los propietarios son los titulares legítimos de lo que queda después del pago de todos los créditos y deudas y el conjunto de compromisos contraídos. Pero para garantizar el beneficio neto es clave atenerse al principio de eficiencia asignativa, y que ha de impregnar y condicionar el nivel tecnoeconómico, en el que se sitúa la actividad de las empresas, y del que se desprende un tipo de análisis: el análisis tecnológico de la empresa.

#### **4.1.2 El enfoque gerencial de la empresa.**

Los problemas de coordinación y motivación fueron puestos de manifiesto con la constitución de la empresa gerencial, y que Chandler (1977) expuso cuando planteó que para competir globalmente es necesario ser grande, y la historia corporativa explica por qué. Analizando esta historia, Chandler observó que la lógica de la empresa gerencial comienza con las ventajas en los costes que derivan de las innovaciones tecnológicas vinculadas a la Segunda Revolución Industrial, que consolidó un nuevo modelo de crecimiento económico que afectó tanto a las principales economías nacionales como a las relaciones económicas internacionales. En particular, la emergencia de la empresa gerencial tuvo que ver con los enormes volúmenes de capital exigidos por las masivas inversiones en los nuevos sectores industriales y de servicios, que abocaron a la concentración financiera e industrial. Esta concentración, en un contexto internacional de crecientes intercambios comerciales y de amplios flujos humanos y financieros, definió la primera globalización (de 1870 a 1914).

Tras el periodo 1914-1945, se llevó a cabo la reestructuración del sistema productivo mediante una fuerte reordenación tecnológica, en tanto que las consecuencias destructivas e innovadoras de la Segunda Guerra produjeron una oleada de transformaciones técnicas que serían integradas en los procesos concretos de trabajo y en el diseño de objetos de consumo de lo que se conoce como fordismo. En éste, la eficiencia quedó asociada con la dimensión de la empresa, y que demostró taxativamente la tesis de Schumpeter (1971) que asociaba el potencial de crecimiento del capitalismo con la gran empresa, y en la que se producía una estricta división y jerarquización de tareas según los departamentos y funciones. La departamentalización funcional mostraba cómo la coordinación del mercado es sustituida por la organización administrativa, como mecanismo de asignación de recursos.

Por consiguiente, la teoría de los costes de transacción hace hincapié en que los determinantes de la eficiencia de las organizaciones industriales han seguido una secuencia, en la que en un extremo se relacionó la eficiencia con la dimensión de la empresa, y que favoreció la aparición de la gran fábrica moderna con un elevado grado de integración vertical, y que fue la solución que se dio a los problemas organizativos creados por el surgimiento de la tecnología de producción en serie. El fundamento de esta tecnología productiva estaba en lograr un régimen productivo intensivo en capital bajo regulación monopolista, lo que generó niveles de concentración y la aparición de grandes empresas integradas tanto vertical como horizontalmente, con la consiguiente formación de complejos industriales y la creación de grandes organizaciones tipo *holding*, *trust*, *cartel*. Grandes empresas que, siguiendo el modelo de *Ford*, integraban gran parte, y en algunos casos la totalidad de la cadena de valor, dentro de cada una, generando una estructura interna relativamente compleja y variable según el sector en que operaban, su tamaño y

su propia evolución, pero en donde se producía una estricta división y jerarquización de tareas según los departamentos y funciones, que presentan localizaciones específicas y diferenciadas.

Bajo este nuevo paradigma, se ha alterado de forma significativa el modo de funcionamiento de determinadas empresas y sectores, no sólo reduciendo de forma significativa el tiempo y coste de procesamiento de todo tipo de información sino modificando el modo en que empresas y mercados gestionan el flujo de bienes y servicios a través de sus cadenas de valor. Esto, unido a la madurez de la tecnología y a su mayor difusión, ha provocado, por un lado, el paso de la "gran empresa integrada verticalmente" a la "empresa-red", que hace un recurso masivo a la externalización de trabajos y operaciones, y a la desintegración de actividades. Por otro lado, el surgimiento de redes empresariales que crean condiciones favorables para inducir y orientar a las empresas a superar los límites al crecimiento en aislamiento, incorporar tecnologías e innovaciones y ampliar sus áreas y horizontes de mercado.

Redes que pueden ser contempladas como procesos, en el sentido que constituyen una forma de entender cómo la economía funciona y organiza sus estrategias, así como resultados, observándose a las redes como una masa crítica de empresas interdependientes, mediante:

- a) la obtención de información, a través de contactos personales, sobre proveedores, distribuidores, clientes, etc.;
- b) la formación de una red de subcontratación productiva o de aprovisionamiento de servicios comunes;

- c) el establecimiento de relaciones proveedor/cliente como alternativa a la integración vertical, en la medida que se establecen relaciones no jerárquicas de colaboración;
- d) la transferencia de información y de resultados de investigación.

Redes empresariales que constituyen una alianza estratégica permanente entre un grupo limitado y claramente definido de empresas independientes que colaboran y cooperan para alcanzar unos objetivos comunes orientados hacia el desarrollo competitivo de sus integrantes, obteniendo unos beneficios individuales mediante la acción conjunta y una constante evolución. De esta manera, las redes de empresas, como nueva forma organizativa, se constituyen como el sistema fundamental para llevar a cabo los procesos de producción flexible, con el objetivo de adaptación a los constantes cambios de la demanda, y que pueden incluir las relaciones e interconexiones tanto entre grandes empresas como entre grandes y pequeñas y pequeñas entre sí, así como la descentralización de actividades y la reducción de la estructura interna.

Para Williamson (1975), el análisis de la eficiencia de las organizaciones industriales permite la siguiente conclusión: la empresa gerencial ha tenido dos formas alternativas de organización: la estructura multifuncional centralizada y la estructura multidivisional descentralizada (con divisiones operativas semiautónomas, organizadas por líneas de producto, marca, zona geográfica, etc.). Formas percibidas como el resultado de un proceso evolutivo (de selección) que favoreció la forma multidivisional por su eficiencia interna. Sin embargo, ambas formas de organización, de tipo jerárquico, entraron, desde esta perspectiva, en crisis en la década de 1970, cuando se vinculó la eficiencia con las formas en red (eficiencia colectiva), al permitir

éstas una mayor flexibilidad en las fases de producción, distribución y gestión. Las formas en red son el resultado de las siguientes cuatro tendencias:

- a) descentralización interna de las multinacionales: las empresas multinacionales crean filiales autónomas, líneas de producción con iniciativas propias, jerarquías planas y organizan en su interior una competencia interna simulando relaciones de mercado;
- b) redes de colaboración de las pequeñas empresas: manteniendo sus ventajas en la flexibilidad, las pequeñas y medianas empresas concentran recursos en común para ganar las ventajas de economías de escala y la capacidad de acceder a mercados internacionales;
- c) la interconexión de las redes de pequeñas y medianas empresas con las multinacionales flexibiliza y agiliza aún más la reorganización de la economía global en forma de red;
- d) alianzas estratégicas entre grandes empresas: grandes multinacionales, competidoras en el mercado, ponen en común recursos e ideas de varias empresas en una tarea determinada para un producto, el desarrollo de una tecnología en un mercado y en un momento concreto y, finalmente,
- e) tecnologías de información y comunicación, que permiten el funcionamiento flexible en red, la coordinación de actividades dispersas en distintas empresas y localidades.

#### **4.1.3 La nueva teoría de la estrategia.**

Sociedad del conocimiento y nueva economía. Brunet et al (2013). La sociedad del conocimiento es una sociedad basada en la utilización del acervo científico y técnico como base para la realización de actividades productivas y rentables desde el punto de vista empresarial, y

sus agentes principales son distintos de los que operaban en la sociedad industrial. Así, en la sociedad industrial, donde el activo más valioso de la empresa era el capital productivo y la mano de obra, ha dado paso a la sociedad del conocimiento o postindustrial donde los activos basados en el conocimiento son la clave de la capacidad competitiva. En esta nueva sociedad, el conocimiento de las personas que trabajan para la organización, sus habilidades, su identificación con la misión y objetivos de la empresa, así como su capacidad para trabajar en equipo y aportar ideas valiosas, *"son cada vez más relevantes para poder tomar decisiones inteligentes y actuar con rapidez en un mundo cambiante"* (Ventura 2008:10). Para ello se requieren empresas con estructuras organizativas más planas (con menores niveles jerárquicos), con sistemas de incentivos y culturas cooperativas que hagan factible el aprendizaje y la creación de valor mediante la interacción y el diálogo. Empresas que, además, han de competir en innovación, al ser ésta un medio para obtener ventajas competitivas sostenibles.

Por otra parte, en la sociedad del conocimiento, las instituciones generadoras de conocimiento (como las universidades, los centros tecnológicos y de innovación, los laboratorios, las empresas de servicios avanzados, los departamentos de I+D de las empresas) pasan a convertirse en motores centrales de desarrollo económico, mientras que la gran empresa de la revolución industrial precisa, señalan Mas y Quesada (2005:25), ser acompañada por pequeñas empresas de vocación innovadora, dinamizadoras del proceso de I+D. Pequeñas empresas que desarrollan procesos de innovación internos con los recursos humanos y financieros propios mediante acuerdos de cooperación con otras instituciones. Procesos de innovación continuos dado que en la sociedad del conocimiento el cambio continuo es o se ha convertido en su principal actividad económica. El cambio provoca "que el stock de conocimiento acumulado se

amortice a una gran velocidad y que la siempre necesaria formación tenga un nivel cada día más elevado y una naturaleza más flexible y continua".

Además, como consecuencia del dinamismo tecnológico, las empresas deben, cada vez más, emplear recursos y desarrollar capacidades para "vigilar su entorno tecnológico y ser capaces de innovar o bien de adaptar las nuevas tecnologías en el momento adecuado si quieren mantener su capacidad competitiva" (Ventura, 2008, p.9). Y es que, en este nuevo contexto, la innovación se ha convertido en un activo de primer orden en la competitividad de las empresas. De forma que la fuente de productividad en el modo de producción informacional (Castells, 2000) se encuentra en la conexión estrecha entre cultura y fuerzas productivas, entre espíritu y materia, ya que lo relevante no es ya el producto material sino el conocimiento que se necesita para innovar, diseñar, producir con eficiencia, comercializar y transformar los productos como símbolos de identidad y estilo de vida. Por lo tanto, el desarrollo tecnológico y la innovación (I+D+i) desempeña un papel decisivo en el modo de desarrollo informacional y precisa de una atención específica. En este modo de desarrollo, la innovación ya no se la observa bajo el prisma del enfoque tecnológico externo que suponía la incapacidad de la empresa para la innovación tecnológica, es decir, ésta ya no se la concibe como un concepto ligado a los bienes de equipo cuyo avance no dependía de la actuación empresarial, sino que se tiene en cuenta el papel activo de las empresas y de los trabajadores en la determinación del ritmo y dirección del progreso tecnológico, en el que la empresa juega un papel protagonista. Así, desde la Teoría Evolucionista, la Teoría de Recursos y Capacidades, y la Teoría de la Empresa basada en el Conocimiento, se considera que el proceso de innovación es de naturaleza continua, su componente principal es el conocimiento y las capacidades tecnológicas se acumulan en el tiempo. La innovación deja de

ser, pues, un concepto ligado a los bienes de equipo para convertirse en un agente más complejo, profundo y estratégico, que influye decisivamente en la competitividad y supervivencia de la empresa y de la sociedad.

La conexión entre cultura y fuerzas productivas, entre espíritu y materia, que demanda el proceso de trabajo informacional, viene determinado por los siguientes procesos:

- a) El valor añadido es generado, fundamentalmente, por la innovación de procesos y productos. Así, el software condiciona el destino de la industria electrónica, hecho que hace posible la invención de productos financieros y la prosperidad del sector financiero y de sus clientes.
- b) La innovación en sí misma depende de dos condiciones: del potencial de investigación y de la capacidad de especificación. Es decir, el conocimiento se aplica a propósitos específicos en contextos institucionales y organizativos determinados.
- c) La ejecución de tareas gana en eficiencia al adaptar instrucciones de mayor nivel a aplicaciones específicas y cuando genera efectos de retroalimentación en el sistema.
- d) Los dos rasgos claves del proceso laboral son la capacidad para generar una toma de decisiones estratégica y flexible, y la capacidad para lograr la integración organizativa entre todos los elementos del proceso de producción.
- e) Las tecnologías de la información y la comunicación se convierten en los ingredientes críticos del proceso de trabajo debido a que determinan la capacidad de innovación, posibilitan la corrección de errores y la retroalimentación en la ejecución, y dotan de flexibilidad y adaptabilidad a toda la gestión del proceso de producción. Más específicamente, permiten

diseñar la estrategia de innovación que permita explotar los recursos tecnológicos internos de la empresa, crear, mantener y potenciar recursos y capacidades tecnológicas internas.

Así se establecen tres tipologías:

Tabla 1. *Tipología en base a tres dimensiones según Castells.*

Creación de valor	Creación de estaciones	Toma de decisiones
<p>Toma de decisiones estratégicas y planificación realizadas por los mandos.</p> <p>Innovación en productos y procesos, a cargo de investigadores.</p> <p>Adaptación, presentación y selección del objetivo de la innovación, a cargo de diseñadores.</p> <p>Gestión de relaciones entre decisión, innovación, diseño y ejecución, a cargo de los integradores.</p> <p>Ejecución de tareas bajo su iniciativa, a cargo de los operadores.</p> <p>Ejecución de tareas auxiliares no automatizadas, a cargo de los "robots humanos".</p>	<p>Los trabajadores en red que establecen conexiones por su iniciativa.</p> <p>Los trabajadores de la red, que están en línea, pero si capacidad de decisión en el establecimiento de conexiones.</p> <p>Los trabajadores desconectados, que realizan tareas específicas definidas por instrucciones no interactivas y de un único sentido.</p>	<p>Los decisores, que toman decisiones como último recurso.</p> <p>Los participantes, que toman parte en la toma de decisiones.</p> <p>Los ejecutores, que sólo aplican las decisiones.</p>

Fuente: Castells (2000).

#### 4.1.4 La economía aplicada y la creación de empresas.

Los avances teóricos descritos en el estudio de la empresa, como agente activo dentro del proceso de conformación y desempeño de los sistemas económicos, han permitido también

desarrollar en el campo de la economía aplicada una vasta literatura relacionada con la búsqueda de resultados empíricos que permitan ligar los conceptos teóricos en relación al papel que juegan en las economías los emprendedores, tanto desde el análisis micro y macroeconómico como de política económica (Audretsch, 1995; Audrestch et al. 2008; Acs y Armington, 2006). Conceptos como competencia, innovación, crecimiento económico, aglomeración, empleo, localización, son abordados teniendo en cuenta el rol fundamental que juegan las nuevas empresas en la determinación de la dinámica industrial.

Tabla 2. *El rol del emprendedor en diferentes campos de investigación.*

Campo teórico	Teoría específica	Competencia	Innovación	Creación de empresas	Importancia para el crecimiento
Perspectivas históricas	Shumpeter	++	+++	+	++
	/ Baumol	++	+	0	+
	Neoclásicos Austriacos	++	+	0	++
T. del crecimiento endógeno		+	+++	0	+
Historia económica		++	+++	+	+++
Administración		+	+++	++	++
Economía Industrial	Porter	+++	+++	++	+++
Economía evolutiva	Eliasson	+++	++++	+++	+++

Fuente: Wennekers y Thurik (1999)

(0) No está presente en los escritos; (+) Implícitamente incluido en los escritos, (++) Explícitamente incluido en los escritos (+++) Elemento central en los escritos.

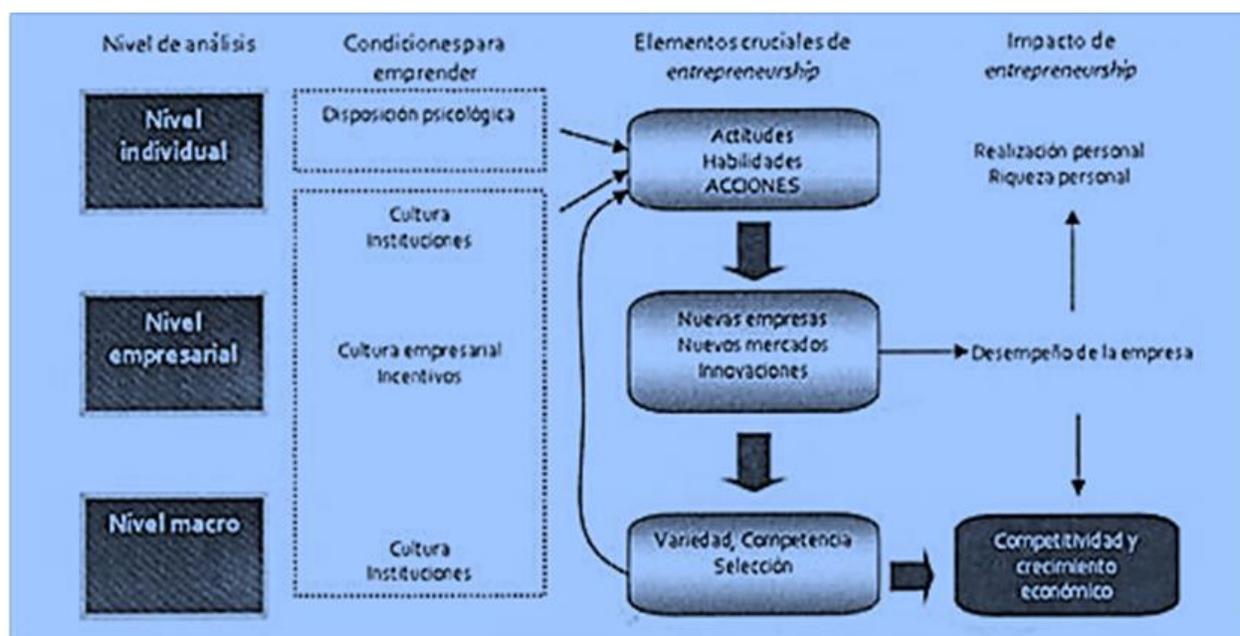
En la síntesis presentada por Wennekers y Thurik (1999) se observa una tendencia creciente a incorporar el fenómeno de la creación de empresas. Fundamentalmente, se observa un cambio importante desde la aportación schumpeteriana respecto al emprendedor innovador, como agente clave de cambio dentro de los sistemas económicos. La relevancia que adquiere la innovación a partir de sus desarrollos, queda claramente establecida en las teorías modernas de organización industrial y en el enfoque evolucionista, siendo el emprendedor un elemento clave

para entender el funcionamiento de los mercados, los patrones de innovación y las consecuencias sobre el crecimiento económico de las regiones y territorios. De hecho, como argumenta Callejón (2009:49), a inicios del siglo XX Schumpeter ya había elaborado "una teoría magistral del papel del emprendedor en la innovación productiva y el crecimiento económico en los años anteriores a la Primera Guerra Mundial. Treinta años más tarde Schumpeter volvió a captar la pauta innovadora de su tiempo y el protagonismo del esfuerzo innovador deliberado y sistemático de las grandes empresas. Su primer modelo del emprendedor como protagonista del proceso de creación destructiva es actualmente el punto de partida de la mejor investigación teórica existente en dinámica industrial.

Así, según esta autora, Audretsch ha construido una versión actualizada del papel del emprendedor innovador schumpeteriano. Que ya no es un "visionario" aislado con un talento especial, sino un agente dispuesto a explotar conocimientos que las empresas establecidas consideran alejados de su negocio central. De alguna forma Audretsch combina ambas teorías de Schumpeter (Mark Iy Marklí) aunque se centra casi exclusivamente en el papel de las nuevas empresas, de los emprendedores. Cabe reconocer que el talento de Audretsch, por su cuenta o con coautores, "para identificar, dar nombre, y conectar conceptos y modelos de innovación y crecimiento en medio de la acción de los emprendedores. Una idea clave de la teoría de la economía emprendedora de Audretsch es el futuro al conocimiento (...). Se trata de una herramienta analítica que permite abordar la llamada paradoja de la innovación referida a Europa. En realidad, no existe ninguna paradoja cuando se comprende que el conocimiento científico o técnico no se convierte automáticamente en innovaciones comercializadas en los mercados. Hace

falta que existan agentes específicos, emprendedores en el enfoque de Audretsch, capaces de transformar el conocimiento en innovaciones" (Callejón, 2009:50).

Por tanto, el estudio de la creación de empresas innovadoras y su impacto en el crecimiento económico es uno de las áreas más desarrolladas en la literatura de entrepreneurship desde la perspectiva de la economía aplicada, de la demografía empresarial o dinámica industrial. Sin embargo, esta literatura se ha centrado en el estudio de la temática a nivel empresarial y regional, siendo más limitada la que se centra en el análisis a nivel agregado. La figura siguiente, muestra un esquema de relaciones entre la creación de empresas y el crecimiento económico, propuesta por Wennekers y Thurik (1999), teniendo en cuenta los factores que inciden en la creación, de acuerdo a los diferentes niveles de agregación: individual, empresarial y macroeconómico.



*Figura 1.* La relación entre entrepreneurship y crecimiento económico.

Fuente: Wennekers y Thurik (1999).

Estos autores incorporan los factores institucionales y culturales como condiciones que favorecen las acciones emprendedoras. La existencia de una cultura empresarial e instituciones que incentiven la creación de empresas, unido a una disposición psicológica de los individuos (motivación, necesidad de logro, tomador de riesgo, etc.) permite iniciar acciones cuyo resultado es la entrada de nuevas empresas en el mercado. Entradas que promueven las innovaciones y se traducen en un incremento de la competencia y de la variedad, siendo éste el mecanismo selectivo por el cual sólo las empresas que incorporan cambios tecnológicos y se adaptan a las condiciones cambiantes del entorno puede continuar en el mercado. Este aumento de la competencia genera mejoras en la productividad que incentiva el crecimiento económico.

La economía aplicada distingue tres etapas del desarrollo de las economías. En la primera, la economía se especializa en la producción de productos agrícolas y en manufacturas de pequeña escala. En la segunda, la economía se especializa en la producción de bienes industriales, y en la tercera, con el incremento en los niveles de renta, la economía se orienta al sector servicios (Acs, 2006). Estas fases del desarrollo inciden en el comportamiento de la actividad emprendedora, observándose una elevada tasa de creación de empresas en la primera etapa, un decrecimiento en la segunda y un nuevo incremento de la creación de empresas en economías donde la participación de los servicios es elevada. Muchos trabajos han medido y explicado el comportamiento en forma de U que la relación entre el crecimiento de la renta y la tasa de actividad emprendedora muestra. Al respecto, Van Stel et al. (2005:10) observaron la relación entre niveles de ingreso y tasa de creación de empresas en 36 países verificando la hipótesis de la forma U y, además, incluyeron en el modelo variables adicionales relacionadas con las condiciones económicas y no económicas de cada uno de los países. El resultado es que la tasa

comparativa de emprendeduría está gobernada por leyes relacionadas al grado de desarrollo económico. Valores culturales, la disponibilidad de modelos de rol empresariales, la estructura de incentivos del sistema económico y la política de innovación provee influencias estructurales adicionales en la creación de empresas. De ahí que la tasa comparativa de emprendeduría sea estable y dependiente del pasado.

Tabla 3. *Las características de una economía administrada y una emprendedora.*

Dimensiones	Indicadores	Economía Administrada	Economía Emprendedora
Fuerzas implícitas.	Factores de la producción.	Capital y trabajo.	Conocimiento.
	Ventaja competitiva.	Economías de escala.	La innovación.
	Dinámica.	Continuidad.	Disrupción.
	Creación de empleo.	En base a bajos salarios.	En base a productividad.
Entorno externo.	Entorno.	Estable, especialización y homogeneidad.	Turbulento, diversidad y heterogeneidad.
	Proceso de innovación.	Inversiones en laboratorios \ de I+D. Cerrado.	Oportunidades originadas en spillovers de conocimiento. Abierto.
Función de las empresas.	Trabajadores.	Homogéneos y reemplazables.	Heterogéneos y con capacidades diferenciales.
	Estrategia de organización.	Comando y control.	Motivación.
	Competencia y cooperación.	Firmas verticalmente integradas que compiten en el mercado de producto.	Desintegración y cooperación entre firmas independientes.
Gobierno.	Objetivos.	De naturaleza restrictiva ( <i>anti trust</i> , regulaciones).	Estimular el desarrollo empresarial a través de políticas.
	A quien se dirige.	A industrias específicas que interesan promover los organismos públicos.	Promover acciones de creación de conocimiento.
	Alcance.	Nivel nacional.	Nivel regional y local.
Financiamiento.		Estrecha relación entre bancos y empresas.	Mercados informales de capital. Financiamiento de alto riesgo.

Fuente: Thurik (2008)

#### **4.1.5 Emprendimientos por necesidad, oportunidad y el crecimiento económico.**

El argumento para establecer la relación positiva entre la tasa de actividad empresarial y el crecimiento económico está en que las nuevas empresas incrementan los puestos de trabajo, intensifican la competencia e incrementan la productividad y el cambio tecnológico. Sin embargo, Acs (2006) considera que "la creación de empresas por necesidad no afecta el desarrollo económico mientras que las creadas por oportunidad tienen un efecto positivo y significativo" (p. 97). La creación de empresas por oportunidad representa la decisión voluntaria de iniciar un emprendimiento mediante la explotación de una idea de negocio. Un emprendimiento por necesidad refleja la percepción individual de que dichas acciones son la mejor opción de empleo disponible. Teniendo en cuenta este aspecto, Acs concluye que es interesante analizar el ratio de emprendimientos por oportunidad en términos de necesidad, como indicador del desarrollo de los países. Entre las variables de análisis de dicha relación, los autores consideran que países con elevados niveles de ingreso *per cápita* tienen una tasa mayor de emprendimientos por oportunidad. Otros aspectos a tener en cuenta son el grado de apertura comercial, el gasto en educación y el número de patentes otorgadas teniendo en cuenta a través de estas dimensiones la importancia del entorno innovador como generador de oportunidades de negocio.

En la misma línea de pensamiento, Van Stel et al. (2005), consideran que la innovación tecnológica es el factor determinante del crecimiento a largo plazo. Detrás de la tecnología, es importante observar la incidencia de la calidad institucional y del entorno macroeconómico a fin de preservar los derechos de propiedad y el cumplimiento de los contratos. Entre las variables

que los autores plantean, se destacan la transparencia gubernamental, elevadas tasas de ahorro de la sociedad, la política fiscal y monetaria y la estabilidad financiera. La conclusión principal de los resultados hallados en la medición por grupo de países, refiere a que existe una relación negativa entre la tasa de emprendimientos y el desarrollo económico en países de bajos ingresos per cápita y elevada inestabilidad institucional. Adicionalmente, un aspecto que favorece la creación de empresas por oportunidad se relaciona estrechamente con las condiciones estructurales que determinan la capacidad de generar y crear conocimiento dentro de la sociedad. Esto no implica que sólo aquellos países orientados al desarrollo de sectores intensivos en conocimiento puedan desarrollar entornos innovadores, pues, aún en sectores tradicionales, es posible ampliar las oportunidades de negocios que fomenten la innovación. Lo relevante es lograr una base tecnológica adecuada, cimentada en la formación de recursos humanos, tanto en aptitudes técnicas como en el nivel educativo, que complementada con la existencia de un entorno favorable oriente a los individuos a crear empresas por oportunidad. Numerosos estudios han destacado, en este sentido, el *rol* de las universidades como potenciales incubadoras de empresas de base tecnológica, y de la relevancia de enlazar en los programas educativos los conocimientos científicos con los requerimientos del sector productivo. En síntesis, la creación de empresas por oportunidad, en relación a aquellas que se crean por necesidad, incide directamente en el crecimiento económico de las economías. Diversos factores están vinculados a su aparición, incluyendo las características institucionales, las condiciones macroeconómicas y el desarrollo de recursos y capacidades que generen ventajas competitivas nacionales y un ámbito favorable para el desarrollo de emprendimientos de oportunidad.

A diferencia de la uniformidad en las conclusiones halladas en los trabajos respecto a la asociación entre desarrollo económico y *entrepreneurship*, en el caso de su relación con el nivel de desempleo, el comportamiento es ambiguo. Así, mientras que en algunos trabajos empíricos se han observado que el desempleo es un factor que incentiva la aparición de nuevas empresas, otros han obtenido resultados opuestos, donde una mayor tasa de desempleo reduce el índice de actividad emprendedora. Las explicaciones asociadas a la existencia de una relación positiva entre desempleo y emprendedorismo se centran en dos aspectos. Por un lado, el paro es un factor disparador de actividades emprendedoras, debido a que en contextos de alto desempleo, los salarios tienden a disminuir y, en consecuencia, es bajo el coste de oportunidad de iniciar una empresa en relación a estar empleado en otra empresa. Por otro lado, cuando se reduce el nivel de empleo, las posibilidades de acceder al mercado de trabajo formal se restringen, especialmente para individuos con bajo nivel de cualificación. Ello conlleva a la creación de empresas por supervivencia que si bien aumentan la tasa emprendedora de una región, su efecto positivo es de corto plazo dado que son empresas con alta tasa de mortalidad como consecuencia de carencias gerenciales y de tamaño.

**Estrategia social:** Según su forma de actuar en lo social, la empresa en realidad posee dos estrategias posibles: apoyar a las organizaciones sociales existentes o trabajar en forma directa para prestar un servicio comunitario. En el primer caso, la compañía apoya a las organizaciones sin ánimo de lucro ya constituidas, para lo cual debe realizar tanto una evaluación del desempeño de estas organizaciones como un estudio de sus operaciones y una interventoría, de tal manera que se garantice el uso efectivo de los recursos aportados. La aplicación de esta estrategia se basa en la multiplicación de las ONG en el mundo de hoy, la mayoría de las cuales han adoptado

programas de gestión de alta eficiencia y servicio. Elemento positivo de esta estrategia es que pone a trabajar a una empresa que tiene como misión lo social y, por lo tanto, ha acumulado experiencias y competencias que le permiten un buen desempeño; en cambio si la compañía asume el trabajo por ella misma, tendría que pasar por un largo proceso de aprendizaje de una nueva tarea.

La segunda estrategia consiste en integrar las funciones sociales a la empresa, por ejemplo, creando una entidad tal como lo han realizado la mayoría de los grupos financieros del país entre los cuales vale la pena destacar a la Fundación Carvajal, la Fundación Corona y la Fundación Mario Santo Domingo. En esta estrategia hay un mayor control de propósito acerca de la acción social por parte de la compañía, pero es difícil de controlar en materia de gestión debido a que los ejecutivos concentran sus energías en el corazón del negocio lo que podría descuidar el papel social. Una consecuencia no despreciable de esta estrategia es que la empresa puede lograr mejorar su posicionamiento por difusión de marca o nombre.

La estrategia que se emplee está relacionada también con el mercado-objetivo -que se enfoque, así, la acción interna (para los trabajadores y empleados) es desarrollada generalmente por el departamento de recursos humanos; la segunda estrategia es la de trabajar la comunidad vecina, esta puede ser forzada incluso por presión de la misma comunidad: tener un vecindario en situación de marginalidad no deja de ser un peligro empresarial. En una investigación adelantada en seis empresas de Barranquilla encontramos que esta era la estrategia dominante, compañías como Argos, Monómeros y Acesco se preocupan por sus alrededores (Las Flores y Malambo, respectivamente). Para poder ejecutar la estrategia se puede crear un departamento de la empresa

o una fundación propia, pero para acciones de radio amplio, en el marco de una tercera estrategia (comunidad general) orientada a contribuir a la solución de problemas de alto alcance como la educación, salud, convivencia, ciudadanía, etc. es menester utilizar una fundación particular o trabajar con organizaciones sociales existentes, cual es el caso de Promigas concentrada en el tema de la educación. Con frecuencia las empresas utilizan una estrategia combinada, es decir, pueden tener una entidad social propia y contratar con organizaciones sociales reconocidas, en esta última situación generalmente se trabajan servicios complementarios a la fundación propia, en los cuales no existen competencias, o simplemente se busca cubrir una demanda superior a la capacidad propia de servicio. Empresas de gran trayectoria como Corona, Grupo Santo Domingo y Carvajal emplean estrategias sociales amplias.

La estrategia social se puede visualizar también de acuerdo con el nivel de valor social aportado. Cuando este es alto, decimos que utiliza una estrategia de diferenciación social, con la cual se alcanza un alto posicionamiento en la sociedad. Esta estrategia puede acompañar a una estrategia competitividad diferenciación tal como la plantea Porter (1980); en realidad una estrategia como esta permite generar suficientes fondos para trabajar a nivel social según lo han demostrado los casos de Microsoft y Coca-Cola, cuyo nivel de rendimiento facilita el trabajo filantrópico que han desplegado sus dueños a nivel mundial. En la investigación señalada descubrimos que Promigas emplea esta estrategia en busca de una educación de alto valor, allí se trabaja con alto nivel técnico y se lucha por el desarrollo de proyectos sostenibles sin asistencialismos.

Como en el caso de la estrategia empresarial, la social se puede trabajar desde el punto de vista de los enlaces, donde la más conocida estrategia es la de colaboración con otras empresas, organizaciones sociales o entidades públicas en el marco de alianzas sociales, conforme la relación fuerte promovida por las fundaciones Huellas de Aceso y Promigas en el tema educativo y el *Programa Bogotá, Cómo Vamos* de la Fundación Corona con la Alcaldía de la capital. Tal vez esta es la estrategia mejor seguida por las empresas en Colombia.

Así mismo se puede hablar, en similitud con las estrategias empresariales, de estrategia según el alcance de mercado. Se aprecian estrategias globales tendientes a trabajar cualquier población; segmentada, para atender a cada segmento en particular conforme sus necesidades, por ejemplo, la Fundación Mario Santo Domingo trabaja en Bogotá, Barranquilla y Cartagena; y enfocada, donde el trabajo se concentra en ciertas poblaciones y servicios como Promigas que se concentra en educación sobre todo en la región Caribe.

También hay estrategias de crecimiento como penetración, desarrollo de población objeto, desarrollo de servicio o diversificación. La Fundación Mario Santo Domingo emplea una de diversificación: servicios microempresariales, salud y educación.

La empresa puede trabajar en el negocio en que se encuentra, una estrategia que defienden Porter y Kramer (1999), como en el caso de la Fundación Argos que trabaja fuertemente en la construcción; Fedco, que capacitaba en aspectos de belleza y cuidado personal a mujeres del corregimiento de La Playa; o Energía Social de Electricaribe, que establece microempresas en barrios subnormales para retornarlos a la formalidad en el uso de la energía; pero también existe

la alternativa de avanzar a servicios que no tienen que ver directamente con el portafolio de la firma como la Fundación Promigas.

## 4.2 Marco conceptual

**ACTIVIDAD ECONÓMICA:** la aplicación del concepto generalmente se refiere al conjunto de acciones encaminadas a proporcionar y regular el uso de satisfactores escasos a las necesidades humanas. La actividad económica tiene esencialmente por objeto la satisfacción de las necesidades casi ilimitadas de los hombres con los recursos limitados de que disponen en materia de mano de obra, riquezas naturales y equipos, teniendo en cuenta los conocimientos técnicos limitados que poseen. Subdivisiones: a) suministro de condiciones materiales generales de producción, "infraestructura"; b) establecimiento y garantía de un ordenamiento jurídico general dentro del cual se mueven las relaciones de los sujetos jurídicos en la sociedad capitalista; c) regulamiento del conflicto entre trabajo asalariado y capital y d) garantía de la existencia y de la expansión del capital nacional en su conjunto en el mercado mundial capitalista. Como puede apreciarse, el primer concepto se refiere al ejercicio de la ciencia económica, mientras el segundo deja implícito un mayor nivel de aproximación empírica, en donde tales acciones se convierten, en el sistema capitalista, en condiciones concretas de reproducción. Ortega (1999).

**ANÁLISIS ECONÓMICO:** consiste en la separación y examen, a través de un método, de cada elemento componente de un hecho o fenómeno económico. El uso del término ha tenido muchas acepciones, algunas de ellas hasta contradictorias. Los dos tipos principales de análisis económico son: a) cuantitativo y b) cualitativo. El análisis consiste, en sí, en ir de los hechos a la

ley que los rige, o de los efectos a las causas o de las tesis a la hipótesis. El análisis económico y el matemático indicando que es un aspecto esencial de la planificación óptima, aplicado en todas las etapas de elaboración del plan para: a) verificar la coherencia entre las tareas y las condiciones reales de movimiento del sistema (admisibilidad de los supuestos considerados); b) verificar la amplitud, verosimilitud y límites de la información primaria, corregirla y complementarla; c) investigar el proceso de información del óptimo y el significado de las distintas condiciones y modificar, en caso necesario, los modelos y métodos de solucionar los problemas, y d) comprobar la consistencia de las soluciones respecto a los planes adoptados. Ortega (1999).

**BENEFICIO:** proviene del latín *bene*: bien, y *facere*: hacer. El término tiene dos acepciones. En primer lugar, cuando se aplica para describir la obtención del máximo esfuerzo de las relaciones de producción en una economía de mercado. Es la diferencia entre los ingresos percibidos por la empresa con la venta de una cierta cantidad de mercancía y el costo monetario de estas mercancías para la empresa considerada. En segundo lugar, se utiliza el término en las economías centralmente planificadas para señalar la diferencia entre los ingresos y los gastos que se distribuyen colectivamente. En este caso, una parte reinvierte el Estado y de ella un porcentaje a la misma empresa y otro al fondo social de la empresa; indemnizaciones, seguros sociales, prestaciones, jubilaciones, etcétera. Ortega (1999).

**BIENES:** proviene del latín *bene*: bien. Se denomina así los medios u objetos que sirven para satisfacer necesidades humanas. Éstos existen en cantidades limitadas y constituyen el propósito de la actividad económica. Por su grado de elaboración, destino o abundancia pueden clasificarse en: a) bienes de consumo, b) bienes de producción, c) bienes libres, d) bienes económicos, e)

bienes de servicio, f) bienes duraderos, g) bienes perecederos, h) bienes de capital, entre otros. Ortega (1999).

**CONSUMO:** del latín *cun* con, y *sumo*: tomar. Gasto. Se denomina así al proceso económico consistente en la adquisición de mercancías y » servicios para la satisfacción directa de necesidades. En microeconomía se considera a la utilidad en menor porción que el aumento de satisfacciones obtenidas y al término consumo como la resultante de la adquisición de bienes o servicios con el propósito de generar una utilidad. En macroeconomía, consumo se refiere al monto de venta destinado a la satisfacción de las necesidades de la comunidad. Así, existe consumo público y consumo privado. Por otra parte, existen dos indicadores para estimar la magnitud del consumo: a) la propensión media al consumo, que es una dimensión media del consumo, y b) la propensión marginal al consumo, que relaciona las variaciones en la venta con los correspondientes cambios en el consumo. La variación del nivel de propensión al consumo depende del volumen y distribución de la renta nacional, el tipo de interés, el nivel de precios de bienes de consumo básico, entre otros. Ortega (1999).

**CRECIMIENTO:** el concepto generalmente se asocia al incremento o aumento gradual de propiedades cuantitativas y cifrables, de fácil previsibilidad por extrapolación de datos. De ello que se considere como el incremento del producto nacional cuando es superior al incremento de la población, sin que implique mojona en el nivel de vida. Ortega (1999).

**DEMANDA:** se deriva del latín *demandare*: confiar. Significa súplica, petición. Es la cantidad de un bien o servicio que los consumidores pueden y desean comprar a un precio determinado en

un periodo dado. La demanda y la oferta son los dos componentes básicos que fijan el precio de un bien o servicio: la demanda es, pues, uno de los componentes que fijan el precio de los bienes o servicios. Cada bien o servicio tendrá, entonces, su propia demanda. Ortega (1999).

**DERECHO ECONÓMICO:** de acuerdo con algunos autores, se denomina así al derecho de las relaciones de producción que contempla al conjunto de los agentes económicos, sean los propietarios de los medios de producción o no. El derecho económico es la expresión de la regulación de las relaciones de producción que abarca el conjunto de la sociedad y que contiene las demandas de la clase dominada. Este nuevo enfoque del derecho muestra la diferencia con la concepción tradicional, al señalar los citados autores que el derecho tradicional instrumenta la explotación irracional del hombre por el hombre, mientras que el derecho económico se encarga de desenmascarar los verdaderos propósitos del derecho burgués, y de proponer normas y alternativas para el beneficio general. Ortega (1999).

**DESARROLLO ECONÓMICO:** las variaciones suscitadas en el uso conceptual de desarrollo económico difieren en cuanto a la repercusión inmediata del mismo. Así, observamos aquellas posiciones que lo identifican como aumento del ingreso nacional y del ingreso per cápita a una tasa relativamente alta permitiendo índices elevados de ocupación plena y de transacciones del intercambio comercial. Existen, por otro lado, posturas que lo asocian con el aumento continuo de la producción, el uso de tecnología más moderna, empleo de la fuerza de trabajo a altos niveles, conquista de puestos de mando que previamente se encontraban bajo control extranjero, incremento sustancial de capacidad política al grupo dirigente y en alteraciones en el aporte relativo de las diversas industrias al ingreso total y al empleo derivadas de la reasignación de los

factores de la producción entre las Industrias. Para exponer integralmente las concepciones de desarrollo económico en cuanto a sus consecuencias inmediatas, añadimos por último la expuesta por Nilson Holanda: "Desde el punto de vista estrictamente económico, el desarrollo es un proceso de transformación estructural del sistema económico a largo plazo con el consiguiente aumento de los factores disponibles o a su mejor utilización, cuyo resultado final debe ser el incremento del ingreso real per cápita de la comunidad y, por consiguiente, el mejoramiento de los niveles de consumo y de bienestar de su población". Ortega (1999).

**DESARROLLO REGIONAL:** la utilización y aplicabilidad de este concepto es más descriptiva que si se tratase del ámbito sectorial. Al hablar del ámbito nacional o regional se está considerando a una comunidad o a parte de ésta, diferencia esencial frente a cualquier sector. "El desarrollo, ya sea regional o nacional, es un proceso dual de enriquecimiento y cambio estructural. Por un lado, aumenta el ingreso al usar más productivamente recursos disponibles y acumular recursos adicionales, para aumentar la producción. Por otro lado, generalmente involucra la transformación de una economía de origen principalmente agrícola y de subsistencia en una estructura más diversificada en la que se genera un superávit que permita inversiones subsecuentes". Ortega (1999).

**DESARROLLO:** se deriva del latín roda, rueda, rollo. Significa deshacer un rollo. El uso del concepto de desarrollo ha ido determinando cada vez con mayor precisión las diferencias con evolución, progreso, crecimiento, distribución y justicia social. Si no se consideran algunas concepciones en esta línea, una definición de desarrollo podría ser parcial.

**DESEMPLEO:** proviene del latín *dis*: privación, e *implicare*: dedicarse a alguna actividad. Sin empleo. Situación involuntaria de una persona que deseando trabajo a los salarios actuales no puede incorporarse como fuerza laboral. Se da por distintas circunstancias que las de paro forzoso y seguro de cesantía. Tipos de desempleo del trabajo: a) friccional, desajuste entre la demanda y la oferta de trabajo; b) estacional: fluctuaciones estacionales de la demanda; c) estructural: introducción de la automatización y otros cambios tecnológicos; d) general: baja general de la demanda de trabajo; e) agudización de la fase depresiva del ciclo económico, y f) institucional: consecuente a los obstáculos de política pública o privada a la movilidad de trabajo. Ortega (1999).

**DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO:** comúnmente, el concepto se utiliza con propósitos de desarrollo vinculándolo a términos de justicia, equidad, igualdad, etc. En sí, no constituye tanto un objetivo de desarrollo como un fin social. Ortega (1999).

**DUMPING:** es el anglicismo utilizado para descubrir la forma, el método o maniobra monopolítica de discriminación de precios, consistente en vender mercancías (una parte de la producción) a precio inferior al del mercado, es decir, con pérdida, con el propósito de abatir competencia y conquistar mayor mercado. Esta maniobra puede presentarse de una manera persistente o temporal. Existen dos tipos de dumping: a) el interno y b) el externo. En una economía de mercado es difícil limitar o liberar a ciertas empresas de los efectos del dumping a pesar del más eficiente proteccionismo. Ortega (1999).

**ECONOMÍA CAMPESINA:** concepto acuñado por Alexander V. Chayanov a principios del presente siglo. A través de la búsqueda de un modelo analítico que respondiera a sus supuestos teóricos, Chayanov intentó aislar la economía basada en el trabajo familiar del conjunto de la economía nacional. Así, toma como centro de análisis la unidad familiar, unidad básica de producción y consumo que corresponde a una situación en la cual la fuerza de trabajo aún no se ha individualizado. Asimismo, intentó describir la lógica y la racionalidad que persigue la producción de la economía familiar campesina orientada básicamente a la satisfacción de sus necesidades y no al incremento de ganancia. Sobre esta base, Chayanov plantea que la unidad familiar campesina establece, mediante un cálculo subjetivo, el punto de equilibrio entre el esfuerzo invertido y la satisfacción de necesidades, en donde más allá del cual no está dispuesta a trabajar. Ortega (1999).

**ECONOMÍA ESPACIAL:** la distribución de los recursos en el territorio conduce inevitablemente a una localización territorialmente desigual de oferta y de demanda, que a su vez expresan el perfil espacial de la economía. La consecuente concentración territorial de factores de la producción está lejos de ser gradual y simétrica, reflejando la desigualdad en la localización de recursos y diferencias de intensidad en los flujos de bienes y servicios. Es entonces, la disciplina que aborda el comportamiento de los factores de la producción en un espacio determinado y el análisis de sus efectos sociales. Ortega (1999).

**ECONOMÍA:** proviene de las raíces griegas *oikos*: casa, y *nomos*: administración. Así, el uso original del concepto en la antigua Grecia era para definir la administración de los bienes domésticos. La transformación del concepto se debe al nacimiento de la economía como la

ciencia que examina la conducta humana en relación con las necesidades básicas y los bienes escasos. Así, observamos la concepción de Robbins: "es la ciencia que estudia la conducta humana como una relación entre fines y medios escasos que tienen usos alternativos". Semejante concepción de ciencia encontramos en Lange al definirla como una ciencia que concierne sólo a un cierto tipo de relación del hombre con las cosas, como resultado de la confrontación de una gran cantidad de necesidades y la escasez de medios para satisfacerlas. Para otro teórico es el conjunto de actividades que permiten al hombre adquirir los medios escasos con que satisface sus necesidades. Ortega (1999).

**EFICACIA:** se deriva del latín effi-cax, eficacia: que realiza, que produce efecto. Así, significa la fuerza o poder para obrar. En planeación, básicamente en las tareas de evaluación, se denomina análisis de eficacia el que tiene como propósito evaluar las acciones o políticas que pretende lograr un objetivo o meta del plan. Ortega (1999).

**EFICIENCIA ECONÓMICA:** se refiere a que lo racional, debido a la escasez de elementos con que se cuenta, será tratar de obtener la máxima producción posible con un uso mínimo de factores escasos. Para estimarla hay que considerar sus limitaciones intrínsecas, como el tamaño de la planta y la capacidad de producción; y sus limitaciones extrínsecas, como alternativas tecnológicas, tamaño de mercado, etcétera. Ortega (1999).

**EFICIENCIA:** proviene del latín efficientia y a su vez de efficio: efectuar, producir, realizar. Así, es la acción con que se logra producir una acción determinada. En planeación, fundamentalmente en las labores correspondientes a la evaluación, se han conceptualizado

distintos tipos de eficiencia, al menos: a) eficiencia económica y b) eficiencia social. Ortega (1999).

**ELASTICIDAD DE LA OFERTA:** es el término económico que describe la sensibilidad de la oferta de un bien o servicio a un cambio en los precios. Es decir, mide la variación relativa en la cantidad ofrecida debido a un cambio relativo en el precio. Existen cinco tipos de elasticidad de la oferta: a) perfectamente elástica, una mínima variación en el precio propicia una máxima variación en la cantidad ofrecida; b) relativamente elástica, una variación en el precio propicia una variación más que proporcional en la cantidad ofrecida; c) elasticidad igual a la unidad, una variación en el precio origina una variación exactamente proporcional en la cantidad ofrecida; d) relativamente elástica, una variación en el precio propicia una variación menos que proporcional en la cantidad ofrecida, y e) perfectamente inelástica, una variación en el precio no origina ninguna variación en la cantidad ofrecida. Ortega (1999).

**EMPLEO:** proviene del latín *implicare*: dedicarse a alguna actividad. Es la relación entre el aparato productivo y las personas que se requiere para generar bienes y servicios y que es socialmente remunerable. Está determinado tanto en calidad como en cantidad por la forma como se organizan y desenvuelven las actividades económicas. La situación y características del empleo están referidas a las modalidades del proceso de desarrollo económico y social, y fundamentalmente al funcionamiento, estructura y complejidad del aparato productivo. Como principales características del empleo consideramos: a) volumen de empleo, b) cantidad de la oferta de mano de obra, c) calidad de la oferta de mano de obra, d) cantidad de la demanda de mano de obra, y e) calidad de la demanda de mano de obra. Ortega (1999).

**EMPRESA:** proviene del latín in: en y prehensa, tomada, cogida. Significa emprender, intento. Es la organización de una actividad económica que se encarga de la producción o el intercambio de bienes o servicios para el mercado para ello, reúne los elementos de capital y el trabajo para orientar sus relaciones hacia la producción o distribución de bienes y servicios en el mercado y generar un valor económico agregado. Características son: a) un patrimonio que le permita al empresario asumir el riesgo de producción; b) la combinación económica de los factores de la producción, y c) la búsqueda de la máxima utilidad o renta monetaria neta. Ortega (1999).

**IMPACTO:** cambio logrado en la situación de la comunidad como resultado del producto de un proceso. Es el nivel más elevado o la finalidad última del proceso y donde se genera la totalidad de los beneficios previstos. Es equivalente a Valor Agregado. En el elemento Valoración de Riesgos, es la magnitud del deterioro en la situación de la entidad, como resultado de la materialización de un riesgo. Ortega (1999).

### **4.3 Marco legal**

Constitución Política de Colombia 1991. Artículo 25. El trabajo es un derecho y una obligación social y goza, en todas sus modalidades, de la especial protección del Estado. Toda persona tiene derecho a un trabajo en condiciones dignas y justas. Artículo 82. Es deber del Estado velar por la protección de la integridad del espacio público y por su destinación al uso común, el cual prevalece sobre el interés particular. Las entidades públicas participarán en la plusvalía que genere su acción urbanística y regularán la utilización del suelo y del espacio aéreo urbano en defensa del interés común.

Artículo 311. Al municipio como entidad fundamental de la división político-administrativa del Estado le corresponde prestar los servicios públicos que determine la ley, construir las obras que demande el progreso local, ordenar el desarrollo de su territorio, promover la participación comunitaria, el mejoramiento social y cultural de sus habitantes y cumplir las demás funciones que le asignen la Constitución y las leyes.

Artículo 334. La dirección general de la economía estará a cargo del Estado. Este intervendrá, por mandato de la ley, en la explotación de los recursos naturales, en el uso del suelo, en la producción, distribución, utilización y consumo de los bienes, y en los servicios públicos y privados, para racionalizar la economía con el fin de conseguir el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, la distribución equitativa de las oportunidades y los beneficios del desarrollo y la preservación de un ambiente sano. El Estado, de manera especial, intervendrá para dar pleno empleo a los recursos humanos y asegurar que todas las personas, en particular las de menores ingresos, tengan acceso efectivo a los bienes y servicios básicos. También para promover la productividad y la competitividad y el desarrollo armónico de las regiones.

Decreto Municipal 381 de 2003. Por el cual se ordena la sustitución y cierre de las plazas de mercado 7 de agosto y San Isidro, se determina la reubicación de los comerciantes que la ocupan.

Decreto Municipal 353 de 2000. Artículo 450 al 453. Edificaciones destinadas a la prestación de servicios de acopio y distribución de alimentos.

Decreto Municipal 353 de 2000. Artículo 188 al 191. El Plan Parcial San Isidro se define como el instrumento de planificación de escala intermedia, asociado a la pieza urbana Gramalote, denominado San Isidro/ Villa Julia / Santa Inés de la ciudad de Villavicencio, por medio del cual se implementará una operación urbana especial.

Central de Abastos de Villavicencio. A iniciativa del sector privado y con la complacencia de la Administración Municipal, se constituyó mediante Escritura Pública 6.466 del 16 de diciembre de 1991 de la Notaría Primera del Círculo de Villavicencio, la sociedad comercial Central de Abastos del Llano "Llanabastos S.A.", teniendo como objeto social la construcción, explotación, comercialización y enajenación de Centrales de Abastecimiento de comercio mayorista y minorista, con el fin de lograr una mejor organización de los mercados de esta índole en la Ciudad de Villavicencio.

Mediante Escritura Pública 3.326 del 10 de junio de 1.993, el representante legal de la sociedad Llanabastos S.A., procedió a elevar a escritura pública la Licencia de Construcción y el reglamento de Copropiedad, dándose origen a una persona jurídica que se denominó Central de Abastos de Villavicencio, cuyo objeto consiste en administrar correcto y eficazmente los bienes y servicios comunes, manejar los asuntos de interés común de los propietarios, cumplir y hacer cumplir la ley y el reglamento de propiedad horizontal.

Localización de la Central De Abastos. Se encuentra ubicada entre la intersección del Anillo Vial con la vía a Puerto López, cerca al Terminal de Transportes de Villavicencio, con nomenclatura Calle 1ª No. 18-17 Anillo Vial.

A la Central se puede acceder desde la vía a Puerto López, así como por el anillo vial desde Acacias, desde el centro urbano de la Ciudad pueden ingresar a través de las avenidas de Puerto López, Maracos, Av. Catama. Cabe recalcar que el ingreso a Villavicencio del flujo vehicular proveniente de la capital del país se concentrará sobre el Anillo Vial, arteria Nacional sobre la cual se está ubicado.

#### 4.4 Marco institucional

**Plaza de mercado Siete de Agosto.** La plaza del Siete de Agosto fue construida en los años 70 como una alternativa para descongestionar la plaza de mercado de San Isidro, debido al alto crecimiento de la población del municipio en ese periodo y como respuesta a las expectativas económicas que se suscitaban en la región.



*Figura 2.* Plaza de mercado Siete de Agosto.  
Fuente: la autora. 2016.

Tan sólo en 1986 se reglamento y sectorizo. Desde la fecha fue administrada por la Alcaldía a través de las Empresas Públicas de Villavicencio y posteriormente por la Empresa de Desarrollo Urbano de Villavicencio (EDUV) Ltda. El área construida fue de 9.450 metros cuadrados, ubicada en el barrio Siete de Agosto cerca al caño Maizaro. Actualmente no existe esta plaza de mercado debido a su traslado a la Central de Abastos de la ciudad.

**Plaza de Mercado San Isidro.** Este centro de comercialización se encontraba localizado en el barrio San Isidro, en el centro de la ciudad. La plaza presentaba un área de 4.647 m<sup>2</sup>, y limitada por los siguientes linderos: por el norte, con la Calle 37 A; por el sur, con la Calle 37; por el oriente con la carrera 27 y por el occidente, con la Carrera 28. esta ubicación data del año 1965, fecha en la cual se efectuó su segunda reubicación, pues entre 1895 y 1940 funcionó en el Parque Santander, hoy Plaza los Libertadores, bajo el nombre de Plaza Sucre; de ahí fue trasladada al sector del barrio Villa Julia, donde hoy funciona un centro comercial del mismo nombre.



*Figura 3.* Plaza de Mercado de San Isidro.  
Fuente: la autora. 2016.

El 26 de agosto de 1959 por medio de la Escritura Pública No. 1179 otorgada por la Notaría Primera de Villavicencio, un grupo de ciudadanos constituyeron una sociedad anónima con el objeto de adquirir lotes de terreno en el sector del barrio Santa Inés, para construir una plaza de mercado.

En 1965, se presenta el desplazamiento de los vendedores del mercado Villa Julia, al sitio donde ya hoy no funciona el mercado San Isidro, puesto que fue trasladada a la Central de Abastos de la Ciudad.

**Central de Abastos de Villavicencio.** A iniciativa del sector privado y con la complacencia de la Administración Municipal, se constituyó mediante Escritura Pública 6.466 del 16 de diciembre de 1991 de la Notaria Primera del Círculo de Villavicencio, la sociedad comercial Central de Abastos del Llano s.a. “Llanabastos S.A.”, teniendo como objeto social la construcción, explotación, comercialización y enajenación de Centrales de Abastecimiento de comercio mayorista y minorista, con el fin de lograr una mejor organización de los mercados de esta índole en la Ciudad de Villavicencio.

Mediante Escritura Pública 3.326 del 10 de junio de 1993, el representante legal de la sociedad Llanabastos S.A, procedió a elevar a escritura pública la Licencia de Construcción y el Reglamento de Copropiedad, dándose origen a una persona jurídica que se denominó Central de Abastos de Villavicencio, cuyo objeto consiste en administrar correcta y eficazmente los bienes y servicios comunes, manejar los asuntos de interés común de los propietarios, cumplir y hacer cumplir la ley y el reglamento de propiedad horizontal.



*Figura 4.* Central de Abastos de Villavicencio.

Fuente: la autora. 2016.

La Central de Abastos de Villavicencio, es una empresa construida y administrada a través de la figura denominada propiedad horizontal; esto significa que todos y cada uno de los copropietarios de un local o área privada son a su vez propietarios de las áreas comunes, lo que implica compartir las obligaciones y derechos que surgen, no sólo en el mantenimiento de la infraestructura común, sino principalmente las oportunidades de definir, controlar y decidir sobre el funcionamiento de dichas instalaciones, su crecimiento y desarrollo dentro de sanos y cordiales ambientes de dirección y trabajo.

La C.A.V., en su objetivo de facilitar la comercialización de alimentos para uso común de la ciudadanía de Villavicencio, se encuentra en un sitio micro geográfico conocido como Anillo Vial, en donde se establecerá por mandato del gobierno Municipal el Mercado Mayorista y Minorista de productos alimenticios perecederos y no perecederos, productos no alimenticios (ferreterías, insumos agropecuarios, cacharrerías); este desarrollo se dará gracias a la proximidad

de la conexión del acceso principal con la vía Villavicencio – Bogotá. Un polo de desarrollo listo a consolidar el sector comercial de la ciudad.

Hoy Villavicencio y el Meta tienen un gran reto y a su vez una histórica oportunidad para iniciar el proceso socioeconómico de ordenamiento del mercado de alimentos de productos de origen Agropecuario. La trascendencia de este proceso es tal, que permitirá con su éxito, el mejoramiento de escenarios comerciales, urbanísticos y hasta científicos en el sentido de iniciar una integración directa entre el Agro y la Ciudad – la Oferta y la Demanda – con la vinculación global de estamentos que den modernidad, generen y difundan nuevos conocimientos y técnicas, favorezcan el servicio al cliente y mejoren en general el nivel de vida para los públicos que participan de este mercado.

De todas las oportunidades que se abren con la misma apertura comercial de la C.A.V., la de mayor importancia evidentemente será la posibilidad de sustentar deliberada y planificadamente la política alimentaria para Villavicencio y el Departamento del Meta. La política alimentaria trasciende para asegurar la suficiencia, eficiencia, calidad, higiene, ordenamiento y transparencia en el mercado de alimentos básicos como los de origen agrícola.

La FAO establece que las familias de escasos recursos destinan desde un 50% hasta un 70% de sus bajos ingresos en alimentación; de ahí el impacto del mercado de alimentos perecederos. Todos podremos participar de este proceso que está por iniciar, no obstante, pretendemos que Usted a través de su ejercicio profesional y ocupacional y con su sabiduría y experiencia nos permita involucrarlo desde ahora.

Inicia en pleno su actividad comercial Mayorista el 16 de septiembre de 2002, gracias al decreto 181 que establece como único sitio para cargue y descargue mayorista de productos perecederos en Villavicencio a la Central de Abastos de Villavicencio, promulgado por el alcalde doctor Omar López Robayo (Q.E.P.D.). A partir de marzo 14 de 2005 se logra la reubicación de las plazas de mercado del centro de la ciudad (San Isidro y Siete de Agosto) en la Central de Abastos de Villavicencio, lográndose con esto la concentración de todo el mercado de perecederos de la Ciudad en la Central de Abastos de Villavicencio.

A la Central se puede acceder desde la vía a Puerto López, así como por el anillo vial desde Acacias, desde el centro urbano de la Ciudad pueden ingresar a través de las avenidas de Puerto López, Maracos, Av. Catama. Cabe recalcar que el ingreso a Villavicencio del flujo vehicular proveniente de la capital del país se concentrará sobre el Anillo Vial, arteria Nacional sobre la cual estamos ubicados.

**Visión.** La Central de Abastos de Villavicencio hacia el 2018 será una organización líder en la comercialización de productos agroindustriales, reconocida como una empresa eficiente que ofrece la mejor organización comercial y operativa en todas las áreas que involucre el mercado de alimentos, contribuyendo de esta manera a la calidad de vida de los agricultores, comerciantes, transportadores y consumidores de la ciudad de Villavicencio, del Meta y sus zonas de influencia.

**Misión.** La Central de Abastos de Villavicencio ofrece a la comunidad de Villavicencio, del Meta y sus zonas de influencia programas de mercadeo y comercialización de bienes y servicios agroindustriales y complementarios, con calidad, eficiencia, competitividad,

responsabilidad, transparencia y conservación del medio ambiente, en instalaciones amplias, modernas e higiénicas con tecnología de punta.

**Aspectos logísticos.** La construcción de La Central de Abastos de Villavicencio, se levantó en un terreno de 115.667.91 M2 y fue diseñada por la constructora para ser construido en diferentes etapas.

**Primera etapa: Central Mayorista.** Construida por la empresa Llanabastos S.A., en un área total 45.986.81 m<sup>2</sup> con 3.460.62 m<sup>2</sup> de área privada y 42.623.29 m<sup>2</sup> de área común (vías, parqueaderos, jardines, plataformas, pasillos, administración, baños, portería, servicios, etc.). Cuenta con 195 locales distribuidos en tres (3) bodegas así: Bodega A 100 locales de 9.44 m<sup>2</sup> a 9.82 m<sup>2</sup> cada uno, destinados a la comercialización de frutas y verduras; Bodega B 56 locales, 12 bodegas de 20 y 32 m<sup>2</sup> cada una, para comercialización de carnes y lácteos, 44 locales de 9.44 m<sup>2</sup> y 9.82 m<sup>2</sup> cada uno, destinados a la comercialización de Plátano, tubérculos y cebolla; Bodega C con treinta (30) bodegas exteriores de 51.5 m<sup>2</sup> totalmente habilitadas con energía trifásica, destinadas a la comercialización de procesados, granos, cereales, víveres y abarrotos; Bloques J y K de cafeterías con cuatro (4) locales cada bloque con un área privada de 25.5 m<sup>2</sup> y adicionalmente 70 m<sup>2</sup> de terraza abierta (área común de uso exclusivo) y finalmente una (1) zona de bascula.

Las áreas comunes de estacionamiento y maniobra están ubicadas así: Plataforma posterior bloque A y B 4.200 m<sup>2</sup>.

Plataforma frontal bloque A y B 4.800 m<sup>2</sup>. sobre pisos de concreto ampliamente resistentes, así mismo se dispone con 15.269 m<sup>2</sup> de zonas verdes y andenes. Se cuenta con cuatro (4) baterías de baños públicos y duchas (para un total de 30 baños, 13 orinales y 14 duchas).

**Segunda etapa: Central Minorista.** Construida por la empresa Cemerca S.A., en un área total de 69.684 m<sup>2</sup>; área privada 11.472.77 m<sup>2</sup> con 1.614 locales y área común 53.036.55 m<sup>2</sup> (circulación interior, vía perimetral, zona de cargue y descargue, parqueadero, jardines, ronda de caño, baterías de baños, zonas de lavado, enfermería, guardería y auditorio); destinada a la comercialización Minorista en una iniciativa de la Alcaldía de Villavicencio. Las unidades privadas se encuentran agrupadas por sectores comerciales de la siguiente forma:

- a) 580 Para frutas y verduras.
- b) 241 Para granos, abarrotos y procesados.
- c) 281 Para mercado campesino.
- d) 150 Para cárnicos.
- e) 117 Para cafeterías.
- f) 79 Para lácteos, pollo y huevos.
- g) 11 Para pescado.
- h) 25 Para flores.
- i) 44 Para plátano.
- j) 43 Bodegas exteriores.
- k) 12 Locales exteriores.
- l) 28 Locales bancarios y comerciales.

m) 2 Locales para cajero automático.

Como una tercera etapa de la Central se encuentra un lote por construir destinado al Centro comercial con un área de 5.174.68 m<sup>2</sup>.

**Aspectos técnicos.** La Central de Abastos de Villavicencio cuenta con instalaciones modernas con amplias zonas de circulación peatonal y vehicular de amplias especificaciones para tráfico pesado, cubiertas en aluminio térmico, planta eléctrica de emergencias para zonas comunales, acueducto propio, planta de tratamiento de desechos líquidos. En la evacuación de desechos sólidos nos atiende a través de contrato vigente la empresa Bioagrícola del Llano E.S.P.

Cuenta con un transformador de 250 KVA, justo para sostener la alimentación de las cargas instaladas para todos los locales construidos y de zonas comunes.

Hacia y desde La Central de Abastos de Villavicencio fluyen rutas de transporte urbano, con cobertura en los sectores de Nuevo Horizonte, Catumare, Hospital, Galán, Américas y Porfía, al igual que el permanente servicio de taxis.

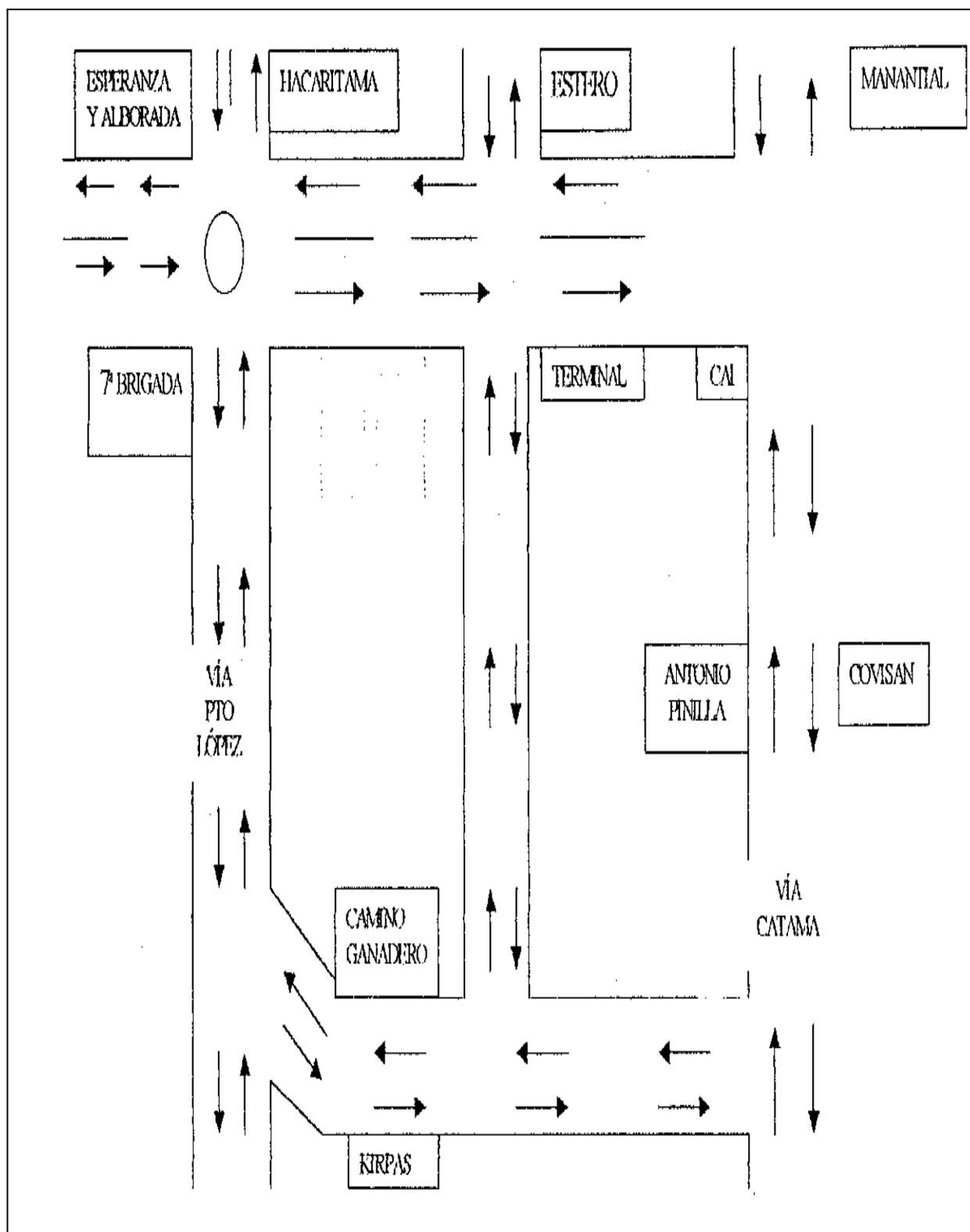


Figura 5. Localización zonas contiguas a la Central de Abastos de Villavicencio.  
Fuente: Central de Abastos de Villavicencio.

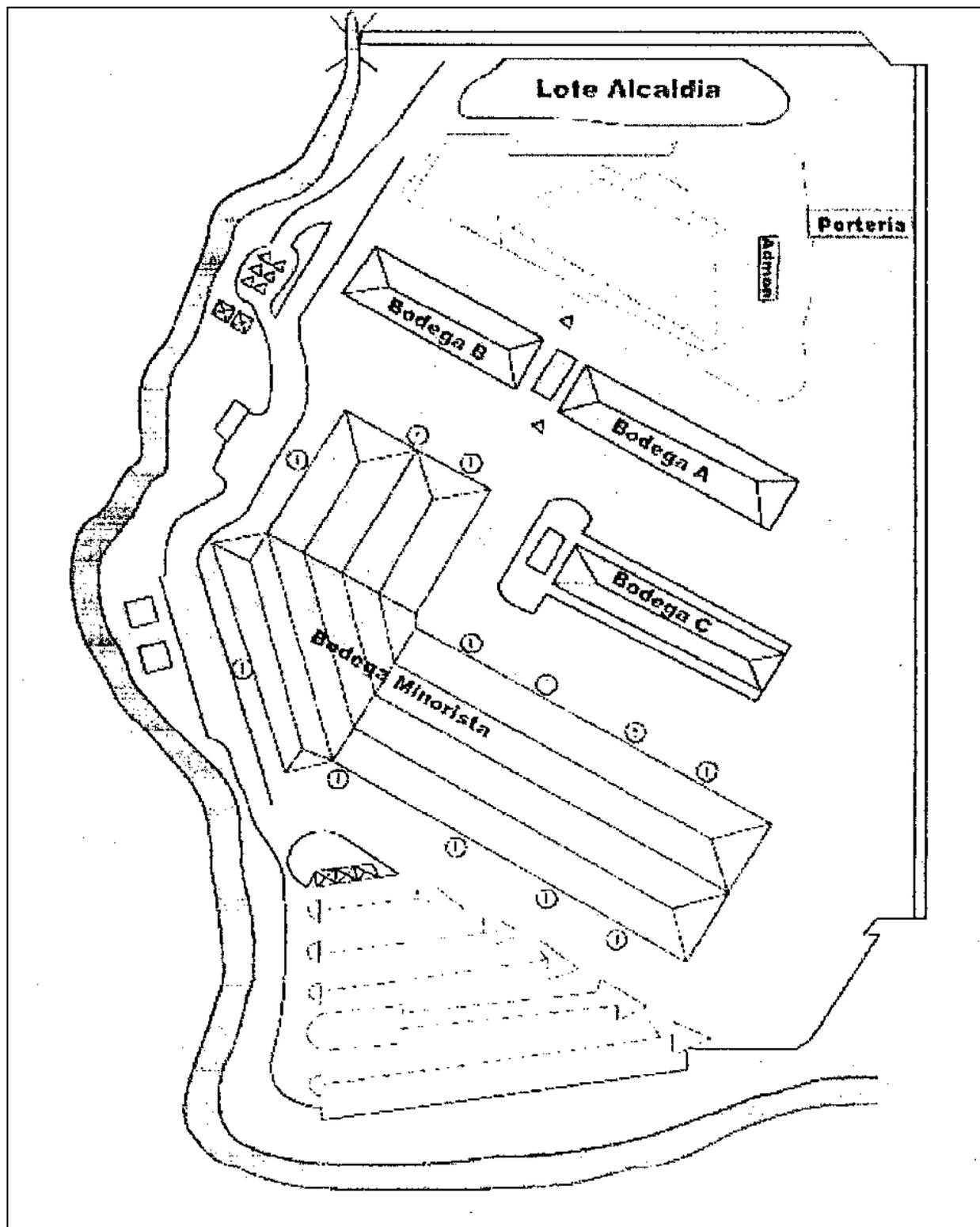


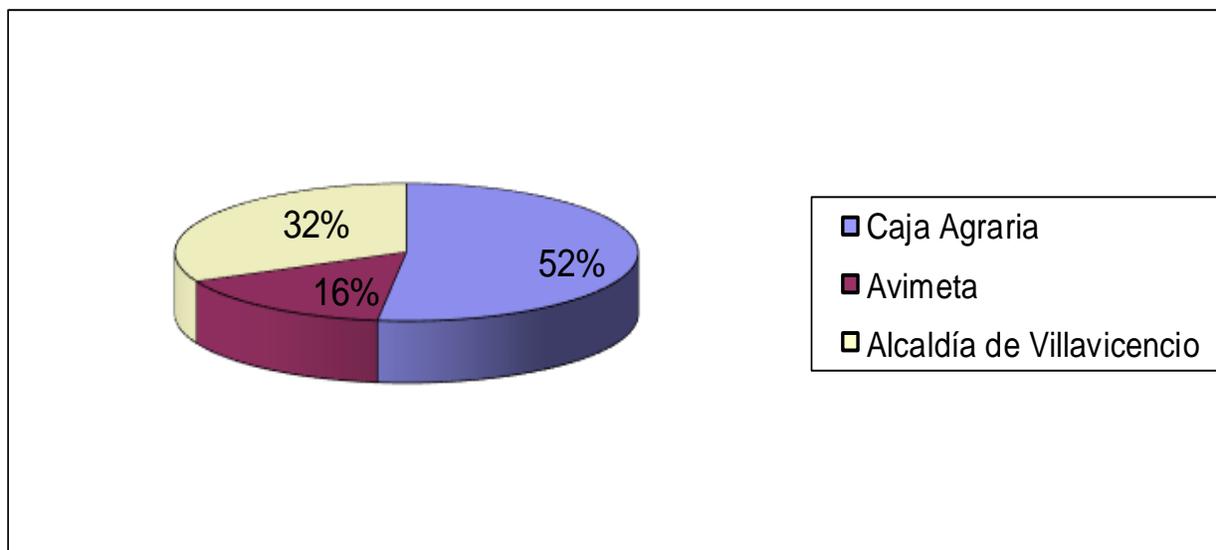
Figura 6. Plano de la Central de Abastos de Villavicencio.

Fuente: Central de Abastos de Villavicencio.



*Figura 7.* Galería de Fotos estado actual de la Central de Abastos de Villavicencio.  
Fuente: la autora. 2016.

**Explicación.** Las tomas fotográficas muestran la entrada principal y la nueva estructura física de la Central de Abastos de Villavicencio.



*Figura 8.* Composición accionaria de Cemerca.

Fuente: Cemerca. 2016.

La creación del Sistema de Central de Abastos de propiedad horizontal tienen como objetivos específicos: mejorar la claridad de los productos que se expendan en las mismas, reducir los canales de intermediación, lograr mejores precios al consumidor final, incrementar el número de usuarios y fortalecer la cadena productiva en las que hacen parte los comerciantes en cada una de las actividades económicas (producción, comercio, servicios), con el propósito de mejorar las condiciones nutricionales de la población sin distinguir la raza, clase política o rango. Todo este sistema o conjunto de acciones o medidas operativas, técnicas, económicas, legales y jurídicas, sin lugar a dudas tienden a favorecer la prestación de servicio de suministro de alimentos a través de un centro de acopio tanto mayorista como minorista.

Los anteriores aspectos mencionados, conllevan al desarrollo y fortalecimiento no solo de la Central de Abastos de Villavicencio, si no también el crecimiento económico y por ende el desarrollo local y regional. De ahí que la estrategia de fomentar el mejoramiento físico, al igual

que su seguridad, competitividad, sostenibilidad y tecnificación conlleven a realizar actividades comerciales de manera más dinámica y armónica, eficientes y eficaces, productivas y competitivas. De otro lado poner en marcha la Central de Abastos de Villavicencio de manera eficiente, también permitirá lograr no sólo sus sostenibilidad y autosuficiencia, sino una mayor productividad de los comerciantes allí reubicados y a la comunidad en general.

No es ajeno para nadie que uno de los departamentos de mayor perspectiva y prospectiva del país, corresponde al Departamento del Meta y especialmente el crecimiento vertiginoso y acelerado poblacionalmente a su capital Villavicencio, la cual ocupa el segundo lugar en el país en dicho fenómeno. Entonces con la reubicación generalizada el comercio servirá para fomentar y fortalecer las relaciones con la capital del país y sus diferentes centros de producción, principalmente de bienes agropecuarios, avícolas, piscícolas, ganadería, agropecuarios, manufacturados y artesanales.

Es conveniente tener en cuenta que, en este proceso de reubicación comercial, se debe articular políticas ambientales, tendientes a promover el cumplimiento de normas y estrategias de manejo ambiental, principalmente en vertimientos de residuos sólidos, para su reducción, reúso y reciclaje; nutricionales; de higiene y salubridad con las diferentes entidades e instancias competentes.

## 5. Diseño metodológico

### 5.1 Tipo de investigación

Por las características de la temática abordada se enmarcó dentro del tipo de investigación descriptiva, Bermúdez & Rodríguez (2012). Quienes establecen que la investigación descriptiva se preocupa por suministrar descripciones, en lo posible completas de realidades definidas de conjuntos homogéneos, de fenómenos o de características fundamentales de sistemas, es decir, reseña rasgos, cualidades o atributos de la población objeto de estudio.

Lerma (2009), establece que la investigación descriptiva tiene como objetivos reseñar el estado, las características, factores y procedimientos en fenómenos y hechos que ocurren en forma natural sin explicar las relaciones que se identifiquen. Su alcance no permite la comprobación de hipótesis, ni la previsión de resultados. Según Briones (2006) indica que en este tipo de investigación se puede hacer los siguientes análisis:

- a) Caracterizar globalmente el objeto de estudio, (se utiliza para ello tablas y figuras estadísticas).
- b) Describe el contexto en el cual se presenta dicho estudio, que para el caso específico corresponde a la Central de Abastos de Villavicencio.
- c) Permite cuantificar la magnitud del fenómeno, determinando generalidades de los comerciantes que allí laboran.
- d) Describe el desarrollo o evolución del objeto de estudio.

## **5.2 Enfoque metodológico**

Correspondió al enfoque cuantitativo, Torres (2005), quien establece que la investigación cuantitativa se inspira en concepciones positivas y empíricas, analíticas de investigación social; establecer la realidad social objetiva exterior e independiente de los sujetos, regida por relaciones de causalidad y comportamientos legales. Así mismo, establece medición y cuantificación de datos con el uso de técnicas estadísticas.

## **5.3 Método de estudio**

Correspondió al método inductivo, según Méndez (2014) proceso de conocimiento que se inició por la observación de fenómenos particulares con el propósito de llegar a conclusiones y premisas generales que se pueden aplicar a situaciones similares a la observada. (Méndez, 2014, p. 236).

## **5.4 Población y muestra**

### **5.4.1 Población.**

Correspondió a la Central de Abastos de Villavicencio, con un área de 45.986.81m<sup>2</sup>, con 3.460.63m<sup>2</sup> de área privada y 42.623.29m<sup>2</sup>, de área común, posee 3 bodegas así: bodega A= 100 locales; bodega B= 56 locales y bodega C= 30 locales.

#### **5.4.2 Muestra.**

Se diseñó, elaboró y aplicó una encuesta dirigida a los comerciantes en las diferentes actividades económicas. Así mismo, se realizó una entrevista al administrador de la Central de Abastos de Villavicencio.

### **5.5 Fuentes de recolección de la información**

Se acudió a las siguientes fuentes de información.

#### **5.5.1 Fuentes primarias.**

Encuesta dirigida a los comerciantes y cuestionario al administrador de la Central de Abastos.

#### **5.5.2 Fuentes secundarias.**

Se acudió a las siguientes fuentes de información existentes: internet, prensa, documentos Central de Abastos de Villavicencio, Alcaldía Municipal, Cámara de Comercio.

### **5.6 Procedimiento de la investigación**

En este aspecto se tuvo en cuenta los siguientes pasos:

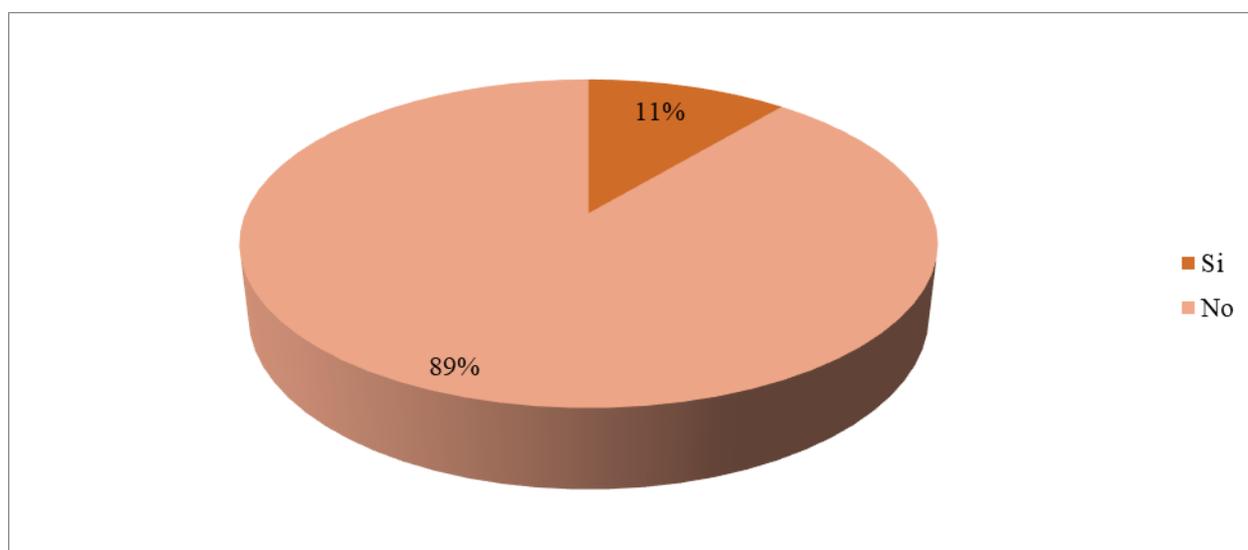
- a) Paso 1: visita preliminar a la Central de Abastos de Villavicencio, por parte de la autora.
- b) Paso 2: solicitud permiso para realizar el proceso investigativo.
- c) Paso 3: aceptación por parte de la Central de Abastos de Villavicencio.
- d) Paso 4: visitas de reconocimiento.
- e) Paso 5: aplicación trabajo de campo.
- f) Paso 6: análisis e interpretación de resultados.
- g) Paso 7: informe de resultados.

## 6. Resultados

### 6.1 Diagnóstico actual sobre los aspectos económicos y sociales de la Central de Abastos de Villavicencio

#### 6.1.1 Encuesta dirigida a los comerciantes de la Central de Abastos de Villavicencio.

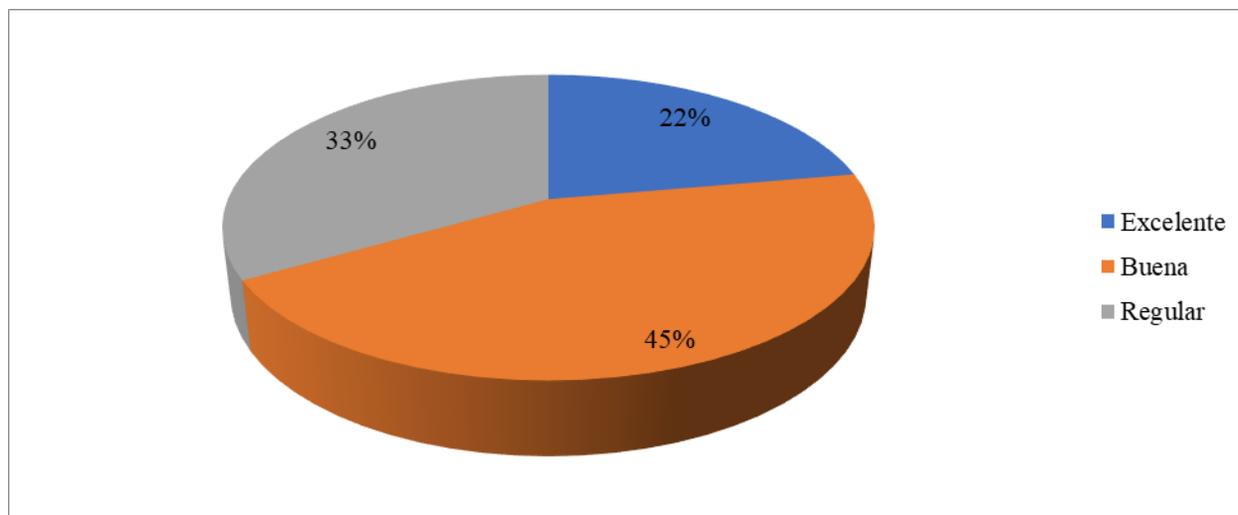
Encuesta dirigida a los comerciantes de la Central de Abastos de Villavicencio, con el propósito de conocer e identificar aspectos económicos y sociales, al igual que determinar los sectores de la economía local, donde actualmente está orientada la inversión, y su grado de productividad en los diferentes sectores comerciales.



*Figura 9.* ¿Tiene usted conocimiento de los aspectos corporativos de la Central de Abastos de Villavicencio? (Misión, visión, principios y valores)?

Fuente: la autora. 2017.

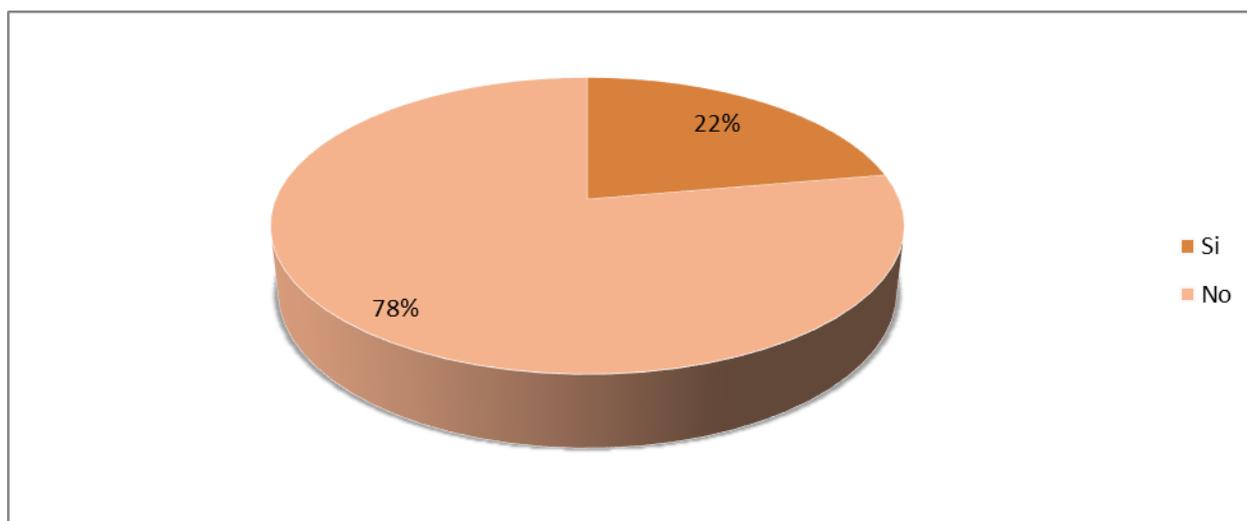
En la pregunta ¿Tiene usted conocimiento de los aspectos corporativos de la Central de Abastos de Villavicencio? Los encuestados manifiestan: si el 11% y no el 89%.



*Figura 10.* ¿Cómo es la relación de los comerciantes con los usuarios que visitan la Central de Abastos de Villavicencio?

Fuente: la autora. 2017.

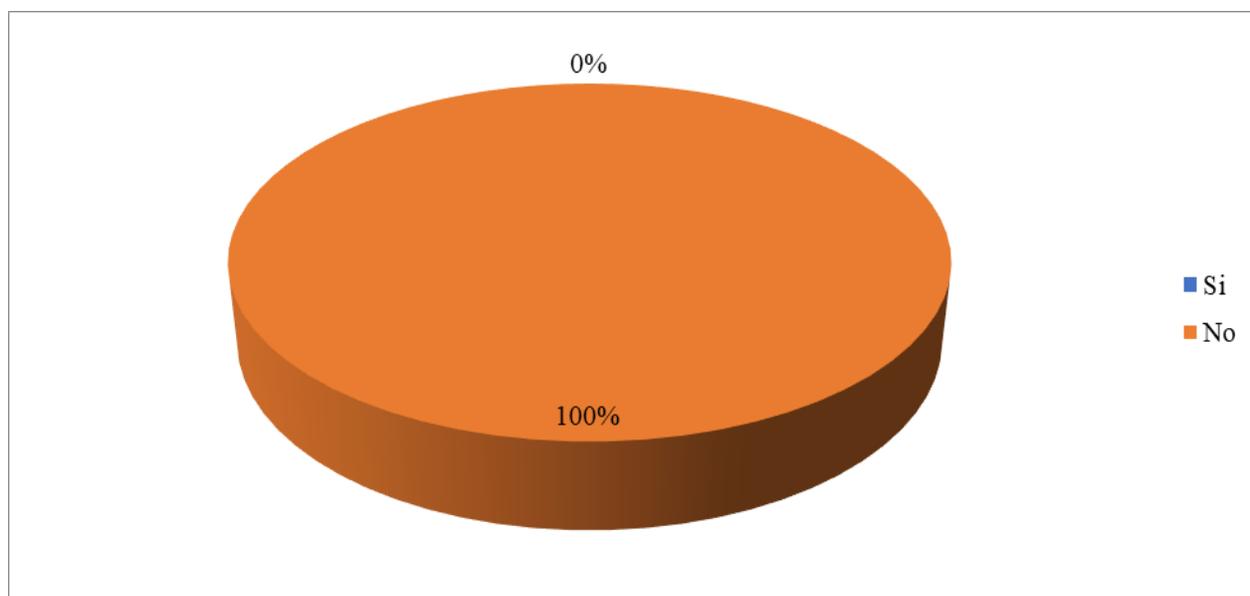
En relación a la pregunta ¿Cómo es la relación de los comerciantes con los usuarios que visitan la Central de Abastos de Villavicencio? los encuestados manifiestan: excelente el 22%, buena el 45% y regular el 33%.



*Figura 11.* ¿Ha recibido usted capacitación que le permita mejorar su desempeño laboral y cumplir con los objetivos propuestos?

Fuente: la autora. 2017.

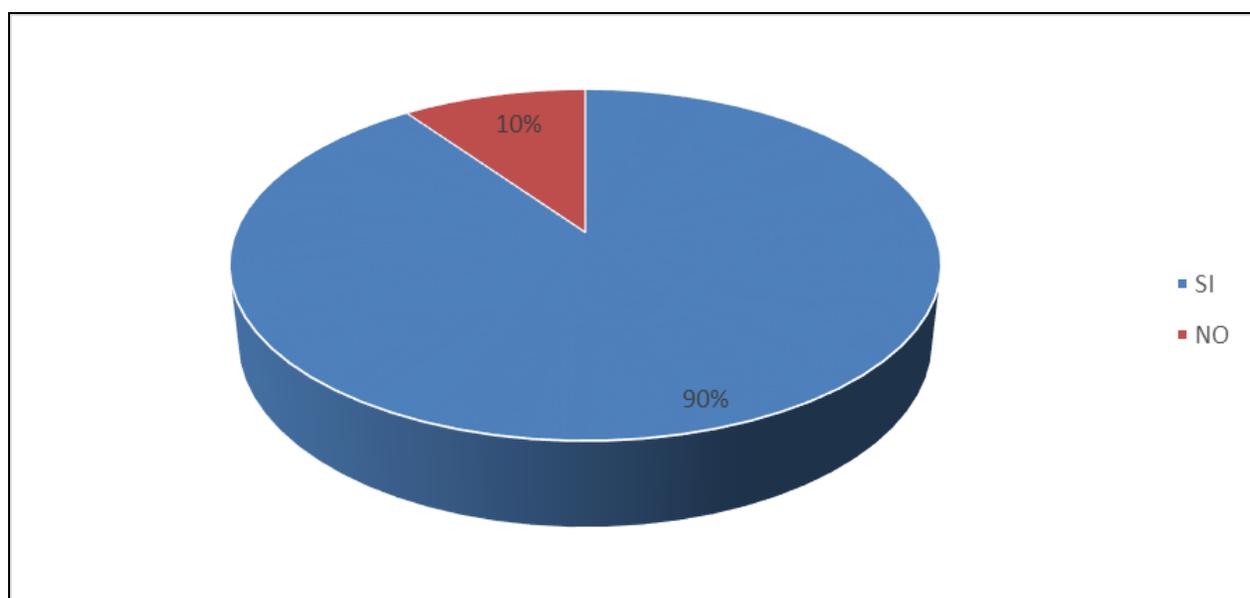
En la pregunta ¿Ha recibido usted capacitación que le permita mejorar su desempeño laboral y cumplir con los objetivos propuestos? manifiestan: si el 22% y no el 78%.



*Figura 12.* ¿Tiene usted conocimiento si en la Central de Abastos de Villavicencio, existe un programa para la promoción de la salud; de los trabajadores que la integran?

Fuente: la autora. 2017.

Teniendo en cuenta la pregunta ¿Tiene usted conocimiento si en la Central de Abastos de Villavicencio, existe un programa para la promoción de la salud; de los trabajadores que la integran? El 100% de los encuestados manifiestan que no.



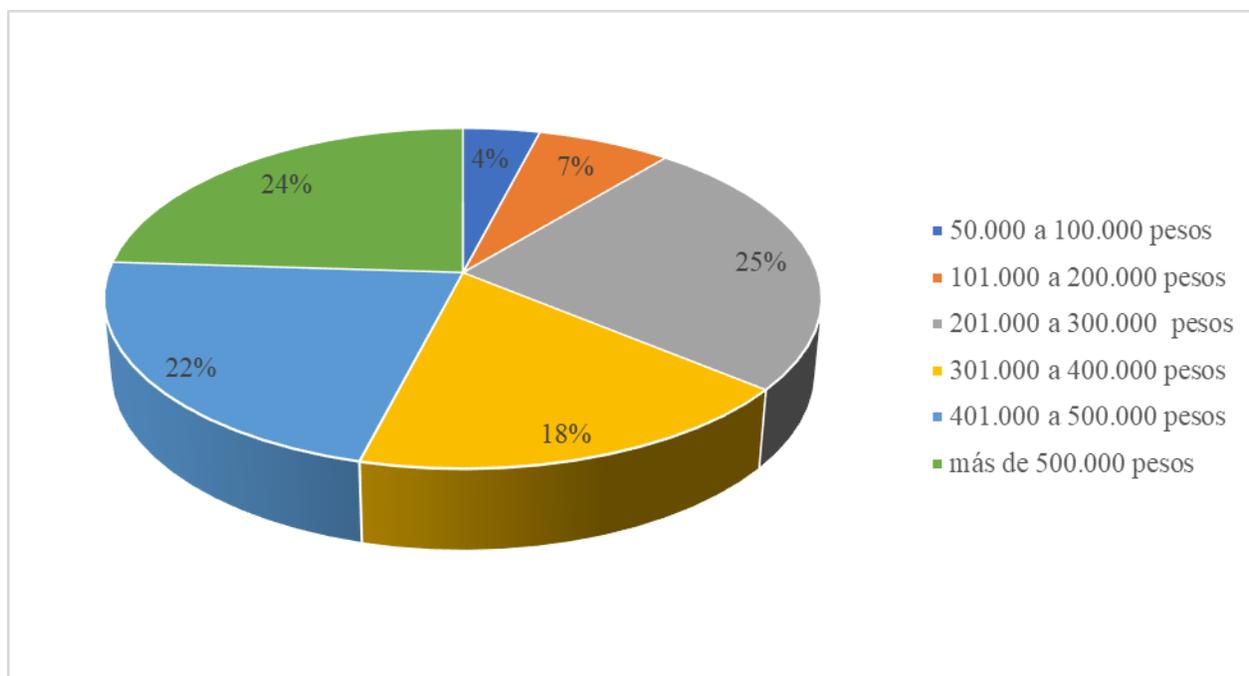
*Figura 13.* ¿Se encuentra registrado ante Cámara de Comercio?

Fuente: la autora. 2017.

Ante la primera pregunta respondieron que si el 90% y no el 10% respectivamente. Es importante resaltar, que los comerciantes de la central de abastos están cumpliendo con los deberes de comerciantes, según el Decreto 898 del 2002 y el artículo 29 del Código de Comercio. por tanto, tiene claro que los requisitos para ser afiliado son : ser comerciante y tener su matrícula mercantil al día; tener registrados los libros de comercio ,cumplir lo designado en el artículo 19 y 85 del Código de Comercio y diligenciar el formulario de solicitud.

Es importante indicar, que el carácter de afiliado a la Cámara de Comercio se pierde por el incumpliendo del pago de la cuota anual de afiliación o por parte de falta de renovación de la matrícula mercantil. La pérdida de carácter de afiliado no implica perder el carácter de matriculado, ni la cancelación de la matrícula mercantil (Decreto 898 de 2002).

Los resultados obtenidos, permitieron indicar que el 90% tiene clara la importancia con respecto al registro ante la Cámara de Comercio, ya que es la entidad que los certifica como empresario y brindarles beneficios tales como: la atención exclusiva y preferencial de servicios, capacitación empresarial por estar registrados, alquiler de auditorios, listado sistematizado y publicaciones, entre otros. El 10% no se encuentra registrado debido a que están instalando la empresa hasta ahora y otras consideran que sus ingresos no dan para registrarse ante la Cámara de Comercio.



*Figura 14. ¿Sabe usted cuáles son sus ingresos diarios?*

Fuente: la autora. 2017.

Con respecto a los ingresos diarios, se observa que el 4% oscila entre 50.000 y 100.000 pesos; el 7% relaciona el 101.000 a 200.000; el 25% relaciona que de 201.000 y 300.000; el 18% considera que el 301.000 y 400.000; el 22% dice que el 401.000 a 500.000; y finalmente el 24% dice que más de 500.000. En este aspecto los microempresarios a través de los ingresos diarios les permite operacionalizar de manera armónica y dinámica sus actividades.

Teniendo en cuenta que los ingresos son flujo de entrada de recursos generados por la microempresa y que reflejan el desarrollo de la actividad económica, acorde con los movimientos del quehacer comercial. En este sentido el 4% (50.000 a 100.000 pesos), corresponde a los detallistas (tinto, venta de jugos, yerbas, aromáticas, condimentos, entre otros). El valor equivalente a (101.000 y 200.000 pesos) tiene que ver con los microempresarios que realizan actividades en cuanto a la venta de plásticos, cafetería, algunos verduleros y fruteros). El 18%

tiene ingresos (301.000 y 400.000 pesos), correspondiente a los microempresarios que realizan actividades a las ventas de huevos, quesos, piscicultura, frutas y verduras, cítricos. El 22% hace referencia a ingresos de (401.000 y 500.000 pesos), que tiene que ver con abarrotes, cárnicos y mayoristas de verduras y el 24% más de 500.000 pesos que tiene que ver con mayoristas.

### **6.1.2 Cuestionario dirigido al Gerente de la Central de Abastos de Villavicencio.**

Cuestionario dirigido al gerente de la Central de Abastos de Villavicencio, con el propósito de conocer e identificar aspectos económicos y sociales, al igual que determinar los sectores de la economía local, donde actualmente está orientada la inversión, y su grado de productividad en los diferentes sectores comerciales.

1. ¿Considera de gran importancia evaluar el desempeño de los empleados de la Central de Abastos de Villavicencio?

a.  Sí.

b.  No.

2. ¿La gerencia de la Central de Abastos de Villavicencio realiza evaluación y seguimiento permanente al desempeño de las funciones y puestos de trabajo de cada colaborador?

a.  Sí.

b.  No.

3. ¿Cree usted que existe liderazgo a nivel de la Central de Abastos de Villavicencio?

a.  Sí.

b.  No.

4. ¿Cree usted que en la Central de Abastos de Villavicencio se percibe una buena imagen en su comercialización?

a.  Sí.

b.  No.

5. ¿Se siente comprometido con su actividad y la Central de Abastos de Villavicencio?

a.  Sí.

b.  No.

6. ¿La Central de Abastos de Villavicencio posee un programa para la prevención de la salud de los trabajadores?

a.  Sí.

b.  No.

7. ¿La Central de Abastos de Villavicencio, cuenta con un Programa de Prevención y Control de enfermedades?

a.  Si

b.  No

8. ¿Cree usted que la Central de Abastos de Villavicencio carece de normas de seguridad y normas de trabajo inadecuadas que atenten contra la salud de los trabajadores?

a.  Si

b.  No

9. ¿El tiempo que lleva desempeñando su labor en la Central de Abastos de Villavicencio?

a.  Menos de un año.

b.  Entre 1 y 2 años.

c.  Entre 2 y 3 años.

d.  Entre 3 y 4 años.

e.  Más de 4 años.

10. ¿Considera usted que recibe una justa y adecuada remuneración por su trabajo?

a.  Si

b.  No

c.  Algunas veces

11. ¿El tiempo para el cumplimiento de las tareas asignadas es?

a.  El ideal para hacer un trabajo de calidad.

b.  Es estrictamente necesario para cumplir con lo asignado.

c.  No es suficiente para cumplir con el trabajo asignado.

12. ¿Con qué frecuencia determina tareas y resultados de trabajo que permitan el cumplimiento de objetivos fijados?

- a.  Siempre.
- b.  Algunas veces.
- c.  Nunca.

13. ¿Identifica los peligros y priorización de riesgos durante el desempeño de sus labores, en la Central de Abastos de Villavicencio?

- a.  Si
- b.  No
- c.  Algunas veces

14. ¿Se le proporciona frecuentemente incentivos laborales a los trabajadores para la mejora de las condiciones de trabajo?

- a.  Si
- b.  No
- c.  Algunas veces

15. ¿Existe una comunicación fluida entre jefes – trabajadores y la administración de la Central de Abastos de Villavicencio, para transmitir principios y normas de actuación?

- a.  Si

- b.  No
- c.  Algunas veces

16. ¿Cuántos son sus ingresos mensuales?

- a.  Menos del mínimo
- b.  El mínimo (\$737.717).
- c.  Dos salarios mínimos
- d.  Más de dos salarios mínimos

17. ¿Cuántas personas tiene usted a cargo (incluido usted)?

- a.  Uno
- b.  Dos
- c.  Tres
- d.  Cuatro
- e.  Cinco
- f.  Más de cinco

## **6.2 Determinar en qué sectores de la economía local se ha orientado la inversión de la Central de Abastos de Villavicencio**

Es importante indicar que las actividades económicas no sólo a nivel de la Central de Abastos de Villavicencio, sino en el contexto local y regional están encaminados o se basan

principalmente en: la agricultura, la ganadería, el comercio y la industria. Los principales cultivos son el arroz, palma africana, maíz, además de las de cacao, cítricos y otros frutales. La piscicultura es otro factor importante, de los ríos y estanques artificiales se obtiene una aceptable pesca de bagre, blanquillo, cachama, entre otros.

Sin embargo, cabe señalar que la ciudad de Villavicencio es una ciudad singular y con excelente ubicación. Lo que le confiere a los comerciantes de la Central de Abastos de Villavicencio, una excelente oportunidad para desarrollarse en el mundo de los negocios o sectores económicos que pertenece. Por ejemplo, se debe visualizar el crecimiento acelerado y vertiginoso que tiene la ciudad; lo cual todo mundo requiere necesidades en cada uno de los niveles (salud, alimentación, educación, transporte, vivienda, etc.) y en aquí desde la Central de Abastos juega un papel de relevancia a través de sus comerciantes quienes cumplen un papel clave en la comercialización de productos agroindustriales; ofreciendo la mejor organización comercial y operativa en todas las áreas y contribuyendo de esta manera a la calidad de los agricultores, comerciantes, transportadores y consumidores de Villavicencio.

Es necesario que dentro de sus propuestas de sostenibilidad como el centro principal de acopio agroindustrial, logre un plan particular para la movilidad pública que permita a la comunidad general desplazarse en forma dinámica y armónica; logrando con ello operaciones de oferta y demanda del mercado. Así mismo, se deben tener en cuenta desafíos en cuanto a la recolección de residuos sólidos, calidad del aire, ruido, movilidad, conectividad digital, sistemas de seguridad y salud en el trabajo y aspectos mucho más urgentes que no pueden fallar para su funcionamiento como: suministro de agua, saneamiento y drenaje, espacio público, empleo,

competitividad, plan de acción para la Central de Abastos, que le permita articular sus actividades funcionales y productivas para ser más competitivos y posicionarse en el mercado.

La competitividad económica debe ser el potencial comercializador que le permitirá unirse a la cadena local y regional para transformar productos primarios y comercializar la amplia gama de productos que ofrece el contexto.

Por otra parte, su infraestructura armoniza e influye la conservación de la estructura física, su sistema de conectividad, consolidación de todos los sectores económicos y sociales que allí existen permitiéndole establecer unos valores e identidad cultural de negocios que conlleve a: una excelente oferta y demanda de productos; una excelente relación entre comerciante – consumidor; valores agregados al cliente; aspectos de seguridad, higiene y salubridad; modernización en cuanto a promoción y publicidad, presentación del local y por ende aplicación de los aspectos relevantes requeridos para su negocio como son la mezcla de producto; precio, promoción, plaza y publicidad.

### **6.3 Análisis grado de productividad de los diferentes sectores comerciales que presenta la Central de Abastos de Villavicencio**

La Central de Abastos de Villavicencio, tiene grandes retos como centro de acopio dentro de su economía emergente, dado su especial potencial puede llegar a consolidarse como un sector comercializador y empresarial consolidado y diversificado. Es decir, aprovechar que es el principal centro de acopio y abastecimiento tanto local como regional; basado en la agricultura,

piscicultura, cítricos, que le permitieron lograr desarrollar proyectos que han de mejorar la calidad de vida de los habitantes y la comunidad en general; y establecer procesos agroindustriales de bienes y servicios como sistema dinámico que implica a combinación de procesos productivos agrícolas e industrial, para transformar de manera rentable los productos provenientes del campo, y que conlleve a la integración vertical desde el campo hasta el consumidor final en todo el proceso de producción y comercialización de alimentos u otros artículos de consumo basado en la agricultura.

El grado de productividad en cada uno de los sectores comerciales, está ligado al desarrollo integral de la región, dependiendo en gran parte del cultivo, al campo y a las personas que día a día trabajan los alimentos para su comercialización. Así mismo, generar conciencia en la población tanto urbana como rural de la disponibilidad de recursos con que cuenta la Central de Abastos de Villavicencio; brindando herramientas y aplicando los procesos de oferta y demanda en forma dinámica y armónica; que le permita una mayor productividad y competitividad dentro del nuevo orden económico, aprovechando al máximo recursos, capacidades y ventajas comparativas que ofrece su infraestructura física; logrando con ello estrategias, estrategia productivas y comercializadores eficaces y eficientes.

Como otra estrategia de productividad en cada uno de los sectores económicos se debe tener en cuenta aspectos tales como: ventas, empleo, inversiones, empresariedad, innovación laboral previa, sector económico al que pertenece, gestión empresarial, nivel de competencia, identificar claramente el negocio, toma de decisiones, nivel competitivo, mejorar sus ingresos, ser influyente en la comunidad, enfrentar desafíos, satisfacer la necesidad de los clientes, establecer

planes de negocios eficaces, realizar investigación y desarrollo; excelente servicio y atención al cliente; aplicación de tecnología, competitividad de los precios, calidad de productos y servicios, esfuerzo del mercado y ventas, identificar segmentos socioeconómicos de los clientes. Adquirir maquinaria, equipos adecuados para su funcionamiento; lograr calificarse con estándares de calidad; conservar los clientes potenciales y adquirir nuevos; consecución de proveedores adecuados; contratar talento humano calificado o dispuesto a trabajar; gerenciar la empresa con actitud de liderazgo visionario; manejar las relaciones, los consumidores; obtener información del mercado, y establecer un flujo de caja balanceado. Por consiguiente, para ser más productivo y competitivo, es decir, que cada sector económico logre un mayor crecimiento; debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

- a) Brindar bienes y servicios.
- b) Cambios en el manejo y administración de la organización.
- c) Capacitación de recursos humanos.
- d) Incrementar su participación de mercado.
- e) Incursionar en nuevos canales comerciales.
- f) Introducir nuevos productos/servicios del mercado nacional.
- g) Introducir nuevos productos / servicios en otros países.
- h) Invertir en otros aspectos de la empresa.
- i) Invertir para expandir la capacidad actual de producción.
- j) Invertir para ganar productividad.
- k) Invertir para introducir nuevos productos /servicios.
- l) Invertir para mejorar la calidad.

Finalmente, los comerciantes de la Central de Abastos de Villavicencio, deben ser dinámicos que motiven su intención con excelentes relaciones del consumidor y buscar un liderazgo empresarial que permita establecer características empresariales donde se destaque como empresa competitiva y productiva a través de: plan de negocios dinámico y armónico; comunicación que influya en todos los sentidos; estructura organizacional aplanada; procesos de selección de personal adecuado; que existan programas de capacitación y desarrollo, que exista una directa participación y compromiso en el proceso de toma de decisiones; motivación orientada a círculos de mejoramiento, salud corporativa, clima laboral sano, orientación hacia los esfuerzos, centrado en la satisfacción del cliente, control de calidad en los procesos comercializables; modelo de gestión democrática y participativa, y establecimiento de indicadores de gestión.

## 7. Conclusiones

Con base en los objetivos propuestos se establecen las siguientes conclusiones. Teniendo en cuenta la aplicación de la encuesta dirigida a los comerciantes en las diferentes actividades económicas.

Existe participación activa de la mujer laborando en las diferentes actividades que desarrolla la Central de Abastos. Las personas que laboran son mayores de 36 a 45 años con mayor porcentaje; su estado civil 56% en unión libre; corresponde al estrato socioeconómico 1 y 2, su nivel académico es primaria y secundaria en su mayoría.

Se destaca que el medio de transporte utilizado es buseta, vehículo particular y moto. Al igual se indica que desconocen los aspectos corporativos (visión, misión, principios y valores), de la Central de Abastos de Villavicencio. se señala que la relación de los comerciantes con los clientes es buena. Sin embargo, existe carencia de capacitación para mejorar su desempeño laboral, evento que son prioridad por parte de la gerencia para ser más productiva y competitiva las operaciones y por ende las relaciones entre comerciante – consumidor.

Existe desconocimiento por parte de los comerciantes en programas de promoción de la salud, prevención y control de enfermedades.

En cuanto a sus obligaciones contables, tributarias y en general comerciales, se señala que el 90% está inscrito en Cámara de Comercio y RUT. El manejo contable es informal, igual que la

factura de compras; y se lleva nómina el 80% de manera informal. Con respecto a la seguridad social existe una afiliación a parafiscales, salud y pensión, solo el 45% lo tiene.

Manifiesta conocer sus ingresos diarios promedio, al igual que sus gastos. Así mismo, señalaron poseer contador público y declaración de renta el 55%.

En cuanto a la entrevista al gerente se destacan los siguientes aspectos más relevantes:

Considera relevante evaluar el desempeño de los empleados se siente comprometido con su actividad; considera que la Central de Abastos carece de normas de seguridad y trabajo, que atenten contra la salud de los trabajadores. Su tiempo de labor desempeñando el cargo es menos de un año, el tiempo para el cumplimiento de las tareas asignadas es el estrictamente necesario para cumplirlas; con frecuencia determina tareas que permiten el cumplimiento de los objetivos fijados; sus ingresos mensuales superan los dos salarios mínimos y tiene a cargo a más de 5 personas.

Por otra parte, manifiesta que no se realiza evaluación y seguimiento a las funciones puestos de trabajo de cada colaborador, no considera que existe liderazgo en la Central de Abastos de Villavicencio; no percibe una buena imagen en su comercialización; carece de un programa de prevención para la salud de los trabajadores; al igual que un programa de prevención y control de enfermedades.

No sobra resaltar que la infraestructura física y algunos aspectos generales concernientes a la Central de Abastos de Villavicencio, permite conocer los siguientes aspectos: administrada como figura de propiedad horizontal; copropietarios de áreas privadas; propietarios de áreas comunes; objetivo comercialización de alimentos para uso común; consolidar el sector comercial de la ciudad; favorecer el servicio al cliente; mejorar la calidad de vida para el público que participa del mercado. Política alimentaria con eficiencia, calidad, higiene y transparencia; contribuye a la calidad de vida de agricultores, comerciantes, transportadores de la comunidad de Villavicencio, Meta y zonas de influencia; ofrece mercadeo y comercialización de bienes y servicios agroindustriales.

Posee 115.667.91 m<sup>2</sup>, construida en un área total de 45.996.81 m<sup>2</sup>, (área privada y común). Cuenta con 195 locales distribuidos entre bodegas. Sectores comerciales: frutas y verduras, granos, abarrotos, procesados, mercado campesino, cárnicos, cafetería, lácteos, pescado, flores, plátano, locales bancarios y comerciales.

## 8. Recomendaciones

- a) Es importante el reconocimiento sobre las características propias, en cuanto a su estructura espacial y socioeconómica, que conlleva a un desarrollo social y económico que permitirá involucrar variables y tomar en consideración rasgos específicos a partir de dimensiones políticas, económicas, sociales y ambientales.
- b) El presente estudio, debe contribuir a tener una visión más real de su situación y considerar alternativas de solución para minimizar las barreras de su desarrollo y crecimiento.
- c) Aprovechar el fuerte incremento en el abastecimiento del sector agrícola, cítricos, y en general agropecuarios que produce la región, logrando con ello abastecer de manera amplia y dinámica el mercado local.
- d) La motivación y las competencias para ser empresario, conlleva a establecer la creación y desarrollo de empresa como un proyecto existencial que le permita garantizar su futuro a partir de: las motivaciones sociales y económicas en el deseo de ser empresario; enfrentar reacciones negativas por parte del entorno; aplicación de modelos empresariales como fuente de crecimiento, supervivencia, rentabilidad y crecimiento; identificar la oportunidad de su negocio acorde con su sector económico.

- e) No es ajeno los problemas para los comerciantes, y por ello, no sólo deben constituir un desafío para sus capacidades, sino elementos investigadores de sus potencialidades intelectuales, técnicas, humanas y empresariales.
- f) No olvidar que la escala de problemas que afecta al comerciante o empresario es variada y su grado de incidencia sobre la misma es compleja. Las problemáticas tienen origen distinto e inciden sobre las diversas áreas funcionales, tales como: administración, mercadeo, finanzas, producción, tecnología y laboral fundamentalmente.
- g) Los comerciantes por pequeños que sean deben ser previsivos. Esto significa que debe anticiparse a los problemas empresariales; determinarlas y analizarlas cuidadosamente antes de tomar decisiones sobre el particular. De ahí, que es importante que se despliegue de la autosuficiencia que le confiere a veces la experiencia y éxito adquirido, y que acepte la ayuda y asesoría externa. Hoy más que nunca las grandes decisiones tienen origen colectivo y la solución a los problemas de la empresa constituye una necesidad prioritaria por satisfacer si se quiere logra una buena gestión empresarial.
- h) Es relevante tomar conciencia sobre la seguridad social, cumplir con los requerimientos establecidos en la normatividad comercial, tributaria y contable; como una forma de gestión empresarial en cumplimiento de sus derechos y deberes.
- i) Los proyectos comerciales de los empresarios más dinámicos se basan más en la oportunidad que en la innovación. La incursión se realiza a mercados de demanda creciente influenciada

por la moda o en sectores de demanda continua más que por la introducción de tecnología o mejoramiento de los procesos de producción o mercadeo.

## Bibliografía

- ACS, A. (2006). *How is entrepreneurship good for economic growth, innovations.*  
[www.businessgrowthinitiative.org/.../how%20is%20entrepreneurship%20good%20for%200growth.pdf](http://www.businessgrowthinitiative.org/.../how%20is%20entrepreneurship%20good%20for%200growth.pdf)
- Arrow, K. J. & Debreu, G. (1954). *Existencia del equilibrio económico.* Econometría.
- Audretsch, D., Caceson, M. & Aranguren, M. (2008). *Entrepreneurship, small firms and self – emlf – employment.*
- Bermúdez, L. T. & Rodríguez, L. F. (2012). *Investigación en la gestión empresarial.* Primera Edición. Bogotá, D.C. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Brunet, Icard et al (2013). *Creación de empresas. Emprendimiento e innovación.* Primera edición. Bogotá, D. C. Colombia: Ediciones de la U.
- Callejón, M. (2009). *La economía emprendedora de David Audretsch.* Investigaciones regionales.
- Castells, M. (2000). *La era de la información: economía, sociedad y cultura.* Volumen 1: la sociedad red. Madrid: Alianza Editorial.

Chandler, A. (1997). *The visible Hand: the managerial Revolutions y american bussiness*.  
Cambridge: belknap prees.

De Francisco, A. (2008). *Ciudadanía y democracia. Un enfoque republicano*. Madrid: Los  
libros de la Catarata.

Lerma González, H. D. (2009). *Metodología de la investigación*. Cuarta Edición. Bogotá, D.C.  
Colombia: Ecoe Ediciones.

Mas, M & Quesada, J. (2005). *Las nuevas tecnologías y el crecimiento económico en España*.  
Bilbao: Fundación BBVA.

Méndez Álvarez, C. E. (2014). *Metodología*. Cuarta edición. México. D.F.: Editorial Limusa.

Méndoza Guerra, J. M. (2011). *Revisiones estratégicas*. Macroadministración. Barranquilla,  
Colombia: Ediciones de la U. Editorial Universidad el Norte.

Ortega Blake, A. (1999). *Diccionario de planificación económica, aspectos políticos, sociales y  
administrativos*. México D.F.: Editorial Trillas.

Perdice, L. (2008). *Historia del pensamiento económico*. Madrid, España: Síntesis Editorial.

Porter, M. & Kramer, M. (1999). *Philantropy's new agenda*. Creating value, how to do business  
Review.

Porter, M. (1980). *Competitive strategy*. New York: The free press.

Rosanvallon, P. (1989). *Liberación económica*. Paris: Editorial Senil.

Schumpeter, J. (1971). *Capitalismo, socialismo y democracia*. De Marx y Keynes, Madrid,  
España: Editorial Alianza.

Torres Carillo, A. (2005). *Aprender a investigar*. Bogotá, D.C. Colombia: CORCAS Editores  
Limitado.

Van Stel, A.; Carre, M. & Thurik, R. (2005). *The effect of entrepreneurial activity on National  
Economic Growth*. Small business Economics.

Venture, J. (2008). *Análisis estratégico de la empresa*. Madrid: Editorial Paraninfo.

Wenneskers, A. & Thurik, A. (1999). *Linking entrepreneurship and economic growth*. Small  
business economics.

Williamson, O. (1975). *Markets and hierarchies: analysis and antitrust implications. A study  
in the economics of internal organization*. New York: The free press.

## **Anexos**

Anexo 1. Solicitud de permiso para la realización de encuestas.



**UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS**  
**PROGRAMA DE ECONOMIA**

**40.50.20.12.8**

Villavicencio, 26 de abril de 2016

Doctora  
**OLGA LUCIA MARÍN**  
Gerente general  
Central de abastos de Villavicencio

Asunto: Solicitud permiso para la realización de encuestas.

Respetada doctora:

El programa de Economía de la Universidad de los Llanos, contempla que los estudiantes se gradúen a través de investigaciones que requieren trabajo de campo. En esta oportunidad, la estudiante de décimo semestre, Dany Dayana Romero Vera identificada con la cédula de ciudadanía N° 1.121.915.791 y con código 147002744 se encuentra realizando el trabajo de grado denominado "IMPACTO ECONOMICO Y SOCIAL QUE LIMITA LA COMPETITIVIDAD DE LA CENTRAL DE ABASTOS DE VILLAVICENCIO".

Para su investigación académica, requiere de la realización de encuestas y entrevistas. Por esta razón, le solicito de manera atenta, autorice el ingreso de la estudiante a sus instalaciones y permita que ella pueda recolectar dicha información. Cuando el trabajo haya culminado, la estudiante se compromete a entregar una copia de ésta, dejando inquietudes, como alternativas de solución que puedan servir de acciones correctivas para tan importante sector de la economía.

Agradezco su colaboración en este asunto de suma importancia para la Universidad de los Llanos y para la región.

Atentamente,

  
**LINA PATRICIA BELTRÁN RUEDA**  
Directora Programa de Economía  
Facultad de Ciencias Económicas  
Universidad de los Llanos  
Calle 37 N. 41-02 Sede San Antonio  
Barzal Alto Villavicencio Meta  
Tel. 6616900 Ext. 126  
economia@unillanos.edu.co

**CAV** CENTRAL DE ABASTOS  
DE VILLAVICENCIO P.N.  
Radicado No. **383**

**29 ABR 2016**

EL RECIBO DEL PRESENTE DOCUMENTO  
NO IMPLICA LA ACEPTACIÓN DEL MISMO

FIRMA:





Certificado NTCGP 1000 2009 GP-CER232437  
Certificado ISO 9001:2008 SC-CER232438

Kilómetro 12 Vía a Puerto López, Vereda Barcelona, Villavicencio, Meta Colombia  
Conmutador 6616800 – Sede Barcelona y 6616900 Sede San Antonio  
[www.unillanos.edu.co](http://www.unillanos.edu.co) – Correo electrónico: [archivo@unillanos.edu.co](mailto:archivo@unillanos.edu.co)

*Anexo 2.* Encuesta dirigida a los comerciantes de la Central de Abastos de Villavicencio.

Universidad de los Llanos  
Facultad de Ciencias Económicas  
Programa de Economía  
Villavicencio – 2017

Objetivo: Encuesta dirigida a los comerciantes de la Central de Abastos de Villavicencio, con el propósito de conocer e identificar aspectos económicos y sociales, al igual que determinar los sectores de la economía local, donde actualmente está orientada la inversión, y su grado de productividad en los diferentes sectores comerciales.

1. Género.

- a. \_\_\_\_ Masculino
- b. \_\_\_\_ Femenino

2. Edad.

- a. \_\_\_\_ De 18 a 25 años
- b. \_\_\_\_ De 26 a 35 años
- c. \_\_\_\_ De 36 a 45 años
- d. \_\_\_\_ De 46 a 55 años
- e. \_\_\_\_ Mayor de 55 años

## 3. Estado civil.

- a. \_\_\_\_ Casado
- b. \_\_\_\_ Soltero
- c. \_\_\_\_ Unión libre
- d. \_\_\_\_ Separado
- e. \_\_\_\_ Viudo

## 4. Estrato social al que pertenece.

- a. \_\_\_\_ Uno
- b. \_\_\_\_ Dos
- c. \_\_\_\_ Tres
- d. \_\_\_\_ Cuatro
- e. \_\_\_\_ Cinco

## 5. Nivel académico

- a. \_\_\_\_ Ninguno
- b. \_\_\_\_ Primaria
- c. \_\_\_\_ Secundaria
- d. \_\_\_\_ Técnico
- e. \_\_\_\_ Tecnológico
- f. \_\_\_\_ Profesional

6. ¿Qué medio de transporte utiliza?

- a. \_\_\_\_ Busetas
- b. \_\_\_\_ Vehículo particular
- c. \_\_\_\_ Moto
- d. \_\_\_\_ Taxi
- e. \_\_\_\_ Bicicleta

7. ¿Tiene usted conocimiento de los aspectos corporativos de la Central de Abastos de Villavicencio? (Misión, visión, principios y valores)?

- a. \_\_\_\_ Sí.
- b. \_\_\_\_ No.

8. ¿Cómo es la relación de los comerciantes con los usuarios que visitan la Central de Abastos de Villavicencio?

- a. \_\_\_\_ Excelente.
- b. \_\_\_\_ Buena.
- c. \_\_\_\_ Regular.

9. ¿Ha recibido usted capacitación que le permita mejorar su desempeño laboral y cumplir con los objetivos propuestos?

- a. \_\_\_\_ Sí.
- b. \_\_\_\_ No.

10. ¿Tiene usted conocimiento si en la Central de Abastos de Villavicencio, existe un programa para la promoción de la salud; de los trabajadores que la integran?

a. \_\_\_\_ Si

b. \_\_\_\_ No

11. ¿Se encuentra registrado ante Cámara de Comercio?

a. \_\_\_\_ Si

b. \_\_\_\_ No

12. ¿Está inscrito usted en el RUT (Registro Único Tributario)?

a. \_\_\_\_ Si

b. \_\_\_\_ No

13. ¿Qué tipo de contabilidad maneja usted?

**FORMAL**

a. \_\_\_\_ Programa contable

**INFORMAL**

b. \_\_\_\_ Apuntes libreta

c. \_\_\_\_ Caja registradora

d. \_\_\_\_ Cálculo mental

14. ¿Emite usted factura de compra?

a. \_\_\_\_ Formal

b. \_\_\_\_ Informal

15. ¿Maneja usted nómina?

a. \_\_\_\_ Si

b. \_\_\_\_ No

c. \_\_\_\_ Algunas veces



20. ¿Cuenta usted con la asesoría de un contador público?

a. \_\_\_\_ Si

b. \_\_\_\_ No

21. ¿Declara usted renta?

a. \_\_\_\_ Si

b. \_\_\_\_ No

22. ¿Desde hace cuánto declara renta?

a. \_\_\_\_ 1 a 2 años

b. \_\_\_\_ 2 a 3 años

c. \_\_\_\_ más de 5 años

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.  
SU INFORMACIÓN ES DE GRAN UTILIDAD PARA EL MEJORAMIENTO CONTINUO  
DE LA SALUD, TRABAJO Y ESTRÉS DE LOS TRABAJADORES DE LA CENTRAL DE  
ABASTOS DE VILLAVICENCIO

*Anexo 3. Cuestionario dirigido al Gerente de la Central de Abastos de Villavicencio.*

Universidad de los Llanos  
Facultad de Ciencias Económicas  
Programa de Economía  
Villavicencio – 2017

Objetivo: cuestionario dirigido al gerente de la Central de Abastos de Villavicencio, con el propósito de conocer e identificar aspectos económicos y sociales, al igual que determinar los sectores de la economía local, donde actualmente está orientada la inversión, y su grado de productividad en los diferentes sectores comerciales.

1. ¿Considera de gran importancia evaluar el desempeño de los empleados de la Central de Abastos de Villavicencio?

a. \_\_\_\_ Sí.

b. \_\_\_\_ No.

2. ¿La gerencia de la Central de Abastos de Villavicencio realiza evaluación y seguimiento permanente al desempeño de las funciones y puestos de trabajo de cada colaborador?

a. \_\_\_\_ Sí.

b. \_\_\_\_ No.

3. ¿Cree usted que existe liderazgo a nivel de la Central de Abastos de Villavicencio?

a. \_\_\_\_ Sí.

b. \_\_\_\_ No.

4. ¿Cree usted que en la Central de Abastos de Villavicencio se percibe una buena imagen en su comercialización?

a. \_\_\_\_ Sí.

b. \_\_\_\_ No.

5. ¿Se siente comprometido con su actividad y la Central de Abastos de Villavicencio?

a. \_\_\_\_ Sí.

b. \_\_\_\_ No.

6. ¿La Central de Abastos de Villavicencio posee un programa para la prevención de la salud de los trabajadores?

a. \_\_\_\_ Sí.

b. \_\_\_\_ No.

7. ¿La Central de Abastos de Villavicencio, cuenta con un Programa de Prevención y Control de enfermedades?

a. \_\_\_\_ Si

b. \_\_\_\_ No

8. ¿Cree usted que la Central de Abastos de Villavicencio carece de normas de seguridad y normas de trabajo inadecuadas que atenten contra la salud de los trabajadores?

a. \_\_\_\_ Si

b. \_\_\_\_ No

9. ¿El tiempo que lleva desempeñando su labor en la Central de Abastos de Villavicencio?

a. \_\_\_\_ Menos de un año.

b. \_\_\_\_ Entre 1 y 2 años.

c. \_\_\_\_ Entre 2 y 3 años.

d. \_\_\_\_ Entre 3 y 4 años.

e. \_\_\_\_ Más de 4 años.

10. ¿Considera usted que recibe una justa y adecuada remuneración por su trabajo?

a. \_\_\_\_ Si

b. \_\_\_\_ No

c. \_\_\_\_ Algunas veces

11. ¿El tiempo para el cumplimiento de las tareas asignadas es?

- a. \_\_\_\_ El ideal para hacer un trabajo de calidad.
- b. \_\_\_\_ Es estrictamente necesario para cumplir con lo asignado.
- c. \_\_\_\_ No es suficiente para cumplir con el trabajo asignado.

12. ¿Con qué frecuencia determina tareas y resultados de trabajo que permitan el cumplimiento de objetivos fijados?

- a. \_\_\_\_ Siempre.
- b. \_\_\_\_ Algunas veces.
- c. \_\_\_\_ Nunca.

13. ¿Identifica los peligros y priorización de riesgos durante el desempeño de sus labores, en la Central de Abastos de Villavicencio?

- a. \_\_\_\_ Si
- b. \_\_\_\_ No
- c. \_\_\_\_ Algunas veces

14. ¿Se le proporciona frecuentemente incentivos laborales a los trabajadores para la mejora de las condiciones de trabajo?

- a. \_\_\_\_ Si
- b. \_\_\_\_ No
- c. \_\_\_\_ Algunas veces

15. ¿Existe una comunicación fluida entre jefes – trabajadores y la administración de la Central de Abastos de Villavicencio, para transmitir principios y normas de actuación?

- a. \_\_\_\_ Si
- b. \_\_\_\_ No
- c. \_\_\_\_ Algunas veces

16. ¿Cuántos son sus ingresos mensuales?

- a. \_\_\_\_ Menos del mínimo
- b. \_\_\_\_ El mínimo (\$737.717).
- c. \_\_\_\_ Dos salarios mínimos
- d. \_\_\_\_ Más de dos salarios mínimos

17. ¿Cuántas personas tiene usted a cargo (incluido usted)?

- a. \_\_\_\_ Uno
- b. \_\_\_\_ Dos
- c. \_\_\_\_ Tres
- d. \_\_\_\_ Cuatro
- e. \_\_\_\_ Cinco
- f. \_\_\_\_ Más de cinco

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.  
SU INFORMACIÓN ES DE GRAN UTILIDAD PARA EL MEJORAMIENTO CONTINUO  
DE LA SALUD, TRABAJO Y ESTRÉS DE LOS TRABAJADORES DE LA CENTRAL DE  
ABASTOS DE VILLAVICENCIO

Anexo 4. Resultados encuesta a los comerciantes de la Central de Abastos de Villavicencio.

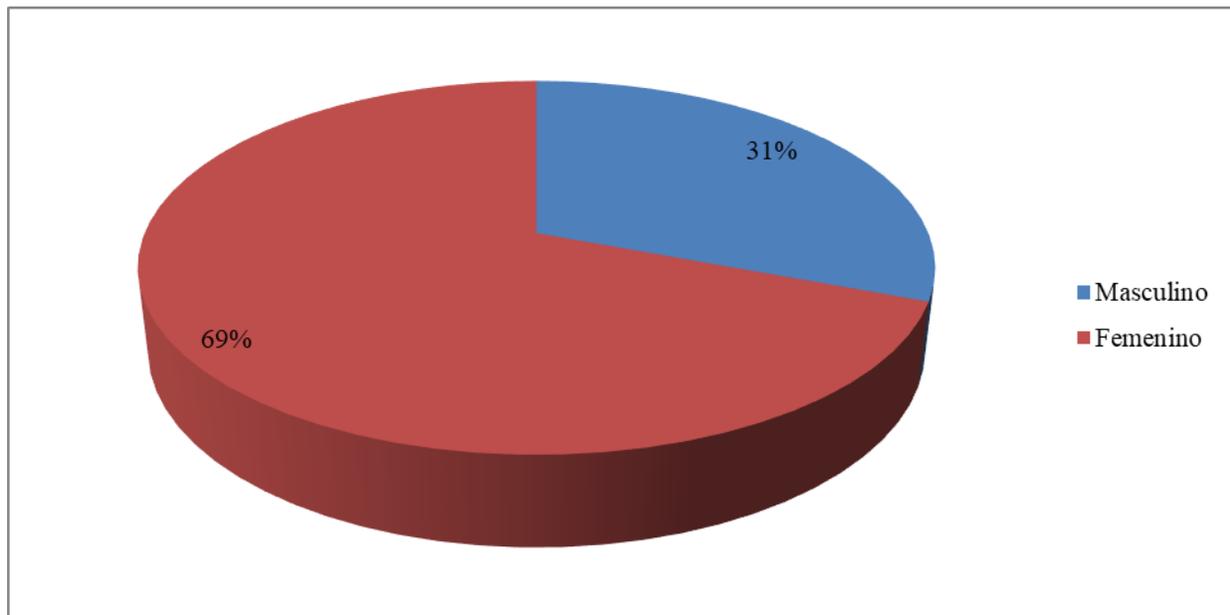


Figura 15. Género.

Fuente: la autora. 2017.

En cuanto al Género, los encuestados manifiestan: masculino el 31% y femenino el 69%.

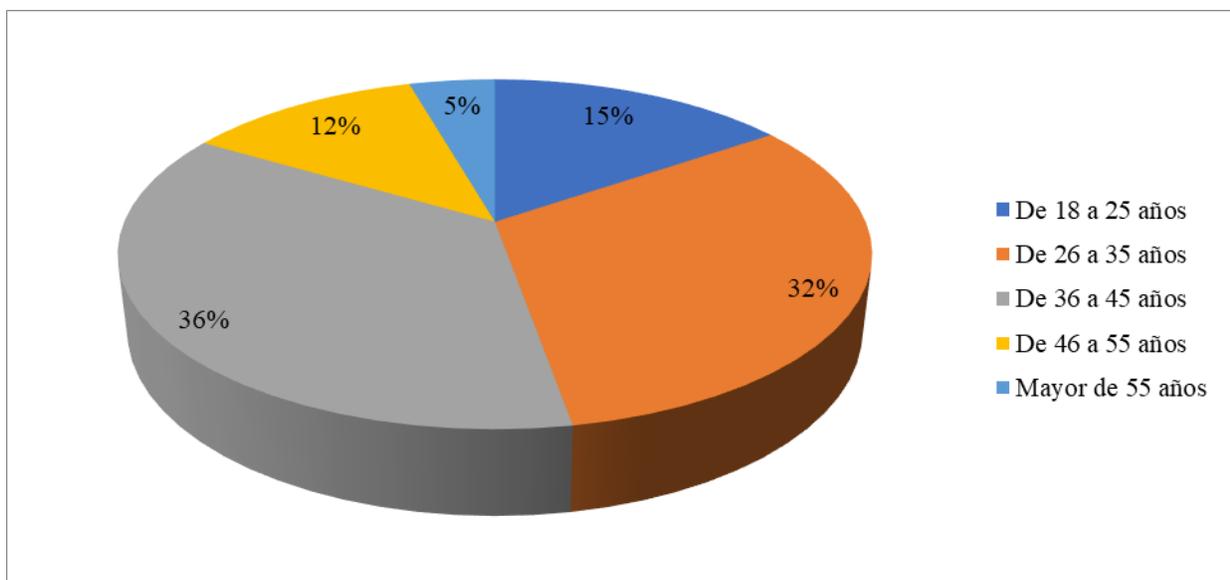
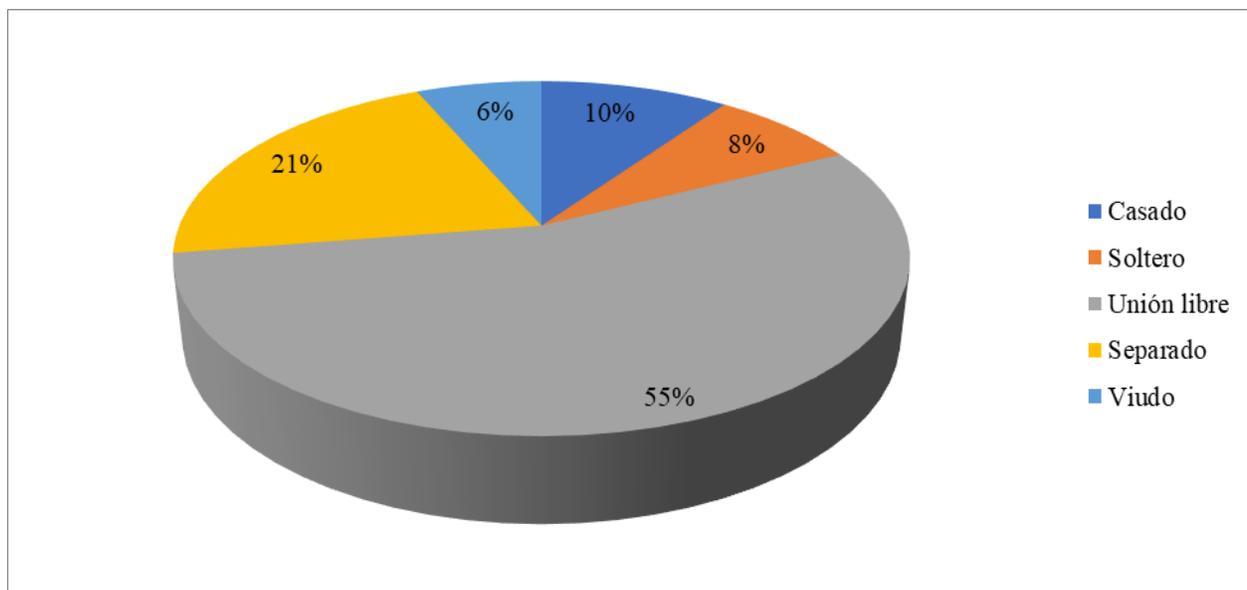


Figura 16. Edad.

Fuente: la autora. 2017.

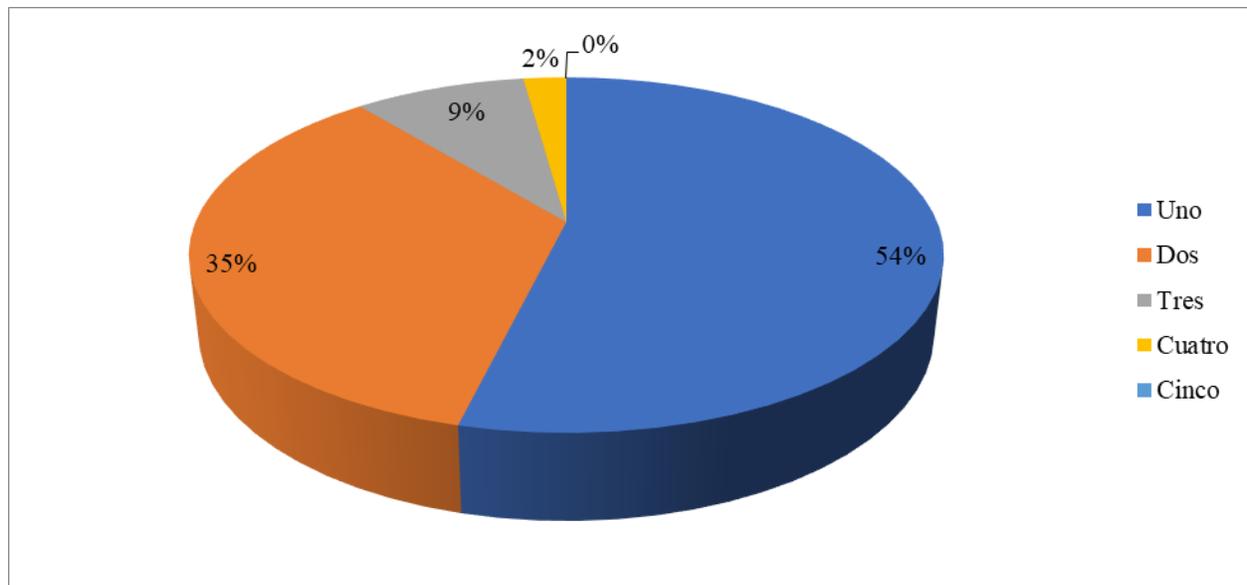
En cuanto a la Edad, los encuestados manifiestan: de 18 a 25 años, el 15%; de 26 a 35 años, el 32%; de 36 a 45 años, el 36%; de 46 a 55 años, el 12%; mayor de 55 años, el 5%.



*Figura 17.* Estado civil.

Fuente: la autora. 2017.

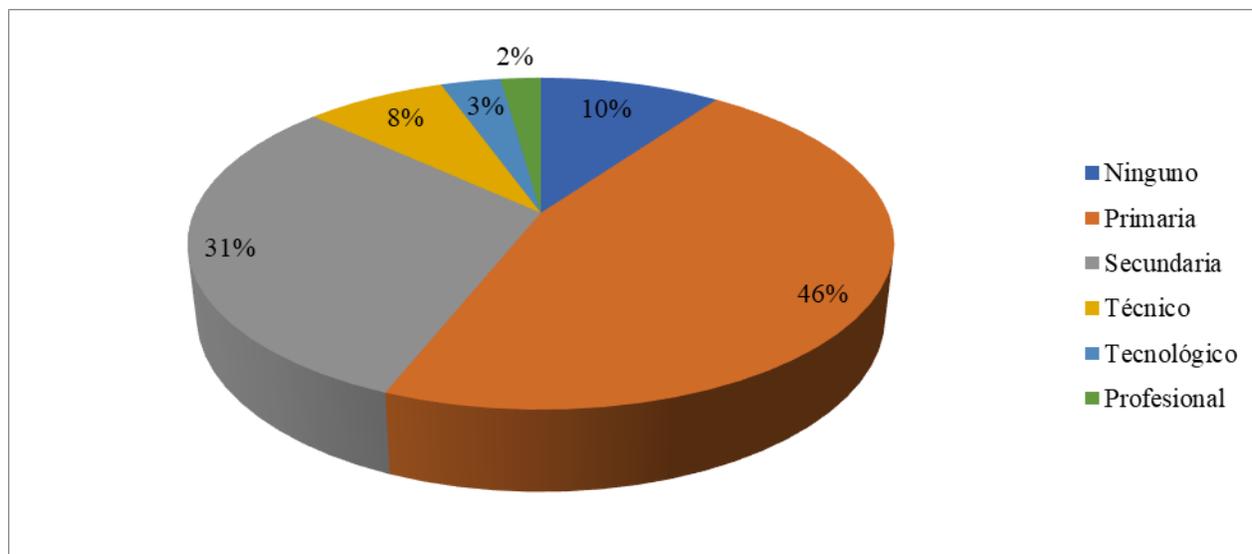
En cuanto al Estado civil, los encuestados manifiestan: casado, el 10%; soltero, el 8%; unión libre, el 55%; separado el 21%; viudo, el 6%.



*Figura 18.* Estrato social al que pertenece.

Fuente: la autora. 2017.

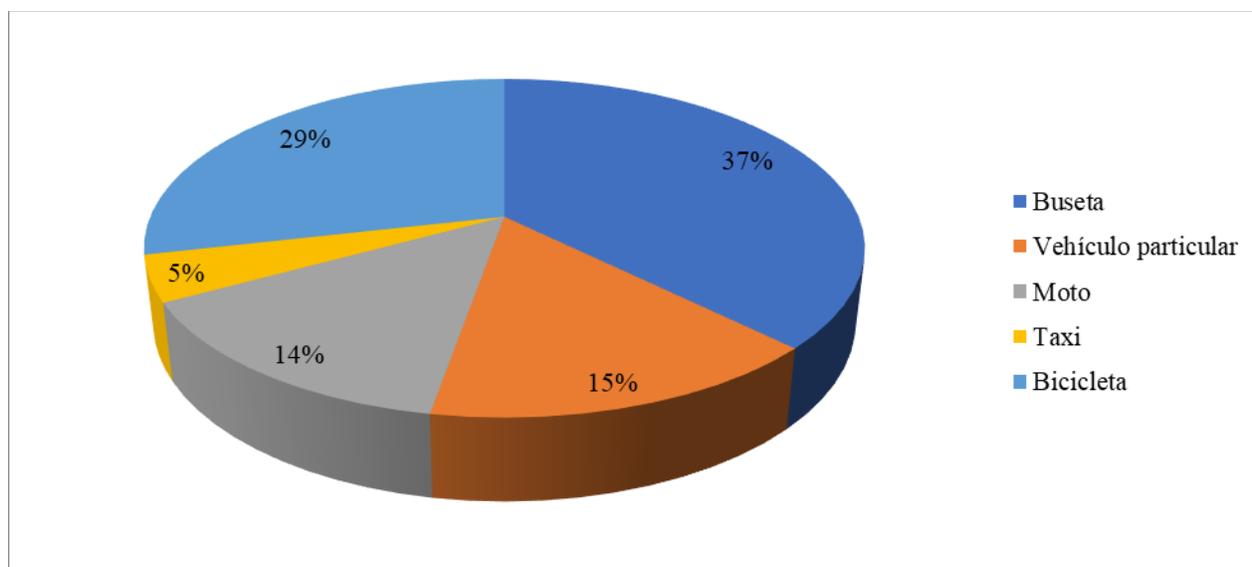
De acuerdo al estrato social al que pertenece, los encuestados manifiestan: uno, el 54%; dos, el 35%; tres, el 9%, cuatro, el 2%.



*Figura 19. Nivel académico*

Fuente: la autora. 2017.

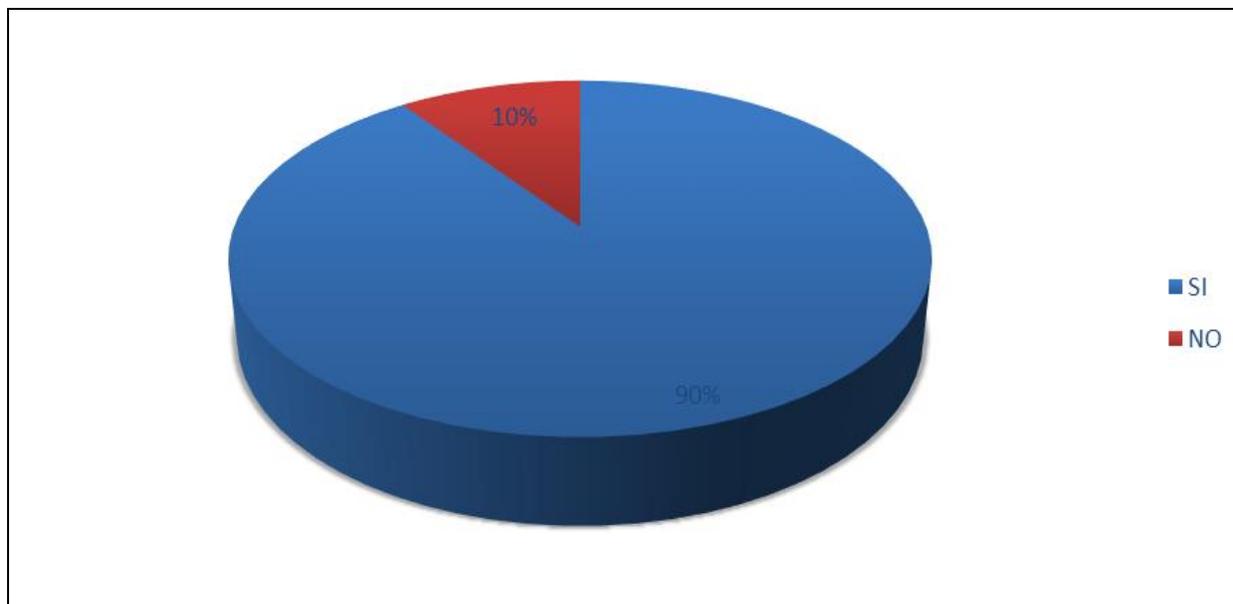
De acuerdo al grado de escolaridad, los encuestados manifiestan: ninguno el 10%; primaria, el 46%; secundaria, el 31%; técnico, el 8%; tecnológico, el 3% y profesional, el 2%.



*Figura 20. ¿Qué medio de transporte utiliza?*

Fuente: la autora. 2017.

Teniendo en cuenta la pregunta ¿Qué medio de transporte utiliza? Los encuestados manifiestan: buseta, el 37%; vehículo particular, el 15%; moto, el 14%; taxi, el 5%, bicicleta, el 29%.



*Figura 21. ¿Está inscrito usted en el RUT (Registro Único Tributario)?*

Fuente: la autora. 2017.

En la figura 21 se evidencia que el 90% de los microempresarios de la Central de Abastos están inscritos ante el Registro Único Tributario, mientras que el 10% no. Teniendo en cuenta que, a diciembre 31 del 2011, la persona que requiere matricularse o inscribirse debe presentarse en la Cámara de Comercio no debía ingresar a la página web de la DIAN [www.dian.gov.co](http://www.dian.gov.co) y tramitar la solicitud del RUT. Lo que actualmente se debe llevar a cabo dicho proceso, ingresando a la página web de la DIAN, seleccionando el link nuevo RUT. Dicho documento es indispensable para cumplir con las obligaciones tributarias administrativas por la DIAN, y relacionadas con los contribuyentes responsables sobre el impuesto de renta, y a los agentes retenedores, para que los usuarios aduaneros puedan realizar sus operaciones de comercio exterior. Por ello, es indispensable sacar copia del RUT para presentarlo ante Cámara de Comercio; con respecto al 10% la razón por la cual no están inscritos se debe a que el establecimiento es nuevo y otros por evadir impuestos.

Dicho proceso constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyente declarante del impuesto sobre la renta y no contribuyente declarante de ingresos y patrimonio; los responsables del régimen común y los pertenecientes al régimen simplificado; los agentes retenedores, los importadores, exportadores y demás usuarios aduaneros y demás sujetos de obligaciones administradas por la DIAN, respecto de los cuales esta requiera sus inscripción.

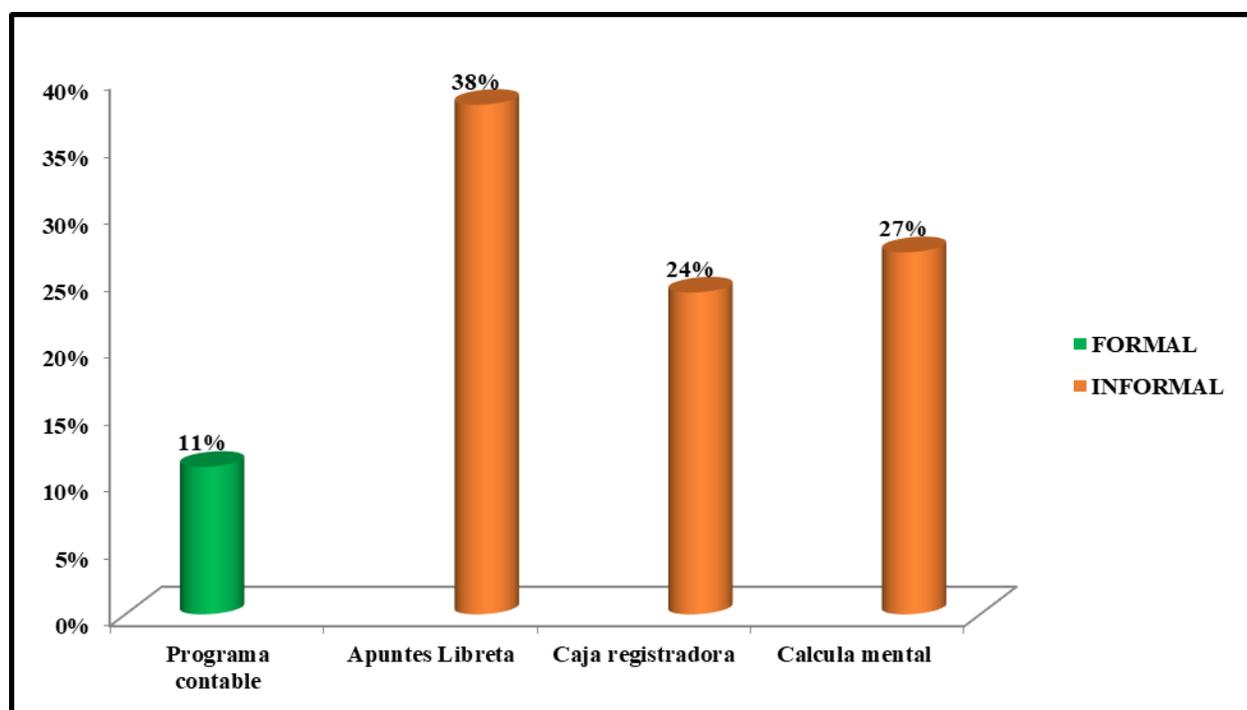
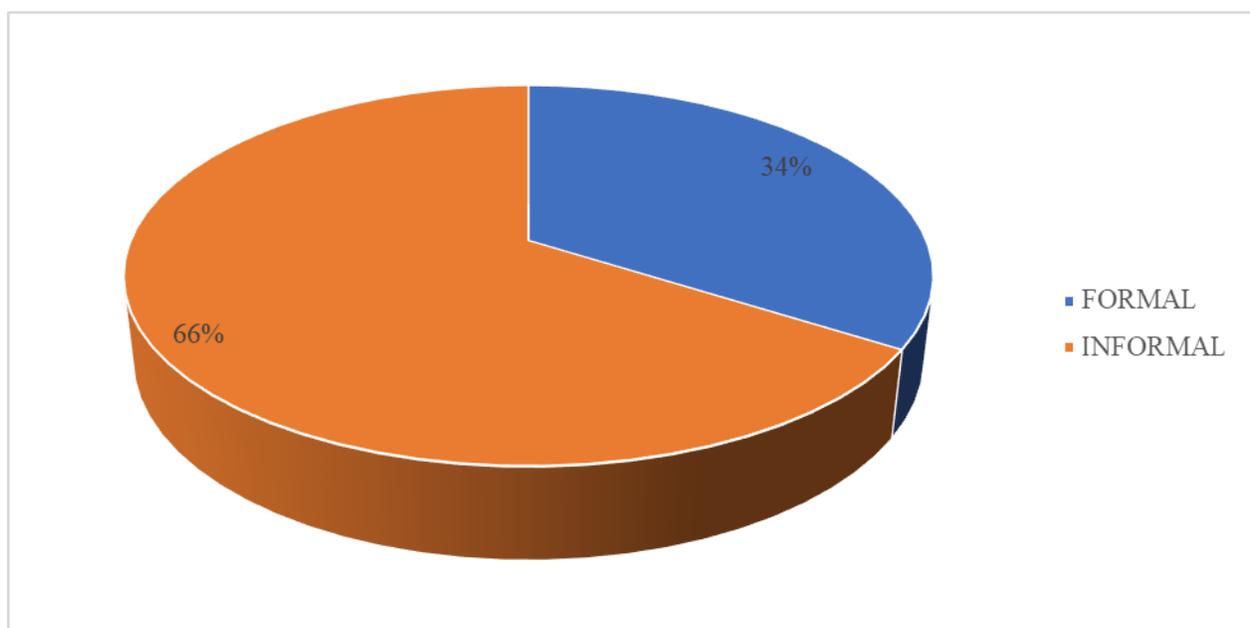


Figura 22. ¿Qué tipo de contabilidad maneja usted?

Fuente: la autora. 2017.

A la pregunta se respondió que el 11% considera que lleva la contabilidad de manera formal a través de un programa contable; mientras que el 38% considera que de manera informal maneja la libreta o los apuntes; el 24% dice que a través de la caja registradora y finalmente el 27% utiliza el cálculo mental. Tener al día y en orden la contabilidad de los microempresarios en la central de abastos de Villavicencio, puede ser difícil, ya que la falta de experiencia o de

conocimiento en contabilidad puede crear pérdidas de tiempo y dinero. Por lo tanto, la elección de un buen programa informático de contabilidad para su microempresa podría seriamente mejorar los resultados y los estados financieros.



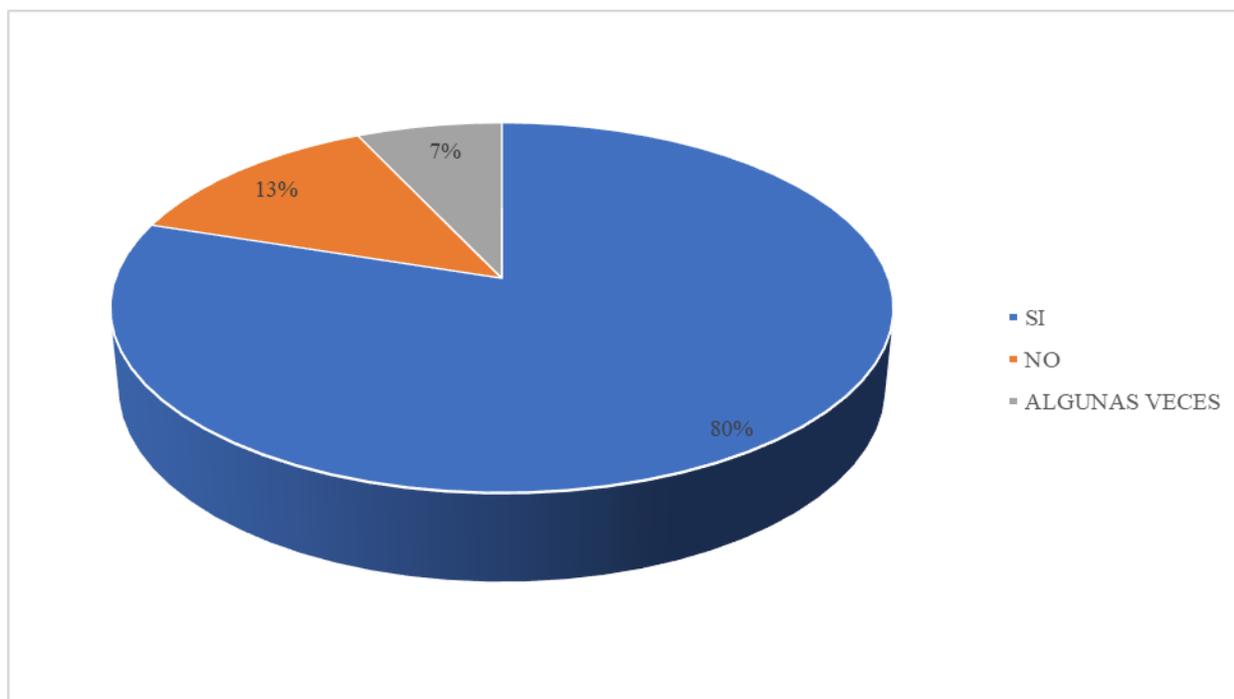
*Figura 23. ¿Emite usted factura de compra?*

Fuente: la autora. 2017.

La factura de compra es un documento que refleja la entrega de un producto o servicio, junto a la fecha de devengo además de indicar la a cantidad de pagar como contraprestación .en la factura se encuentran los datos del expedidor y del destinatario, el detalle de los productos suministrados, los precios unitarios, los precios totales, los descuentos y los impuestos.

El 34% manifiesta que utilizaba la factura de venta para registrar contablemente las cantidades como los valores correspondientes al inventario vendido y se debe diligenciar mediante los siguientes campos: comprobante, descripción, numeración uncial, numeración automática, número ítems, número de copias, título, leyenda, uso generador, actualiza,

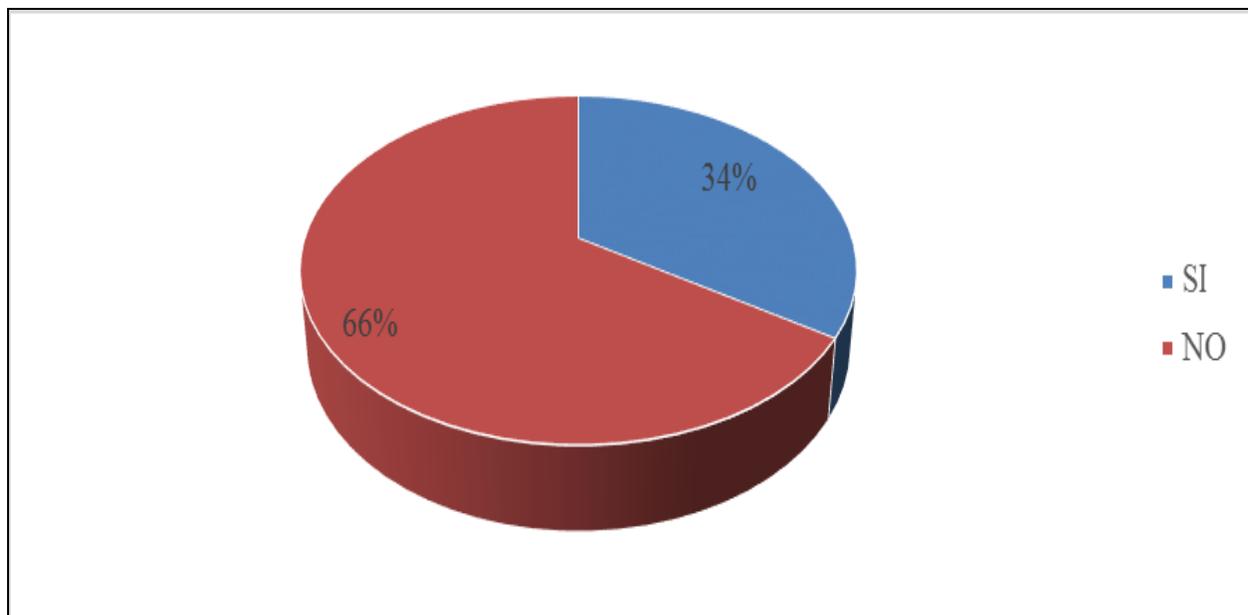
multiusuario entre otros. Y el 66% utilizan el talonario de factura tradicional, considerando que es manejable a sus capacidades en el momento de realizar las operaciones.



*Figura 24. ¿Maneja usted nómina?*

Fuente: la autora. 2017.

Con respecto a la pregunta se evidencia que el manejo de la nómina se realiza en un 80% teniendo en cuenta que dicho procedimiento se debe seguir para confeccionar los salarios, bases de cotización y las contingencias comunes de base requeridas de Ley. Y tienen claro que el objetivo e importancia de la nómina es el de administrar y controlar las operaciones referentes a los procesos de liquidación periódica, teniendo en cuenta las disposiciones legales vigentes en cuanto al 13% no se lleva a cabo debido a que solo existe el propietario (autoempleo), motivo por el cual en este caso no se genera desarrollo social (generador de empleo). El 7% corresponde a mano de obra temporal (coterros), a quienes se les debe cancelar sus servicios.

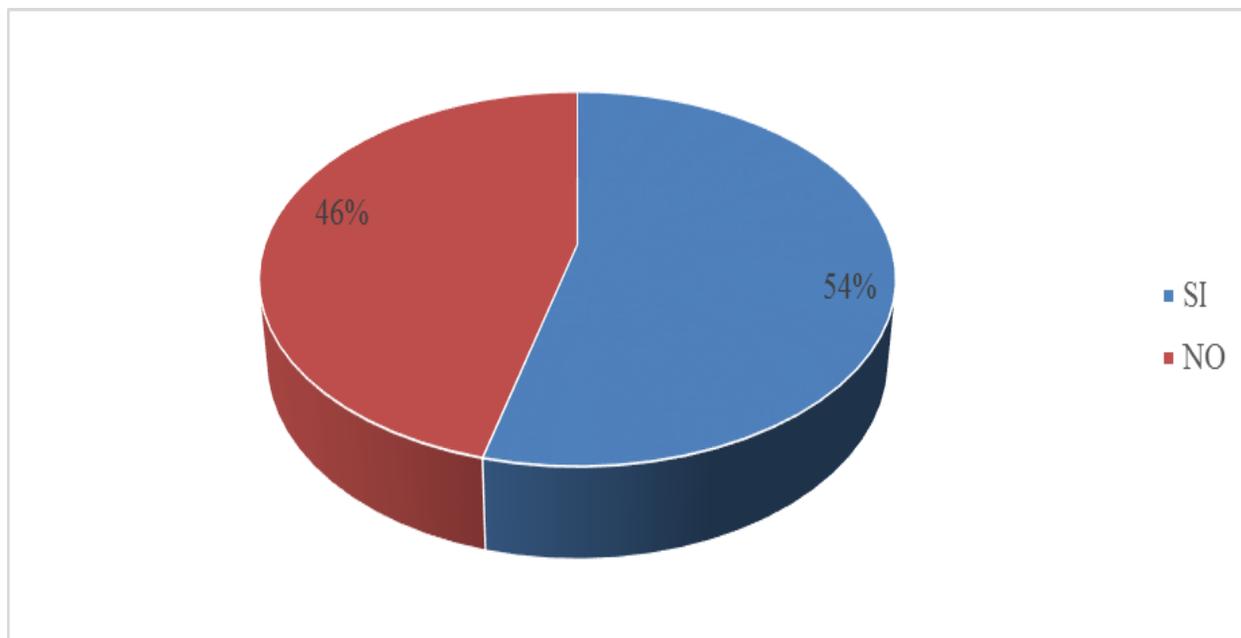


*Figura 25.* ¿Se encuentra afiliado a parafiscales todas las personas que laboran en la microempresa?

Fuente: la autora. 2017.

Toda empresa que tenga trabajadores vinculados mediante el contrato de trabajo debe hacer un aporte equivalente al 9% de su nómina por concepto de los aportes parafiscales, los cuales se distribuirán de la siguiente forma; subsidio familiar 4% (COFREM), ICBF 3% (bienestar familiar) y Sena 2%.

El 34% considera importante la afiliación a parafiscales, ya que estos ofrecen beneficios y que para el caso específico corresponde a Cofrem, como institución que lidera dicho proceso beneficiando al microempresario en aspectos tales como: capacitación, recreación, créditos microempresariales, bienestar y calidad de vida a sus afiliados. Y el 66% no tiene conocimiento de la importancia que ofrece la afiliación a los parafiscales.



*Figura 26. ¿Posee seguridad social y pensión todos los trabajadores de la microempresa?*

Fuente: la autora. 2017.

Es importante que los microempresarios acorde con la Ley 100 de 1993 establezcan la seguridad social integral, lo cual consiste en las normas y procedimientos, de que dispone la persona para gozar de calidad de vida mediante el cumplimiento progresivo de los planes y programas que el estado y la sociedad desarrollen para proporcionar la cobertura integral de las contingencias, especialmente las que menos cavan la salud y la capacidad económica con el fin de lograr el bienestar familiar e integridad laboral. En este sentido la seguridad social integral se compone de tres elementos; salud, pensión y riesgos profesionales.

El 54% permite indicar que los microempresarios poseen seguridad social; lo que significa que se benefician con la atención y cobertura en caso de accidente de trabajo en salud y riesgos profesionales. En este aspecto la seguridad social de los trabajadores también garantiza las prestaciones económicas y de salud por el hecho de poseer relación laboral y garantiza a nivel

individual y empresarial. El 46% no goza de la prestación de los servicios del sistema de seguridad social integral debido a desconocimiento de la normatividad; porque tienen la percepción de que es un gusto y otros porque evaden la responsabilidad que tienen para con la empresa y con ellos mismos.

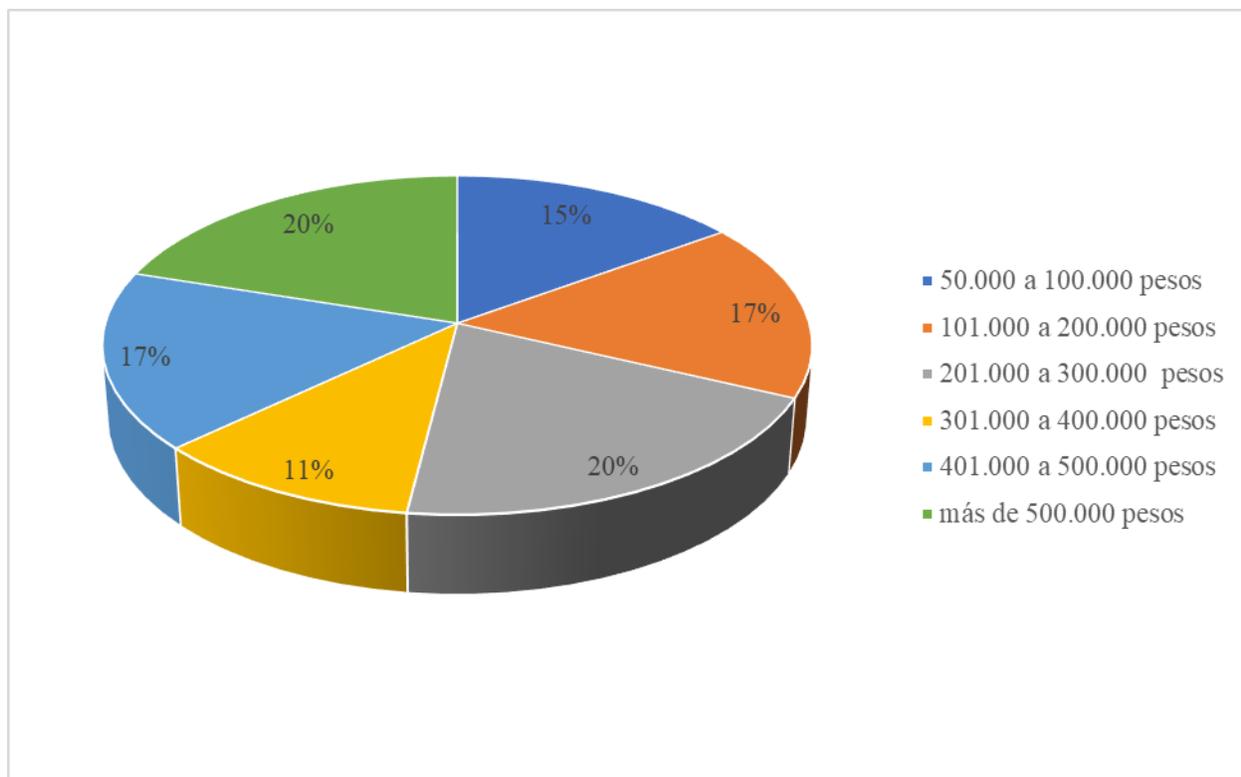
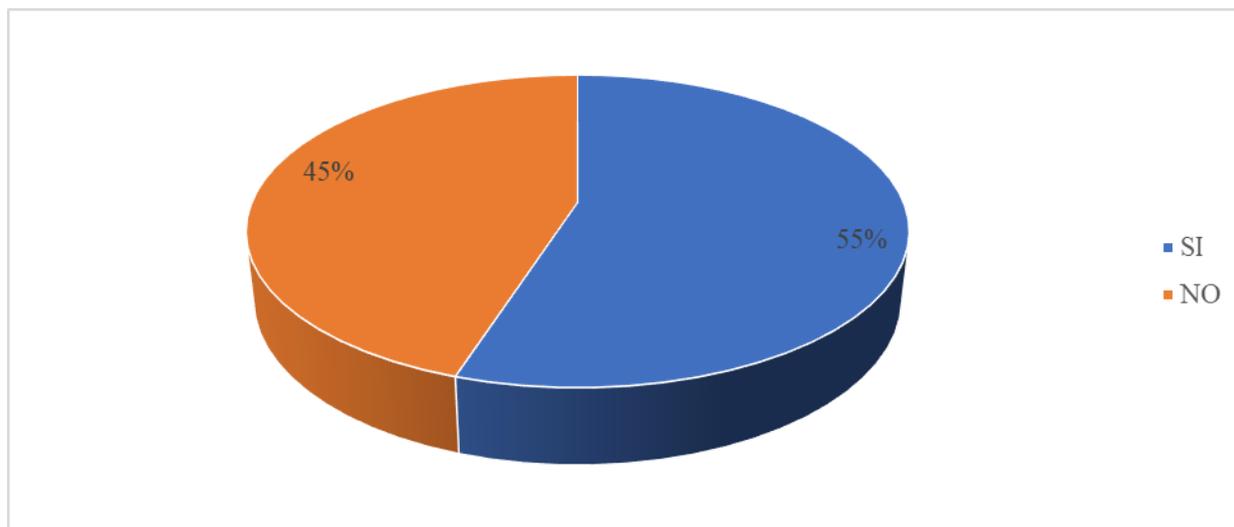


Figura 27. ¿Sabe usted cuáles son sus egresos diarios?

Fuente: la autora. 2017.

Con respecto a los egresos diarios, se observa que el 15% oscila entre 50.000 y 100.000 pesos; el 17% relaciona el 101.000 a 200.000; el 20% relaciona que de 201.000 y 400.000; el 11% considera que el 301.000 y 400.000; el 17% dice que el 401.000 a 500.000; y finalmente el 20% dice que más de 500.000. Esto significa que, así como se reciben los ingresos, existen un sin número de gastos en algunos casos mayores, pero que el microempresario de manera gradual maneja dichos eventos.

La figura 27 muestra que el 15% presenta egresos de (50.000 a 100.000 pesos), para cancelar a proveedores; el 17% equivalente a (101.000 y 200.000 pesos), sufragan los gastos normales del quehacer diario; el 20% corresponde a (201.000 y 300.000 pesos), respectivamente, quienes tienen la posibilidad en un porcentaje muy mínimo capitalizar mediante la adquisición de activos fijos e inventarios. En ese orden los de (301.000 a 400.000 pesos) correspondientes al 11% las microempresas mantienen existencia de inventario, generándole mayores utilidades. El 17% equivalente a (401.000 a 500.000 pesos) tiene mayor posibilidad de rentabilidad y crecimiento debido a la capacidad económica los de 500.000 pesos en adelante se convierten en proveedores de los pequeños microempresarios y por ende generan un monopolio dentro de la Central de Abastos de Villavicencio.



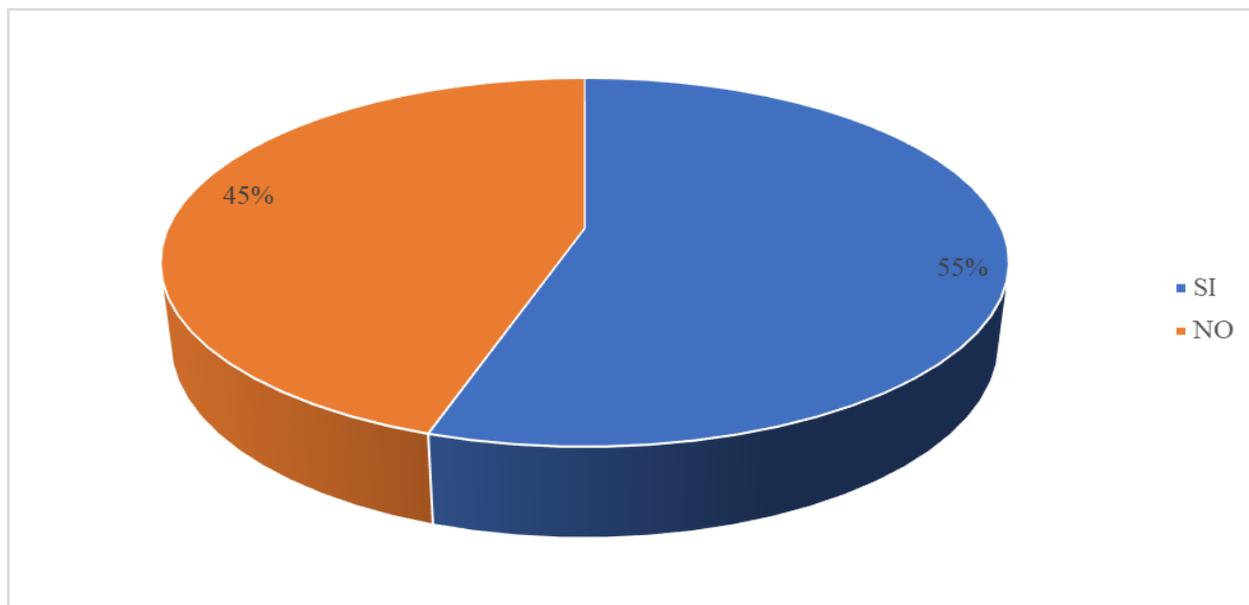
*Figura 28.* ¿Cuenta usted con la asesoría de un contador público?

Fuente: la autora. 2017.

En la figura 28 se observa que el 55% cuenta con asesoría de un contador; mientras que el 45% respondió que no. es claro que el papel del contador público debe ser un profesional integral en el desempeño de sus funciones, ya que en sus manos está la información contable, dar fe

pública de ella y prestar asesorías en cualquier área de su competencia. Es así como el verdadero papel del contador, teniendo en cuenta que en el centro de la información de todas las áreas de la empresa. Nómina, proveedores, accionistas, impuestos, activos fijos, inventarios entre otros. Es dejar de ser el simple tenedor de libros, mantener una mente cerrada de débitos y créditos; para convertirse en la cabeza financiera de la empresa dando un buen manejo de los recursos financieros, humanos y tecnológicos.

El 55% de los microempresarios acuden a la asesoría de un Contador Público, considerando que dicha asesoría le permite dar un buen manejo de los recursos financieros (humanos y tecnológicos), y el 45% son reacios a la responsabilidad que tiene con los organismos de control. (DIAN, Industria y Comercio, y Cámara de Comercio).

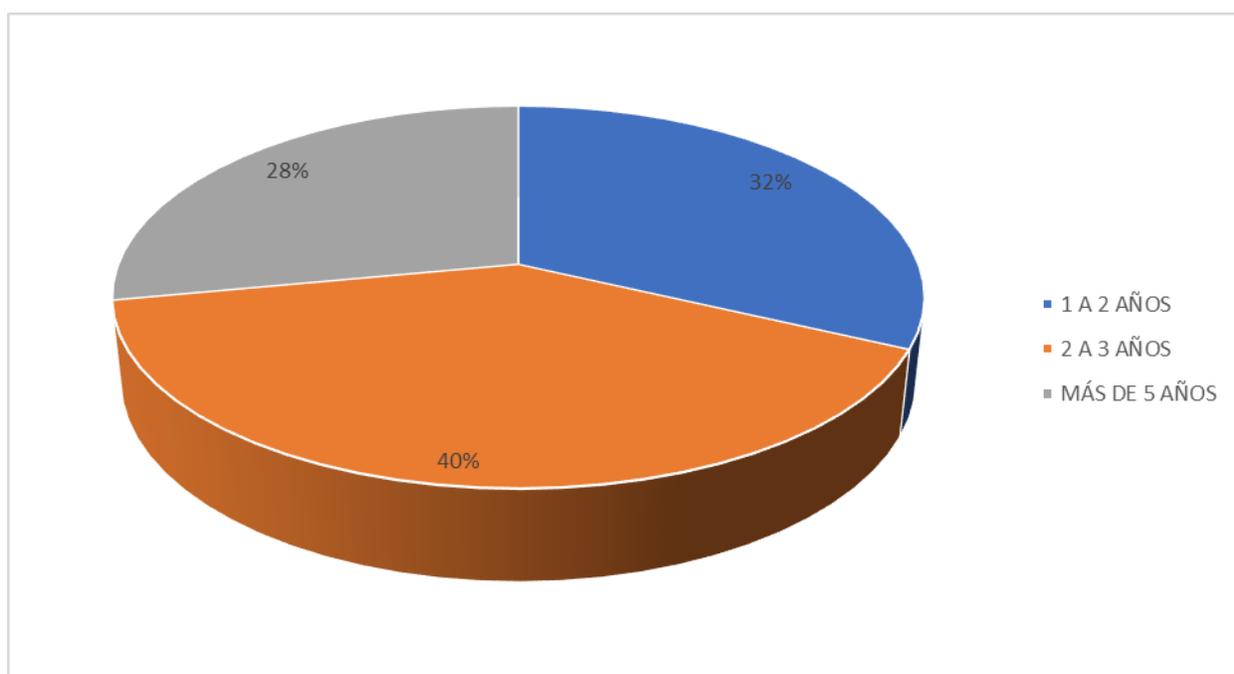


*Figura 29. ¿Declarar renta?*

Fuente: la autora. 2017.

En la figura 29 se observa que el 55% respondió que, si declara renta, mientras que el 45% considera que no es conveniente que el microempresario declare renta ya que ello le permite a la DIAN reflejar los ingresos y gastos que obtuvo el contribuyente durante su vigencia fiscal.

En ese aspecto los microempresarios tienen claro que es un documento que como contribuyentes lo exige la DIAN para conocer su estado de ingresos y egresos en un periodo gravable correspondiente (1 de enero – 31 diciembre). Por tanto, presentar su declaración de renta tiene beneficios tales como (facilidad de créditos en el mercado financiero, evitar sanciones de orden tributario el 45% se convierten en evasores de impuestos, a través de la ocultación de ingresos, simulación y exagerada de gastos deducibles aplicación de desgravaciones injustificables; conllevando a evasión tributaria o de impuestos.



*Figura 30. ¿Desde hace cuánto declara renta?*

Fuente: la autora. 2017.

A la pregunta desde hace cuánto declara renta el 32% considera que de 1 a 2 años; el 40% de 2 a 3 años y finalmente el 28% más de cinco años. Se evidencia que vienen cumpliendo en un alto porcentaje frente a las obligaciones exigidas por la DIAN.

El 32% de los microempresarios manifiestan deber entre (1 a 2 años); el 40% de (2 – 3 años); el 28% (más de 5 años). Comportamiento todos estos que muestran que no existe responsabilidad en el pago de los tributos, si se tiene en cuenta la permanencia de cada uno de las actividades que realizan, sin embargo, algunos de ellos sus ingresos no alcanzan para presentar acorde con la normatividad.