



**TÍTULO DEL TRABAJO DE GRADO
ESTUDIO DE CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR COMERCIAL DEL
CORREGIMIENTO EL LLANITO – BARRANCABERMEJA**

AUTORES

JULIO ENRIQUE MENDOZA SALINA
DIEGO FERNANDO ACEVEDO LOPEZ
REINEL DAVID GAVIRIA CARREÑO

**UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIOECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
TECNOLOGÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL
BARRANCABEMREJA
FECHA DE PRESENTACIÓN: 22-01-2020**



TÍTULO DEL TRABAJO DE GRADO
ESTUDIO DE CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR COMERCIAL DEL
CORREGIMIENTO EL LLANITO – BARRANCABERMEJA

AUTORES

JULIO ENRIQUE MENDOZA SALINA
DIEGO FERNANDO ACEVEDO LOPEZ
REINEL DAVID GAVIRIA CARREÑO

Trabajo de Grado para optar al título de
TECNOLOGÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

DIRECTOR

Rene Mauricio Peñarredonda Quintero

DIANOIA

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIOECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
TECNOLOGÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL
BARRANCABERMEJA
FECHA DE PRESENTACIÓN: 22-01-2020

Nota de Aceptación

Firma del jurado

Firma del Jurado

DEDICATORIA

Quiero dedicar este logro primeramente a Dios, por ayudarme en cada momento difícil a esforzarme y a no desmayar, por proveer de todo lo necesario para que yo pudiera sacar todo adelante. Gracias a mi padres que siempre me han apoyado en todo, que me han enseñado a valorar las oportunidades y por ser siempre un ejemplo para mí. A mis hermanos y familiares que me han dado la mano cuando lo he necesitado y a mis profesores y compañeros que también aportaron para enriquecer este proceso.

Sacrificio, esfuerzo, esmero y dedicación fueron las herramientas que me ayudaron a no declinar en este proceso, cada día, me levantaba con más ilusión de poner todo de mi parte para sacar este proceso con éxito lo que no fue tarea fácil pero tampoco imposible y hoy he culminado una importante etapa de mi vida la cual me ha dejado grande aprendizaje y herramienta para seguir creciendo personal y profesionalmente.

Julio Enrique Mendoza Salina

Dedico este proyecto principalmente a Dios por permitir que llegara este momento tan importante en mi vida, por darme la fortaleza y sabiduría para tomar las decisiones adecuadas en cada situación complicada que se presentaba, y así ir logrando mis objetivos.

A mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Mis hermanos y a mi pareja sentimental quienes me han brindado apoyo moral e impulsándome a continuar hasta lograr mis metas,

a pesar de los obstáculos del diario vivir. A los docentes que me ayudaron a formarme tanto académicamente como persona.

Diego Fernando Acevedo López

Primeramente, quiero dedicar este triunfo a Dios por permitirme llegar al lugar en donde me encuentro, gracias por la sabiduría obsequiada y por los conocimientos adquiridos en segundo lugar quiero agradecer.

A mi familia la cual siempre ha estado involucrada en mi formación de una manera directa, a mi madre en especial que ha sido una persona que siempre ha estado a mi lado en los momentos más difíciles, ha sido un camino difícil pero que me ha dejado muchas enseñanzas. Por último, a los profesores quien nos ha brindado sus conocimientos y han sido un pilar importante en mi formación.

Reinal David Gaviria Carreño

AGRADECIMIENTOS

Primeramente agradecemos a Dios que nos ha provisto de salud, inteligencia y sabiduría, por proveer los recursos económicos para poder formarnos profesionalmente, por su respaldo en todo y por permitirnos llegar a la meta alcanzada.

A nuestros familiares, que gracias a ellos, a su apoyo moral y económico, a su disposición de contar con ellos siempre sin importar las circunstancias, por sacrificar se por nosotros y ser nuestro respaldo en todo momento y que gracias a eso hemos terminado con éxito una etapa más de nuestra vida.

A la UTS por abrirnos la puertas a esta institución donde nos formamos y pudimos obtener muchos conocimientos que nos servirán a lo largo de nuestra vida personal y profesional, que dentro de ellos destacamos a nuestro director de proyecto Rene Mauricio Peñaredonda Quintero, al Coordinador Yesid García y al evaluador Juan Carlos Ramírez Silva, y demás Docentes quienes fueron guía y apoyo de este proceso de formación.

A nuestros compañeros de clase que siempre nos dieron la mano y en general a todos los que aportaron a este proyecto, les agradecemos por el apoyo brindado, gracias.

Julio Enrique Mendoza Salina
Reinal David Gaviria Carreño
Diego Fernando Acevedo López

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO.....	12
INTRODUCCIÓN.....	13
1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	15
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.2. JUSTIFICACIÓN.....	16
1.3. OBJETIVOS	18
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	18
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	18
1.4. ESTADO DEL ARTE / ANTECEDENTES	18
1.4.1. ESTUDIO INTERNACIONAL	18
1.4.2. ESTUDIO NACIONAL.....	20
1.4.3. ESTUDIO REGIONAL / LOCAL	21
2. MARCOS REFERENCIALES	23
2.1. MARCO TEORICO	23
2.1.1. TEORÍA DE LA VENTAJA COMPETITIVA.....	23
2.1.2. TEORÍA DE LA DIRECCIÓN Y SUS FUNDAMENTO CIENTIFICOS.....	27
2.1.3. TEORÍA DE LA SOSTENIBILIDAD	30
2.1.4. TEORÍA DE LA INNOVACION.....	32
2.2. MARCO CONCEPTUAL	38
2.3. MARCO LEGAL.....	40
3. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO	47
4. RESULTADOS	49
5. CONCLUSIONES	103
6. RECOMENDACIONES	106
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	110
8. ANEXOS.....	115

LISTA DE FIGURAS

Ilustración 1 ¿Cuál es el estrato de las empresas de la comuna.....	53
Ilustración 2 ¿Cuál es el sexo del gerente	55
Ilustración 3 ¿De los siguientes rangos ¿cuál es la antigüedad de la prestación del servicio de su establecimiento o negocio?	56
Ilustración 4 ¿las instalaciones donde se encuentra ubicada la empresa es?.....	58
Ilustración 5 ¿en qué condiciones considera usted que se encuentra las instalaciones de su empresa para la prestación del servicio?	60
Ilustración 6 ¿La instalación de la empresa cuenta con la iluminación adecuada para la prestar el servicio?.....	61
Ilustración 7 ¿según su criterio, la fachada del negocio	63
Ilustración 8 ¿hace cuánto tiempo realizó la última adecuación o mejoramiento de infraestructura al negocio u empresa?	64
Ilustración 9 ¿Cada cuánto realiza mejoramiento, adecuaciones y mantenimiento a la infraestructura del negocio o empresa?	66
Ilustración 10 ¿el establecimiento cuenta con un plan de contingencia para desastres o emergencias?	67
Ilustración 11 ¿Cuántos colaboradores tiene actualmente vinculados para la prestación del servicio?	68
Ilustración 12 ¿Qué modalidad de contrato aplica comúnmente en el establecimiento? ..	70
Ilustración 13 ¿con que frecuencia realiza capacitaciones a.....	72
Ilustración 14 ¿cada cuánto realiza actividades de pausas activas.....	74
Ilustración 15 ¿considera usted que el clima laboral de	76
Ilustración 16 ¿el establecimiento o negocio cuenta con personal que domina un segundo idioma?	77
Ilustración 17 ¿Cuál es el nivel educativo más alto que cuenta el gerente o administrador del establecimiento?	79
Ilustración 18 ¿utiliza medios de comunicación locales para promocionar sus servicios de recreación?.....	80
Ilustración 19 ¿El establecimiento o negocio se encuentra registrado dentro de los directorios o bases de datos en plataformas virtuales a nivel nacional?	82
Ilustración 20 ¿De los siguientes atributos, cuál tiene mayor valor para la organización en lo que tiene que ver la satisfacción al cliente?	84
Ilustración 21 ¿la organización cuenta con una base de datos de	85
Ilustración 22 ¿La empresa en los últimos 5 años ha tenido que realizar préstamos para su sostenimiento?.....	87
Ilustración 23 ¿Cuenta con servicio de datafono para pagos electrónicos?	88
Ilustración 24 ¿según la crisis económica vivida en Barrancabermeja, en qué porcentaje se ha visto disminuido las finanzas del establecimiento?.....	90
Ilustración 25 ¿el establecimiento genera informes financieros para saber la situación económica de la empresa?.....	92
Ilustración 26 ¿el establecimiento utiliza un sistema de petición, queja, reclamo o sugerencia?	93

Ilustración 27 ¿el establecimiento se encuentra acreditado en normas de gestión de calidad?	94
Ilustración 28 ¿el establecimiento cuenta con un buzón de sugerencias?	96

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Base de datos de las empresas encuestadas:	49
Tabla 2 ¿cuál es el estrato de las empresas de la comuna.....	53
Tabla 3 ¿Cuál es el sexo del gerente del establecimiento?:.....	55
Tabla 4 ¿De los siguientes rangos ¿cuál es la antigüedad de la prestación del servicio de su establecimiento o negocio?	56
Tabla 5 ¿Las instalaciones donde se encuentra ubicada la empresa es?.....	58
Tabla 6 ¿En qué condiciones considera usted que se encuentra las instalaciones de su empresa para la prestación del servicio?	60
Tabla 7 ¿La instalación de la empresa cuenta con la iluminación adecuada para la prestar el servicio?.....	61
Tabla 8 ¿según su criterio, la fachada del negocio	62
Tabla 9 ¿hace cuánto tiempo realizo la última adecuación o mejoramiento de infraestructura al negocio u empresa?.....	64
Tabla 10 ¿Cada cuánto realiza mejoramiento, adecuaciones y mantenimiento a la infraestructura del negocio o empresa?	65
Tabla 11 ¿El establecimiento cuenta con un plan de contingencia para desastres o emergencias?	67
Tabla 12 ¿cuántos colaboradores tiene actualmente vinculados para la prestación del servicio?	68
Tabla 13 ¿Qué modalidad de contrato aplica comúnmente en el establecimiento?	70
Tabla 14 ¿Con que frecuencia realiza capacitaciones a	72
Tabla 15 ¿Cada cuánto realiza actividades de pausas activas	74
Tabla 16 ¿considera usted que el clima laboral de	76
Tabla 17 ¿El establecimiento o negocio cuenta con personal que domina	77
Tabla 18 ¿Cuál es el nivel educativo más alto que cuenta el gerente o administrador del establecimiento?.....	79
Tabla 19 ¿utiliza medios de comunicación locales para promocionar sus servicios de recreación?.....	80
Tabla 20 ¿El establecimiento o negocio se encuentra registrado dentro de los directorios o bases de datos en plataformas virtuales a nivel nacional?.....	82
Tabla 21 ¿De los siguientes atributos, cuál tiene mayor valor para la organización en lo que tiene que ver la satisfacción al cliente?	83
Tabla 22 ¿La organización cuenta con una base de datos de los clientes actualizados? .	85
Tabla 23 ¿La empresa en los últimos 5 años ha tenido que realizar préstamos para su sostenimiento ?.....	87
Tabla 24 ¿Cuenta con servicio de datafono para pagos electrónicos?	88
Tabla 25 ¿Según la crisis económica vivida en Barrancabermeja, en qué porcentaje se ha visto disminuido las finanzas del establecimiento?	90
Tabla 26 ¿el establecimiento genera informes financieros para saber la situación económica de la empresa?.....	91
Tabla 27 ¿el establecimiento utiliza un sistema de petición, queja, reclamo o sugerencia?	93

Tabla 28 ¿El establecimiento se encuentra acreditado en normas de gestión de calidad?	94
Tabla 29 ¿el establecimiento cuenta con un buzón de sugerencias?	96
Tabla 30 Estrategias para la mejora de las empresas del sector comercial:	97

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo del proyecto de investigación, es desarrollar un estudio de caracterización del sector comercial del corregimiento el Llanito - Barrancabermeja en el periodo 2019, donde se realizó un diagnóstico con el propósito de determinar el estado y condición organizacional de las empresas de este sector.

Por causa de crisis económica que se viene presentando en Barrancabermeja, debido a la falta de innovación, estructuración y falta de conocimiento en la administración de las empresas del corregimiento el Llanito y por este motivo el sector presenta falencias en el desarrollo de las nuevas estrategias, crecimiento estructural y económico por lo que se realizó esta investigación.

La metodología que se desarrolló en este diagnóstico es descriptiva con enfoque cuantitativo, por cuanto que cada una de las empresas se realizó un análisis integral para poder crear y sugerir mejoras que apoyen las actividades de las empresas en el sector comercial del corregimiento el Llanito Barrancabermeja.

Este proyecto tiene como meta determinar cuáles son las principales características y rasgos principales de las empresas que hacen parte del sector comercial del corregimiento el Llanito - Barrancabermeja, con el fin de generar estrategias de mejora para el crecimiento y desarrollo empresarial que permita contar con un sector comercial estable.

PALABRAS CLAVE. Desarrollo, estrategias, Caracterización, competitividad sector comercial, productividad.

INTRODUCCIÓN

El proyecto denominado **“ESTUDIO DE CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR COMERCIAL DEL CORREGIMIENTO EL LLANITO DE BARRANCABERMEJA”** tiene como objetivo diagnosticar el estado actual de las empresas, con el fin de identificar claramente sus caracterizaciones y proponer estrategias para mejorar las estructuras organizacionales de las organizaciones del corregimiento el llanito de Barrancabermeja, para incrementar la competitividad que disminuya la crisis económica que se vive actualmente.

La propuesta nace de la necesidad por la falta de competitividad de las empresas debido a la no adaptación a la globalización causando el cierre de más de 3000 empresas desde el 2014 hasta el año 2018 esto directamente relacionado a la caída del precio del barril de petróleo a nivel internacional lo que nos da a entender otra problemática la cual es la falta de ampliación del mercado hacia nuevos productos y servicios, dentro de dicha comuna, encontramos empresas de los tres tipos que han generado más afectación según este estudio las cuales son el hotelero, comercial y de bienes y servicios. (Camara de Comercio Barrancabermeja, 2017)

El tipo de metodología que se implementó en este proyecto de investigación, es por medio de una investigación cuantitativa - descriptiva, en tanto al análisis de la caracterización de las empresas del sector comercial del corregimiento el llanito de Barrancabermeja, para lograr los objetivos propuestos se aplicó el instrumento de encuesta directa, mediante la cual se recolecto información de caracterización.

Realizando ese estudio se conocen las características, rasgos, cualidades debilidades y fortalezas de las empresas que se dedican a dicho sector, por medio

de las estrategias y acciones se buscara el crecimiento, el desarrollo, la sostenibilidad y sustentabilidad de las empresas del sector comercial que hacen parte del corregimiento El Llanito de Barrancabermeja.

1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A nivel mundial, la globalización ha influido en los mercados y por ende en las relaciones comerciales de las empresas haciendo de estas más competitivas entre ellas, aumentando las relaciones económicas entre países por medio de tratados de libre comercio, donde directamente han sido beneficiadas las grandes empresas y en un porcentaje menor las pequeñas y medianas, llevando a estas a resurgir de cualquier crisis tratando de conquistar nuevos mercados (Universidad Autónoma de Madrid, 2007)

Se han presentado grandes crisis económicas en diferentes países como Argentina, Venezuela, México, Perú, Alemania los cuales se han visto obligados a buscar nuevas alternativas para mantener la sostenibilidad económica de sus países. como ejemplo de esto, es la crisis por la que ha venido atravesando Venezuela, que registra la inflación más alta del mundo junto con una recesión que ha contraído la economía en casi el 50 por ciento desde 2013, Venezuela se ha convertido en el primer país en décadas en hacer una transición de nación de ingresos medios a una de ingresos mínimos o casi inexistentes debido a un mal manejo económico, político y social (The New York Times, 2018).

Colombia no es ajena a lo anteriormente mencionado, según (Universidad del Externado de Colombia, 2019) hemos vivido varias crisis económicas como lo es la crisis del café que se vivió en 1989, la terminación del pacto cafetero llevó a la crisis de las exportaciones en Colombia. En 1992 se presentó la crisis del Agro con motivo de la apertura liberal, para esa ocasión la producción nacional agropecuaria bajo 2.3%. En 1998 se presentó la crisis de La Casa en el Aire, con esta crisis se vio obligado a fortalecer el sistema financiero colombiano a través de la creación del 4 x 1.000 y otras medidas. En 1999 el PIB tuvo una caída del 4,5%, el Gobierno

se vio en la obligación de intervenir el sistema financiero a través de la compra de diversas entidades financieras.

En Barrancabermeja, un estudio de la cámara de comercio identificó la falta de competitividad de las empresas debido a la no adaptación a la globalización causando el cierre de más de 3000 empresas desde el 2014 hasta el año 2018 esto directamente relacionado a la caída del precio del barril de petróleo a nivel internacional lo que nos da a entender otra problemática la cual es la falta de ampliación del mercado hacia nuevos productos y servicios, dentro de la comuna de estudio, encontramos empresas de los tres tipos que han generado más afectación según este estudio las cuales son el hotelero, comercial y de bienes y servicios. (Camara de Comercio Barrancabermeja, 2017)

En relación con lo descrito anteriormente en este proyecto de investigación se tomara el corregimiento del Llanito de la ciudad de Barrancabermeja como la sección para investigar y caracterizar las empresas que forman parte del sector comercial y así plantear estrategias que permitan un considerable crecimiento, desarrollo y sostenibilidad del mismo, con la siguiente pregunta de investigación **¿Cómo caracterizar las empresas que ejercen su operación en el sector comercial del corregimiento el Llanito de Barrancabermeja?**

1.2. JUSTIFICACIÓN

La investigación a realizar va dirigida a las distintas empresas del sector comercial del corregimiento el llanito del Distrito especial de Barrancabermeja, para conocer de ellas información importante que nos servirá para el buen desarrollo de este proyecto, como lo es, sus características, ubicación, cultura organizacional, y distintos procesos con los cuales puedan crear competitividad y capacidad productiva, de tal forma que se genere una disminución a la crisis económica y

poder plantear las diferentes estrategias que permitan que estas organizaciones cuenten con las herramientas para enfrentar la exigencias del mercado en que se encuentran y mitigar el impacto de la crisis económica que se ha venido presentando en la ciudad.

Hay que resaltar; que el Distrito especial ha venido trabajando en proyectos que beneficien diferentes sectores importantes como lo son el turismo, la logística y el transporte, ya que estos mismos impulsarían la activación de otros sectores no menos importantes como el comercial, generando nuevos ingresos, empleos y mejorando la prestación del servicio.

En este sentido, la propuesta busca mantener las fortalezas actuales del sector comercial, generar estrategias de mejora para fortalecer las debilidades aplicándolas a las diferentes empresas. Por ello, es de suma importancia la propuestas innovadoras y transformadoras, contratar nuevos proveedores, reducir costos, mejorar salarios, optimizar los procesos, generar convenios, hacer contratos con otras empresas a nivel regional, nacional e internacional, todo enfocado a trabajar para ser sostenibles, competitivos y poderse adaptar a las tendencias que surgen cada día a nivel mundial las cuales aportan positivamente al crecimiento empresarial, social, cultural, y ambiental para mejorar la calidad de vida y manera de pensar de las personas.

En este proyecto de investigación se aplicaron los conocimientos adquiridos durante el programa de Tecnología en Gestión Empresarial de las Unidades Tecnológicas de Santander al mismo tiempo que se realizó un aporte al desarrollo empresarial del municipio de Barrancabermeja.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Caracterizar las empresas del sector comercial del corregimiento el Llanito del municipio de Barrancabermeja, con el fin de proponer estrategias de mejora para su fortalecimiento y sostenibilidad

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Identificar las empresas que hacen parte del sector comercial del corregimiento el Llanito del municipio de Barrancabermeja
- ✓ Realizar un estudio que permita analizar los rasgos y características más importantes de las empresas del sector comercial del corregimiento el Llanito mediante un instrumento de recolección de datos
- ✓ Proponer estrategias que permita fomentar actividades de gestión empresarial en el sector comercial del corregimiento el Llanito en el municipio de Barrancabermeja

1.4. ESTADO DEL ARTE / ANTECEDENTES

1.4.1. ESTUDIO INTERNACIONAL

El proyecto denominado “ANÁLISIS Y CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DE LOS PANELES SOLARES EN CHILE” fue realizado por estudiantes de la Universidad de Chile para optar el título del programa de Ingeniería Civil Industrial cuyo objeto es analizar y caracterizar el mercado de los paneles solares en el país para conocer las oportunidades de negocio y proyectar el mercado a mediano plazo. El precio de los combustibles ha experimentado una fuerte alza estos últimos años.

El petróleo, por ejemplo, ha aumentado en 6 veces su valor nominal desde el año 1991 a mediados de 2008; Además, se tiene que Chile presenta una fuerte dependencia energética debido a la creciente necesidad de importar petróleo, derivados y gas natural para satisfacer su demanda interna y mantener su nivel de crecimiento económico.

Más de un 50% de la energía consumida en el país es proveniente del petróleo crudo y gas natural y sobre un 60% corresponde a importaciones. Por lo demás, Chile se ha visto ante problemas de suministro e inestabilidad de los insumos energéticos. Es por esto que el gobierno ha emprendido medidas para diversificar su matriz energética, recurriendo a nuevos recursos energéticos, como son las energías renovables, entre las que se encuentra la energía solar.

Los métodos utilizados fueron cuantitativos y cualitativos en cuanto a las fuentes de información aplicadas están las primarias y secundarias, y las técnicas e instrumentos que se consideraron para recopilar la información como son el método DELPHI y regresiones matemáticas con el fin de pronosticar la demanda de paneles solares tanto térmicos como fotovoltaicos y conocer el potencial de crecimiento de este mercado en Chile.

Para sustentar el trabajo de investigación o se estudia la factibilidad económica de la utilización de la energía solar en el sector residencial para paneles solares térmicos y fotovoltaicos en diferentes escenarios y regiones del país, su período de recuperación de capital, tasa interna de retorno y valor actual neto, para estudiar así cuán competitiva es esta fuente alternativa de energía en Chile en comparación con la utilización de gas licuado o electricidad.

También se realiza una caracterización de la oferta y la demanda en Chile mediante encuestas realizadas a las empresas chilenas vinculadas a la producción y venta

de paneles solares y con información de la aduana a modo de obtener datos relevantes que permitan diagnosticar la situación actual en el país, conocer las características de las empresas, los principales sectores que demanda paneles solares, la superficie instalada que se tiene en el país y de esta forma tener la información para realizar los análisis del mercado. Con dicha información se da lugar se puede concluir que el mercado de los paneles solares en Chile tiene un gran potencial de crecimiento y existen numerosos sectores de alta rentabilidad que aún no han sido explotados.

Es necesario realizar mejores esfuerzos de marketing, tales que permitan aprovechar mejor el negocio de la energía solar en todas las zonas del país donde es rentable su utilización. (Universidad de Chile, 2009)

1.4.2. ESTUDIO NACIONAL

El proyecto denominado “CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LOS MICROEMPRESARIOS EN EL BARRIO CIUDADELA SAN ANTONIO DEL MUNICIPIO DE VILLAVICENCIO EN EL 2014” fue realizado por los estudiantes de la universidad Santo Thomas para optar el título del programa de Administración de Empresas Agropecuarias cuyo objeto es representar, a través de un estudio, la participación de actores influyentes en una zona considerada polo de desarrollo en el mediano plazo.

La forma de participar es mediante la creación de unidades productivas consideradas microempresas debido a la estructura empresarial con que cuentan y, por supuesto, el poco personal que interviene en las labores diarias. Los índices económicos presentados en este trabajo, demuestran que es un mercado a menor escala, pero con gran relevancia por ser una zona tan alejada del centro de la

ciudad, y aun así busca abastecer y satisfacer las necesidades básicas de los grupos familiares en la zona.

El resultado del trabajo realizado es la visión de la situación actual de los integrantes y gestores de las diversas microempresas que ejercen actividades de funcionalidad en la zona de estudio. En el trabajo podrá encontrar un completo análisis empresarial de cada característica que identifica a cada microempresario y su respectiva unidad productiva. Con el fin, que cualquier lector pueda obtener información semejante a la realidad, se comparan las coyunturas que predominan en el Barrio Ciudadela San Antonio, en la Ciudad de Villavicencio capital del Meta.

Para concluir, el estudio realizado debe permitir que la información obtenida sea clara y concisa en la toma de decisiones de entidades gubernamentales en la búsqueda de nuevas oportunidades y proyección en la creación de microempresas bajo la formalidad y naturalmente para generar fuentes de empleo. (Universidad Santo Thomas de Aquino, 2015)

1.4.3. ESTUDIO REGIONAL / LOCAL

El proyecto denominado “SECTOR TURISMO ESTUDIO DE IDENTIFICACIÓN DE SECTORES ESTRATÉGICOS EN LA GENERACIÓN RÁPIDA DE EMPLEO Y ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS.” Fue realizado por el Centro de Estudios Regionales del Magdalena Medio. Cuyo objeto es identificar posibles rutas de empleabilidad que permitan dinamizar la economía del municipio, a través del análisis de la cadena de valor de las actividades priorizadas por ser estratégicas en la generación de empleo y/o encadenamientos productivos en Barrancabermeja.

En el transcurso del tiempo se han identificado aspectos positivos o negativos que han beneficiado de forma directa o indirecta al sector turismo, se deben

principalmente a las conexiones con el sector ancla, es decir, el sector petrolero. Existen varias desventajas para el sector turístico, una de ellas es la ausencia de una marca de ciudad y peor aún, la visión que tienen a nivel nacional y mundial de la ciudad y la región, respecto de la historia de violencia. Otra desventaja son los altos precios de bienes y servicios en razón a la distorsión del mercado por ser una ciudad petrolera; y por último, las artesanías y agencias de viaje por ser microempresas han sido golpeadas por la normatividad vigente, por no tener el capital para solventar los cambios necesarios.

La ciudad cuenta con buena oferta de restaurantes, hoteles y atractivos turísticos naturales y empresariales, tiene un sólido sector financiero que puede apalancar el desarrollo del turismo, a la vez que tiene personal calificado que puede enfrentar los retos que se presenten ante la consolidación de la actividad turística en Barrancabermeja. Además cuenta con la voluntad de los actores sociales, públicos, privados y la academia, de cambiar de dirección y cuenta con avances en la capacidad de asociación de muchos de los participantes de la cadena productiva. (Centro de Estudios Regionales , 2017)

2. MARCOS REFERENCIALES

2.1. MARCO TEORICO

2.1.1. TEORÍA DE LA VENTAJA COMPETITIVA

“La ventaja competitiva ha sido una revolución de la información y de las teorías económicas; sin lugares a dudas ha actuado un cambio fundamental en el concepto que cada gerente de empresa tiene del papel de los sistemas de información. Antes de las teorías de Porter, la información se consideraba un factor entre otros en el proceso que determina los negocios. Ahora por contra hay un creciente reconocimiento del valor de la información como factor determinante en las dinámicas económicas. Por otra parte, gracias a las teorías de Porter se ha reconocido que la información posee un alto potencial y que por lo general es menospreciada frente a su real valor, así que debe ser tratada como un recurso que cada organización podría y debería utilizar en su rubro de negocio.”

La ventaja competitiva introducida por Porter guarda una relación estricta con el concepto de valor que en muchos casos podemos sustituir al concepto tradicional de costo en términos de planificación empresarial. Las dos preguntas fundamentales en que se enfoca la ventaja competitiva son:

¿Cuál es el valor rentable a largo o mediano plazo para un dado tipo de empresa?
¿Cómo puede cada género de empresa asegurarse de producir y perpetuar este valor?

Esta es la respuesta de (Porter M. , La Ventaja Competitiva Según Michael Porter, 1985) en términos del todo generales:

“La ventaja competitiva crece fundamentalmente en razón del valor que una empresa es capaz de generar. El concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecen precios más bajos en relación a los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados. (...) Una empresa se considera rentable si el valor que es capaz de generar es más elevado de los costos ocasionados por la creación del producto. A nivel general, podemos afirmar que la finalidad de cualquier estrategia de empresa es generar un valor adjunto para los compradores que sea más elevado del costo empleado para generar el producto. Por lo cual en lugar de los costos deberíamos utilizar el concepto de valor en el análisis de la posición competitiva”.

Plan para lograr una ventaja competitiva.

Para que una empresa logre una real capacidad de generar valor a largo plazo su estrategia empresarial debe enfocarse en trazar un plan de ventaja competitiva sostenible en el tiempo. Según Porter dos son los tipos de ventajas competitivas que se pueden observar en el mercado:

El liderazgo en costos, o sea la capacidad de realizar un producto a un precio inferior a nuestros competidores;

La diferenciación del producto, o sea la capacidad de ofrecer un producto distinto y más atractivo para los consumidores frente a los productos ofrecidos por nuestros competidores.

Las tres estrategias para lograr una ventaja competitiva

Como consecuencia directa de estos dos tipos de ventajas competitivas, Porter habla de tres 3 estrategias competitivas genéricas que se pueden aplicar a cualquier rubro empresarial; las estrategias que se pueden poner en acto, generalmente por

separado pero en algunas circunstancias también en conjunto, según los casos, para asegurarnos el crecimiento del valor de nuestra empresa, son las siguientes:

El liderazgo en costos, que es la estrategia más intuitiva y representa una oportunidad si la empresa está capacitada para ofrecer en el mercado un producto a un precio inferior comparado a la oferta de las empresas oponentes. Este tipo de estrategia requiere una atención prioritaria finalizada a reducir los costos de producción, lo que se puede lograr con distintos medios, por ejemplo: - acceso privilegiado a las materias primas- oferta de un número mayor de productos en el mercado, ya que a mayor producción corresponde un menor costo per cápita- mayor eficiencia en las faenas que conlleva la producción, como puede ser un sistema de piezas obtenidas con máquinas en comparación con la producción manual- un diseño del producto capacitado para facilitar su producción

La diferenciación, que constituye una opción atractiva para empresas que quieren construirse su propio nicho en el mercado y no apuestan necesariamente a un elevado porcentaje de consensos en términos generales, sino en compradores que buscan características peculiares del producto distintas a las que ofrecen las empresas oponentes. Algunas buenas actuaciones de la estrategia competitiva de la diferenciación pueden ser:

Materias primas de mayor valor frente a los productos en el mercado- un servicio al cliente más específico y capacitado para proporcionar más seguridad a los compradores en el tiempo

Ofrecer un diseño del producto exclusivo que sea un atractivo muy fuerte para los clientes. Es importante destacar que la diferenciación es una estrategia de alto costo y que siempre puede surgir otra empresa que se diferencie de la misma forma, en el caso se recae en una estrategia de liderazgo en costos.

Sin embargo mientras éste último no permite a dos empresas oponentes de afirmarse con igual fuerza en el mercado, con la diferenciación dos empresas del mismo rubro que apuestan en características distintas para sus productos podrían lograr ambas un buen resultado en el mercado.

3. El enfoque, que consiste en especializarse en un dado segmento del mercado y en ofrecer el mejor producto pensado expresamente para los reales requerimientos de nuestro segmento. Ejemplos concretos de enfoque pueden ser:- una categoría especial de potenciales compradores- un área geográfica específica- un segmento particular de la línea de productos

Queda claro que cada estrategia puede asegurar una ventaja competitiva sostenible solamente hasta cuando el mercado reaccione de forma eficaz a nuestra estrategia. En cuanto se presente una empresa capaz de ganar terreno y cambiar nuestra posición de supremacía deberemos forzosamente recurrir a otra estrategia o bien cambiar los términos de la que hemos elegido para asegurarnos de no dejarnos derrotar por nuestros competidores.

Aplicar las tres estrategias ilustradas arriba al mismo tiempo en términos absolutos resulta imposible para cualquier empresa, y como regla general es importante que el plan empresarial considere cuál estrategia quiere poner en acto como prioritaria. Pero pueden darse casos específicos en los cuales podremos beneficiar de más de una estrategia. Porter nos habla de tres circunstancias en las cuales podremos aplicar en conjunto la diferenciación y el liderazgo en costos:

En el caso que los competidores resulten muy ineficientes en sus planes de empresa

En el caso que nuestra empresa pueda contar con alguna tecnología exclusiva que no esté al alcance de nuestros competidores

En el caso que exista una fuerte posibilidad de coordinar estrategias comunes entre distintas empresas del mismo rubro, como cuando hay una participación societaria similar en empresas distintas que de hecho ya no se pueden considerar oponentes.

Porter le otorga un papel de primer nivel a las tecnologías en el desarrollo empresarial, con especial referencia a las tecnologías de la comunicación, que se pueden aplicar con excelentes resultados a cualquier rubro de negocio y que constituyen un valioso aporte a la estrategia competitiva. De la correcta utilización de las nuevas tecnologías de la comunicación podemos obtener varias ventajas, como entre otras:

- ✓ Mejor control de nuestro plan empresarial
- ✓ Mejor programación de la empresa
- ✓ Mejor posibilidad de llevar a cabo investigaciones de mercado efectivas
- ✓ Mejor capacidad de gestión producto de una medición más exacta del mercado (Porter M. , La Ventaja Competitiva según Michael Porter, 1985)

2.1.2. TEORÍA DE LA DIRECCIÓN Y SUS FUNDAMENTO CIENTIFICOS.

Al hablar de las primeras teorías que trataron acerca de la dirección y sus procesos en las organizaciones, es necesario recurrir a la administración, ya que la dirección está constituida dentro de esos elementos, es por ello que Robbins y Coulten (1996), definen la administración como el proceso de llevar a cabo las actividades de la empresa eficientemente, con la colaboración de las personas pertenecientes a la organización. Donde enfoca la eficacia, como el medio para lograr un determinado objetivo y la eficiencia se hace realidad, cuando se logran esos objetivos, con el menor esfuerzo y el mayor ahorro de tiempo y dinero. También establecen las actividades del proceso de la administración, las cuales la dividen en: planear, organizar, direccional y controlar.

El proceso de dirección, está ligado de manera directa de cómo se alcanzan las metas de la empresa, para Loperena, Gantú y Gómez (2005), la función administrativa de dirección, constituye el proceso de influenciar a las personas para que puedan cumplir con los objetivos de la empresa, señalan que la función de dirigir, es mantener las condiciones y el clima organizacional adecuado para que los individuos trabajen en conjunto a favor de las metas y misión de la empresa, de nada sirve contar con una excelente planeación y organización, sin una verdadera orientación y coordinación del trabajo, por parte de la dirección; de allí se desprende que la misma sea considerada unas de las funciones administrativas de mayor relevancia.

La administración y la dirección, se concibe hoy en día, como el resultado de numerosos aportes de filósofos, economistas, psicólogos, estadistas y empresarios, que fueron publicando sus obras y teorías a lo largo de la historia. La administración y la dirección moderna, coinciden y utilizan preceptos de otras ciencias, como la psicología, la sociología, estadística, el derecho y otras, ya que existió la participación de un gran número de profesionales e investigadores de otras ramas, que aportaron sus conocimientos en pro de la configuración de la administración y la dirección como ciencia.

Para Chiavenato (1987), la historia antigua ya daba signos de organización, planeación y dirección, ya que los egipcios, los chinos y romanos, dieron verdaderas señales de estos planteamientos de la administración, al organizar, planear y dirigir grandes cantidades de personas, para erigir extraordinarias obras de arquitectura, que perduraron hasta nuestros días.

En esa época, la técnica jugó un importante papel en el desarrollo de grandes obras, ya que su nivel de avance era prominente, sin embargo, el conocimiento científico no estaba presente, aunque ya para la época era notorio, las nociones que se tenían en sistemas de dirección y organización para la construcción de grandes obras. En este mismo orden de ideas, Núñez, señala que, en las antiguas civilizaciones como china, Egipto y los incas, existió un notable desarrollo de la técnica y ausencia de conocimiento científico.

La administración y la dirección antigua, recibieron mucha influencia por parte de los filósofos de la época, como Platón (429 a.C – 347 a.C), el cual mantuvo la preocupación por los problemas políticos y sociales del pueblo griego, así como también en su obra "La República", saca a relucir su trabajo referente a las formas democráticas del gobierno y sus aportes referente a la administración pública. Aristóteles (384 a.C – 322 a.C), realizó significativos aportes al campo de la filosofía, como la cosmología, la gnoseología y la metafísica, permitiendo avanzar en el conocimiento humano de la época, en su obra "La Política", estudia la organización del estado y hace énfasis en tres tipos de administración pública: el gobierno monárquico, aristocrático y democrático.

René Descartes (1596-1650), padre la filosofía moderna, que despunta con el método cartesiano, en la cual uno de los principios consistía, en determinar la verdad de las cosas con evidencias contundentes, estableció la necesidad de fragmentar el objeto de investigación en el mayor número de partes, con la finalidad de encontrar variadas alternativas de estudio, apporto el principio de descomponer un problema o dificultad en diferentes partes, para darle solución separadamente. Todos estos aportes en el campo de la administración formaron parte de métodos empíricos, que se basaban en interpretaciones de la realidad de cada pensador, es así como Guardon y Pentón agregan, que el conocimiento empírico intencional está

basado en obtener nuevos resultados a partir de experiencias anteriores o en base a la intención de obtener el conocimiento, a partir de interpretaciones. Cabe agregar, que la filosofía moderna dejó de tener influencia en la administración y sus componentes, alejándose de los problemas organizacionales, dando paso a otros estudiosos de la ciencia, no en el campo de la filosofía.

Tal como se observa, la ciencia en el área de la administración no influyó de manera directa para construir postulados y teorías, solo es a principios del siglo XX, donde la administración empieza a dar sus primeros pasos, para introducirse dentro del trabajo científico. (CHIAVENATO B. , 1993)

2.1.3. TEORÍA DE LA SOSTENIBILIDAD

“La teoría desarrollista, se ha venido apartando de la visión puramente economicista, para establecer una clara subordinación, del crecimiento económico, a los objetivos del desarrollo, donde el crecimiento económico, no debe ser el fin, de las políticas de los países, sino el medio, que facilite el desarrollo de los seres humanos. Además, con una política adecuada, la incorporación de nuevas tecnologías y la mejora del capital humano, se puede conseguir, que la protección del medio ambiente, no tenga costos agregados, en términos de crecimiento y empleo, en el corto plazo. Igualmente, la protección del medio ambiente, se convierte en un argumento, para potenciar, los procesos de liberación y el incremento de la competencia, en los mercados de productos y de capitales, así como, la flexibilización del mercado de trabajo, procurando con ello, que las próximas generaciones, vivan en un mundo de continuo crecimiento, cuyo desarrollo económico, se dé en un ambiente intacto, con calidad de vida y cohesión social. Por lo que, debe establecerse un compromiso global desde todos los niveles de la actuación social, a fin de trazar los lineamientos que permitan configurar un cambio social, económico, político y ambiental.

Se observa claramente, que la sostenibilidad, es un determinante central del tipo de desarrollo que el BID se propuso fomentar desde su creación, pues proporciona beneficios económicos y sociales duraderos. Ahora bien, para lograr los objetivos generales del Banco en cuanto a catalizar crecimiento económico, reducir la pobreza y promover la equidad social, se requiere actuar de acuerdo con los principios de la sostenibilidad. En relación a esto, el BID, reconoce tres dimensiones críticas de la sostenibilidad: La sostenibilidad económica, la cual, se refiere a aquel desarrollo económico, que se traduce en aumentos de largo plazo del bienestar financiero, y la estabilidad económica, tanto a nivel de las empresas como de los hogares. La sostenibilidad ambiental, la cual, comprende aquellas acciones humanas, que mantienen la capacidad de los ecosistemas, para producir el rango de bienes y servicios de los cuales dependen todas las formas de vida.

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID), y el Programa de Naciones Unidas (PNUD), señalan que el concepto de desarrollo sostenible involucra los siguientes aspectos:

- ✓ El desarrollo sostenible, implica que la calidad medioambiental mejora el crecimiento económico, a través de varias formas: mejorando la salud de los trabajadores, creando nuevos empleos en el sector medioambiental y creando empleos en el sector dedicado a combatir la contaminación;
- ✓ El desarrollo sostenible acepta que, de todos modos, deberán existir algunos trade – offs si se contempla un concepto restringido de crecimiento económico, en donde se destaca el hecho que el crecimiento, está en conflicto con el medio ambiente, porque se pone poco esfuerzo en integrarlo dentro de las inversiones de capital y de otras decisiones de producción. De ambas cuestiones se resalta el hecho que no se pretende cuestionar si se

crece o no, sino de cómo se crece. En este proceso, los economistas neoclásicos, consideran, que mediante la innovación tecnológica, se puede reducir el consumo energético, o salvar recursos, al tiempo que continuar el proceso de crecimiento.

De acuerdo con lo anterior, el desarrollo sostenible, modifica el enfoque del crecimiento económico basado en las medidas y en los elementos tradicionales de la economía. De igual manera, se critica la utilización del Producto Interno Bruto (PIB), como una medida básica, para calcular el crecimiento económico, porque éste, tiende a desviarse de uno de sus propósitos fundamentales, que sería reflejar el nivel de vida de la población, lo que se consideraría como desarrollo económico el cual implica expandir o realizar las potencialidades y llegar en forma gradual a un estado más completo, mayor o mejor para toda la sociedad” (Iparraguirre, 2009)

2.1.4. TEORÍA DE LA INNOVACION

Schumpeter (1942), entendió la innovación como una de las causas del desarrollo económico, como un proceso de transformación económica, social y cultural, y la definió como: la introducción de nuevos bienes y servicios en el mercado, el surgimiento de nuevos métodos de producción y transporte, la consecución de la apertura de un nuevo mercado, la generación de una nueva fuente de oferta de materias primas y el cambio en la organización en su proceso de gestión.

En los diferentes intentos por clasificar las innovaciones, Freeman (1971), ubicó una escala de cinco puntos para diferenciar las innovaciones, en: sistémicas, importantes, menores, incrementales y no registradas, y Abernathy y Clark (1985) por su parte, utilizaron cuatro categorías. Sin embargo, la gran mayoría de los autores se han acogido a la categorización presentada por Schumpeter (1944, pag 72-74), la cual propone dos conceptos de innovación: incremental y radical.

Schumpeter en su clasificación, consideró más importantes las innovaciones radicales, ya que asegura que las innovaciones incrementales que establecen mejoras de producto, proceso o sistema de gestión, caen bajo el análisis estático debido a que no rompen lo que se tiene definido hasta el momento, a pesar del grado de novedad que desarrollan; mientras que las innovaciones radicales, posibilitan los cambios revolucionarios y las transformaciones decisivas, ya que suponen aportes novedosos y totalmente distintos en la sociedad y en la economía, a pesar de que representan un mayor riesgo e inversión.

Schumpeter (1944, pag 84) considera que las innovaciones radicales, no se dan espontáneamente, sino que deben ser promovidas por lo que él denomina el empresario innovador (1) . Adicionalmente, algunos autores como Knight (1967), Utterback y Abernathy (1975), Damanpour y Gopalakrishnan (2001) han catalogado dentro del concepto de innovaciones radicales las innovaciones tecnológicas de producto, las cuales se dan por cambios en el diseño, en la fabricación, en la comercialización o en la mejora del mismo, a partir de las necesidades del cliente; así como las innovaciones tecnológicas de proceso, que se generan al implementar nuevos procesos de producción o modificaciones a los ya existentes con el fin de mejorar la eficiencia, incorporando nuevas tecnologías tanto de materias primas, insumos, métodos de trabajo y flujo de trabajo; y las innovaciones en sistemas de gestión, responden a aquellas que se hacen a la estructura de la organización y al proceso administrativo.

Mensch (1975), Utterback (1979) y Freeman y Perez (1988), retoman esta definición, pero en el caso de Mensch y Uttrback, definen la innovación radical como aquella que requiere una nueva fábrica y/o un mercado para su explotación, y posteriormente Freeman y Perez agregan a esta definición los requerimientos en

entradas y salidas; mientras que, las innovaciones incrementales sólo requieren las mejoras en las salidas ya existentes.

Dosi (1988) para quien el proceso innovador es definido como “la búsqueda y el descubrimiento, la experimentación y adopción de nuevos productos, nuevos procesos de producción y nuevas formas organizacionales”, considera que son necesarias más entradas formales al modelo de innovación, las cuales normalmente provienen del sistema de I+D, e incorpora el concepto de paradigma tecnológico, como respuesta a la forma como se solucionan los problemas tecnológicos. Para esto diferencia dos fases, la fase pre paradigmática y la paradigmática; en la cual explica que en la fase pre paradigmática los aspectos científicos y tecnológicos no están aún desarrollados, mientras que en la fase de cambio paradigmático se generan las innovaciones radicales en donde se producen rupturas en los procesos y productos, permitiendo el surgimiento de nuevas empresas.

Por su parte Cooper (1990), presenta el proceso de innovación como un sistema complejo y lo enfoca desde la perspectiva del éxito de las estrategias de la innovación de productos, a través de lo que él define como dos procesos independientes y paralelos: un proceso de desarrollo y otro de evaluación. Con esto lo que propone Cooper es analizar el proceso de la innovación bajo una perspectiva estratégica. Por su orientación hacia la innovación de producto, desarrolló uno de los modelos de innovación mas difundidos en el mundo, para el cual se basó en los planteamientos de Booz, Allen y Hamilton (1968), al cual se ha denominado Stage-Gate System (SGC), y define una serie de fases, que inicia en la generación de la idea y termina en la comercialización del producto.

Después de los 90s, se han suscitado otras tantas definiciones, que a pesar de retomar algunos de los elementos citados hasta la fecha, hacen algunas variaciones

como es el caso de la Confederación de Industrias Inglesas (1992) que precisa: “Innovación es el éxito de la explotación de nuevas ideas.

La relación entre sí, y la tecnología con los elementos comerciales de gestión, mercadeo y conocimiento”; así como Nick Waterman (1998): “La innovación cuando tiene éxito, es un cambio a mejor”; mientras que la Industria de Canadá, en Innovando Para El Éxito: Una Guía Práctica Para Las Pequeñas Empresas (1998), define: “La innovación es un nuevo mejorado procedimiento, producto o servicio. La innovación tiene tanto que ver con la forma con la que las empresas hacen negocios como con lo que éstas ofrecen a los consumidores. La innovación afecta a cualquier aspecto de la empresa: tecnología como operaciones financieras, investigación y desarrollo, procesos de fabricación, red de ventas o soporte post- venta”.

Y dentro de este recorrido histórico sobre el tema de innovación, el manual de Oslo de la OCDE (1997), en su segunda versión define la innovación como la introducción en el mercado de productos tecnológicamente nuevos o mejorados, así como la utilización de métodos de producción con mejoramiento tecnológico..., y que lo han realizado por un período determinado. Sin embargo, vale la pena aclarar que esta definición en el manual ha sido mejorada en sus versiones posteriores y serán citadas más adelante en el presente documento.

- ✓ **Los modelos de innovación:** La dificultades que existen en el desarrollo de un modelo de innovación están dadas porque apenas se pueden preestablecer unas pautas a seguir, ya que existen una serie de inconvenientes como los límites temporales, las características del contexto (lo que en un lugar se considera una innovación, en otro no lo es), la interacción desconocida entre diferentes variables, la influencia de las personas e inclusive sus planteamientos ideológicos y los límites geográficos relativos. Apesar de esto se han definido dos modelos de innovación que han

sido los más utilizados y se han denominado el modelo lineal y el modelo “demand pull”.

- ✓ **Modelo lineal:** A partir de la segunda guerra mundial, se adoptó el “Modelo lineal de innovación” o “Science Push”, con su énfasis en la oferta del conocimiento científico, el cual expone que la ciencia conduce a la tecnología y está a su vez transforma la ciencia básica en aplicaciones comerciales que buscan satisfacer las necesidades del mercado o dicho de otra forma: la investigación básica conduce a la “invención” y luego a la innovación, considerada ésta como una primera comercialización, para pasar más tarde al mercado. De acuerdo con Horacio Viana y María A. Cervilla (2004), “en este modelo se asume que las invenciones –medidas a través de las actividades de patentamiento- son un producto intermedio de las actividades de I & D, y que la naturaleza de una innovación permanece igual a lo largo del proceso de difusión”.

Horacio Viana y María A. Cervilla (2004), afirman: “Si bien es cierto que el “modelo lineal de la innovación” ha tenido una fuerte justificación en sectores muy relacionados con la ciencia, en los cuales la investigación básica ha hecho posible innovaciones radicales, una serie de trabajos, con una visión más amplia en relación con la actividad de innovación, han demostrado otros importantes aportes de la ciencia a la tecnología”, la dificultad está en que la ciencia básica no siempre genera innovación al mercado.

Este modelo ha tenido también algunos opositores, como Edquist y Hommen, (1999, pag 63-79), que basan su crítica en la simplicidad del mismo; de igual forma Tessa Goverse (2003) argumenta que este modelo no incorpora mecanismos de reacción en el proceso, donde se presentan defectos o fallos esenciales que no se tienen en cuenta y no se controlan.

El éxito de ese modelo, se basa en que permite limitar el riesgo del mercado en su interacción con la innovación.

- ✓ **Modelo “demand pull” o enlaces de cadena:** Existe un segundo modelo de innovación propuesto por Schmookler (1966), denominado “Demand Pull”, centrado en la demanda del mercado, la cual se soporta en la línea de pensamiento de ortodoxia-neoclásica, que se basa en explicar que tanto las innovaciones como las invenciones son dadas por el mercado (los clientes). Para explicar su teoría, Schmookler utilizó los datos de patentes e inversiones, para demostrar la relación entre innovación e inversiones y entre inversiones y fuerzas del mercado. En este aspecto, es necesario aclarar que a pesar de que la demanda es muy importante en la generación de innovaciones, el comportamiento de la demanda en cada empresa es diferente en cuanto a la cantidad realizada en un período determinado y a la inversión, ya que algunas empresas deben basar su innovación en productos, mientras en otras deben basarla en procesos.

Es por esto que aunque las innovaciones se clasifiquen en radicales e incrementales, surge otra tipo de clasificación de acuerdo a su objeto, diferenciadas en producto y proceso: la innovación en producto contempla adicional a la fabricación y comercialización de nuevos productos, las mejoras a las versiones de los productos ya existentes; mientras que las innovaciones en proceso, se refieren a la instalación de nuevos procesos para mejorar la productividad o la racionalización de una empresa, ya sea para la fabricación de nuevos productos o para mejorar la eficiencia de los productos existentes. (Technica, Scientia et, 2009)

2.2. MARCO CONCEPTUAL

Administración: es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales. Asimismo, la administración es la ciencia social que tiene por objeto el estudio de las organizaciones y la técnica encargada de la planificación, integración y control de los recursos. (Chiavenato, Introducción a la Teoría General de la Administración , 2004)

Calidad Total: Es estar en forma para el uso, de los puntos de vista estructurales, sensoriales, orientados en el tiempo, comerciales y éticos en base a parámetros de diseño, calidad de cumplimiento, de habilidad, seguridad del producto y servicio en el campo, caracterizada por una actitud permanente encaminada a la mejora continua de la calidad y que supone un cambio cultural que afecta e involucra a todos los niveles y colectivos de la empresa. (Juran, 2001)

Cliente: Según The Chartered Institute of Marketing (CIM, del Reino Unido), el cliente es "una persona o empresa que adquiere bienes o servicios (no necesariamente el Consumidor final)"

Comercio: Tenemos que la actividad socioeconómica en intercambio de bienes y/o servicios para uso propio, venta o transformación por un precio o producto de igual o mayor valor, según Valentin de Foronda «En el comercio es donde se verifican prodigiosamente todas estas cualidades, pues aumenta la población, destierra la ociosidad, suaviza las costumbres, mitiga los trabajos inseparables de la humanidad y demanda la opulencia, o por mejor decir, el manantial de las prosperidades.» (Universidad Católica los Angeles de Chimbote, 2017)

Competitividad: es determinada por la productividad, definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de capital; el objetivo principal de la

competitividad es crear ventajas comparativas que permitan sostener y mejorar la posición que tenga la empresa en el entorno socioeconómico al que pertenezca y enfatizar en ellas en el momento de crear y ejecutar iniciativas de negocios. (Porter M. , 1990)

Eficacia: Es la capacidad de realizar o conseguir un objetivo determinado tras la realización de una acción cumpliendo los estándares de calidad para lograr así la efectividad siendo un incremento de mejoras producido por la eficacia y la eficiencia; comparativa entre lo planteado y lo real alcanzado. (MARLAINE, 1998)

Eficiencia: Es la capacidad de realizar o conseguir un objetivo determinado tras la realización de una acción utilizando los recursos o medios de manera racional (Rentabilidad/Coste Beneficio). La eficiencia de la organización se logra con: personas y recursos de naturaleza tangible e intangible propios de las diferentes redes de flujo de las organizaciones. (MARLAINE, 1998)

Empresa: Es una entidad que, mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporcionan bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados. (CHIAVENATO I. , 2004)

Organización: Proporciona todas las cosas útiles al funcionamiento de la empresa y puede ser dividido en organización, material y organización social. Construye una estructura dual (material y humana) para conseguir los objetivos generales. Analiza y estudia cada uno de los niveles jerárquicos, su función y su método de trabajo. (FAYOL, 1916)

Planeación: Significa calcular el porvenir y prepararlo; prever ya es obrar. Se manifiesta a través de un programa de acción, o sea la línea de conducta a seguir, los medios que se han de emplear. La planeación logra que las organizaciones

tengan mejores estrategias, usando un enfoque sistemático, fijar un curso concreto de acción, estableciendo principios que permitirán orientarnos; considerando la planeación como una función administrativa que permite la fijación de objetivos, metas, políticas, procedimientos y programas para ejercer la acción planeada. (FAYOL, 1916)

Productividad: Es una expresión de la fuerza productiva y da cuenta del momento cualitativo del proceso de producción. La fuerza productiva expresa la capacidad de producción, mientras la productividad expresa la calidad. Así mismo la productividad también puede medirse en función de tiempo, esto quiere decir que mientras menos tiempo se emplee en obtener un producto determinado, se puede considerar que el sistema es más productivo. (RAMIREZ)

Sostenibilidad Empresarial: Es el proceso mediante el cual una empresa es capaz de aprovechar sus recursos a fin de satisfacer necesidades actuales sin comprometer las capacidades de las generaciones futuras. Esto va más allá, propone un cambio en el modelo empresarial porque no se trata hacer las cosas menos mal sino mejor y desde dentro de la organización. (REVISTA DE ESTUDIOS AVANZADOS DE LIDERAZGO , 2014)

2.3. MARCO LEGAL

LEY N° 1253 27 DE NOVIEMBRE 2008. POR EL CUAL SE REGULA LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES.

EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA DECRETA:

Artículo 1°. Importancia de la Productividad y Competitividad: El desarrollo científico y tecnológico de un país permiten una mayor capacidad competitiva lo que a su vez facilita la incorporación de Colombia en la economía global y el mejor desempeño exportador, lo que es un requisito esencial para el desarrollo económico

del país y de sus regiones y facilita el mejoramiento del nivel de vida de la población. El Estado otorgará especial atención al desarrollo de una estrategia de largo plazo en este campo, y las diferentes ramas del poder público tendrán presente el impacto de sus decisiones en el fortalecimiento de dicha estrategia.

Artículo 2°. Formulación de la Política Nacional para la Productividad y Competitividad: El Gobierno Nacional velará por que la formulación y ejecución de políticas y programas que tengan impacto en la productividad y competitividad se desarrolle mediante la adecuada coordinación de las entidades del sector privado, la academia y el sector público y definirá Indicadores que midan su evolución a nivel nacional y regional.

Artículo 3°. Plan Nacional de Desarrollo: El Gobierno y el Congreso velarán porque la formulación de la ley del Plan Nacional de Desarrollo se encuentre alineada con los objetivos estratégicos de la competitividad internacional de Colombia, teniendo en cuenta, entre otros, los indicadores del Foro Económico Mundial.

Al inicio y al final de cada administración, el Conpes presentará un informe sobre la competitividad internacional de Colombia en los factores transversales, regionales y sectoriales. En la parte general del Plan Nacional de Desarrollo se señalarán los objetivos, metas, prioridades, políticas y estrategias dirigidas a lograr el aumento de la productividad y mejoramiento de la competitividad en los términos de la presente ley. Asimismo, incluirá medidas tendientes a reducir la brecha entre las diferentes regiones de Colombia y otorgará prioridad al desarrollo de la infraestructura que conecte al país entre sí y con los mercados internacionales.

Artículo 4°. Planes Territoriales de Desarrollo: Corresponde a las entidades territoriales señalar los objetivos, metas, prioridades, políticas y estrategias dirigidas a lograr el aumento de la productividad y mejoramiento de la competitividad en

armonía con la ley de ciencia, tecnología e Innovación y la Política Nacional de Productividad y Competitividad incorporada al Plan Nacional de Desarrollo.

LEY 590 DE 2000 10 DE JULIO. POR LA CUAL SE DICTAN DISPOSICIONES PARA PROMOVER EL DESARROLLO DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESA.

ARTICULO 1o. OBJETO DE LA LEY. La presente ley tiene por objeto:

Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos;

Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas;

Promover una más favorable dotación de factores para las micro, pequeñas y medianas empresas, facilitando el acceso a mercados de bienes y servicios, tanto para la adquisición de materias primas, insumos, bienes de capital y equipos, como para la realización de sus productos y servicios a nivel nacional e internacional, la formación de capital humano, la asistencia para el desarrollo tecnológico y el acceso a los mercados financieros institucionales;

Señalar criterios que orienten la acción del Estado y fortalezcan la coordinación entre sus organismos; así como entre estos y el sector privado, en la promoción del desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas;

- ✓ Coadyuvar en el desarrollo de las organizaciones empresariales, en la generación de esquemas de asociatividad empresarial y en alianzas estratégicas entre las entidades públicas y privadas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas;
- ✓ Apoyar a los micro, pequeños y medianos productores asentados en áreas

de economía campesina, estimulando la creación y fortalecimiento de Mipymes rurales,

- ✓ Asegurar la eficacia del derecho a la libre y leal competencia para las Mipymes;
- ✓ Crear las bases de un sistema de incentivos a la capitalización de las micro, pequeñas y medianas empresas.

LEY N°1838 6 JULIO 2017. "POR LA CUAL SE DICTAN NORMAS DE FOMENTO A LA CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN MEDIANTE LA CREACIÓN DE EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA (SPIN OFFS) Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES"

EL CONGRESO DE COLOMBIA

DECRETA: ...

Artículo 1. El objeto de la presente ley, es promover el emprendimiento innovador y de alto valor agregado en las Instituciones de Educación Superior (IES), que propenda por el aprovechamiento de 103 resultados de investigación y la transferencia de conocimientos a la sociedad como factor de desarrollo humano, científico, cultural y económico a nivel local, regional y nacional.

Se entiende por Spin-off aquella empresa basada en conocimientos, sobre todo aquellos protegidos por derechos de Propiedad Intelectual, gestados en el ámbito de las IES, resultado de actividades de investigación y desarrollo realizadas bajo su respaldo, en sus laboratorios e instalaciones o por investigadores a ellas vinculados, entre otras formas,

Artículo 2°. Las Instituciones de Educación Superior (IES), podrán crear empresas tipo spin-off sin afectar sus planes de mejoramiento, con o sin, participación de particulares, Los servidores públicos docentes, y/o investigadores, cualquiera sea su forma o naturaleza de vinculación legal podrán formar parte de ellas a cualquier título, o usar spin-off, pudiendo para tal fin asociarse con las Instituciones de

Educación Superior (IES), y con las personas privadas que manejen recursos públicos, de acuerdo con la ley, reglamentos y estatutos propios de las Instituciones de Educación Superior.

Parágrafo 1°. Los particulares participarán en las spin-off de acuerdo a lo establecido en el Decreto-ley 393 de 1991,

Parágrafo 2°. Las iniciativas de emprendimiento de las empresas de base tecnológica spin-off, deberán ser articuladas con los planes regionales de competitividad y con las políticas del Sistema Nacional de Ciencia Tecnología e innovación (SNCTI) siempre y cuando estas se originen en instituciones de educación Superior o en programas acreditados por el Consejo Nacional de Acreditación,

Artículo 3°. Los docentes o investigadores que formen parte de las Spin-off podrán ser partícipes de los beneficios económicos que generen a partir de las actividades propias de estas, sin que esto configure factor salarial ni doble asignación por parte del tesoro público,

Los beneficios económicos para los servidores públicos derivados de las Spin-off provendrán exclusivamente de la actividad de esta.

Artículo 4°. Las empresas tipo Spin-off que se fundamentan financiados con recursos públicos, en tal caso Superior (IES), podrán crear un fondo para fomentar las actividades de ciencia, tecnología e innovación.

Parágrafo. Cuando los resultados para la creación de empresas spin-off hayan provenido de recursos públicos, deberán porcentaje que se aporte, para continuar fomentando Innovación de dicha IES.

Artículo 5°. En todas las Instituciones de crean empresas tipo spin-off, de que trata la presente ley, deberán incluir dentro de su estructura administrativa una Coordinación cuya función es armonizar las distintas actividades derivadas de las

investigaciones hechas por los docentes o particulares que conforman empresas tipo spin-off.

Artículo 6°. Derogatoria y vigencia. Sanción y publicación en el legales o reglamentarias que le sean contrarias.

CÓDIGO SUSTANTIVO DEL TRABAJO Autorizado por el Ministerio de Protección Social – Colombia TITULO PRELIMINAR

PRINCIPIOS GENERALES

ARTÍCULO 1o. OBJETO. La finalidad primordial de este Código es la de lograr la justicia en las relaciones que surgen entre empleadores y trabajadores, dentro de un espíritu de coordinación económica y equilibrio social.

ARTICULO 2o. APLICACION TERRITORIAL. El presente Código rige en todo el territorio de la República para todos sus habitantes, sin consideración a su nacionalidad.

ARTICULO 3o. RELACIONES QUE REGULA. El presente Código regula las relaciones de derecho individual del Trabajo de carácter particular, y las de derecho colectivo del Trabajo, oficiales y particulares.

ARTICULO 4o. SERVIDORES PÚBLICOS. Las relaciones de derecho individual del Trabajo entre la Administración Pública y los trabajadores de ferrocarriles, empresas, obras públicas y demás servidores del Estado, no se rigen por este Código, sino por los estatutos especiales que posteriormente se dicten.

ARTICULO 5o. DEFINICION DE TRABAJO. El trabajo que regula este Código es toda actividad humana libre, ya sea material o intelectual, permanente o transitoria, que una persona natural ejecuta conscientemente al servicio de otra, y cualquiera

que sea su finalidad, siempre que se efectúe en ejecución de un contrato de trabajo
(TRABAJO, 2011)

3. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO

3.1. Identificar a las empresas que hacen parte del sector comercial del corregimiento el Llanito de Barrancabermeja.

Se solicitó información a la entidad cámara de comercio de Barrancabermeja por medio de correo electrónico sobre las empresas del sector comercial del corregimiento el Llanito de Barrancabermeja, a la solicitud la cámara de comercio nos suministra la información.

3.2. Realizar un estudio que permita analizar los rasgos y características más importantes de las empresas del sector comercial del corregimiento el Llanito de Barrancabermeja mediante un instrumento de recolección de datos.

Se desarrolló un trabajo de campo mediante la aplicación de encuestas, las cuales tendrán preguntas detalladas y estructuradas la información que permitirá conocer las características y rasgos más relevantes de las empresas del sector comercial del corregimiento el Llanito de Barrancabermeja.

En esta experiencia se lo go percibir de parte de algunos empresarios de los establecimientos, amabilidad y disposición para contestar las respectivas preguntas, sin embargo, otros nos recibieron de forma descortés y con desconfianza, argumentando que no tenían tiempo para perder en encuestas , a lo que nos dimos a la tarea de invertir el tiempo necesaria para explicarles la importancia de esta actividad y lograr que la respondieran, después de consolidar la información en su totalidad, se procede a identificar los rasgos y características de las empresas por medio de la tabulación.

3.3. Proponer estrategias que permitan fomentar actividades de gestión empresarial en el sector comercial del corregimiento el Llanito de Barrancabermeja.

El fin de este objetivo es proponer estrategias de mejora que permitan el crecimiento y desarrollo empresarial de las empresas que hacen parte del sector comercial del corregimiento el Llanito de Barrancabermeja, Estas estrategias deben tener acciones puntuales y pertinentes que ayuden a la sustentabilidad y sostenibilidad de las empresas.

4. RESULTADOS

4.1. Identificar a las empresas que hacen parte del sector comercial del corregimiento el Llanito de Barrancabermeja.

De acuerdo a la información proporcionada por la cámara de comercio de Barrancabermeja, en la siguiente tabla se hallará la información de las 77 empresas del sector comercial del corregimiento el llanito a las que se les aplico la encuesta. Se encontrará los siguientes datos como la razón social, dirección, barrio y el estrato de cada una de estas.

Tabla 1 Base de datos de las empresas encuestadas:

ITEM	NOMBRE	DIRECCION	BARRIO	ESTRATO
1	PISCICOLA SAN SILVESTRE S.A.	VIA LLANITO ESTACION PISCICOLA ESTACION DE BOMBEO	El Llanito	1
2	PETROLERA DEL LLANITO S.A.S	VDA CAMPO GALA VIA EL LLANITO	El Llanito	1
3	BALNEARIO Y RESTAURANTE ISLA DE LOS MANGOS	ENTRADA AL LLANITO	El castillo	1
4	RESTAURANTE CAMPESTRE EL DESCANSO D' JOSE	VDA PENJAMO	El Llanito	1
5	TALLER DE SOLDADURA HGR	CORR EL LLANITO	El Llanito	1
6	JOHN VALDERRAMA MADRID - CONTRATISTA.	EL LLANITO BRR EL RECREO	El Llanito	1
7	FLORIAN LTDA	CL PRINCIPAL EL LLANITO 132	El Llanito	1
8	PRONACOL PROYECTOS NACIONALES DE COLOMBIA S.A.S.	CORR EL LLANITO VDA PENJAMOS POZO 21	El Llanito	1
9	MULTISERVICIOS MOTORHAY 1	CRA 38 75C 113/ LOTE 103 / LOTE 17 VIA AL LLANITO	El Llanito	1

ITEM	NOMBRE	DIRECCION	BARRIO	ESTRATO
10	NORGAS-BARRANCABERMEJA	VEREDA CAMPO GALAN - LLANITO BAJO	El Llanito	1
11	DEPOSITO BARRANCABERMEJA	VEREDA CAMPO GALAN - LLANITO BAJO	El Llanito	1

12	VARIETADES ALBI Y ROSMY	VDA EL LLANITO FRENTE A LA CANCHA	El Llanito	1
13	TIENDA LA Y ANA ARIZA	CORR LLANITO	El Llanito	1
14	TIENDA LA PALMITA LLANITO	CORREGIMIENTO EL LLANITO	El Llanito	1
15	TIENDA BETHANIA	VDA PENJAMO CORR EL LLANITO	El Llanito	1
16	TIENDA KAPIRRY	CLL 3B T4 - 14 CORR EL LLANITO	El Llanito	1
17	TIENDA LA TERRAZA DEL LLANITO	CL PRINCIPAL EL LLANITO	El Llanito	1
18	THE CENTRAL MARKET	CORREG EL LLANITO CASA 123	El Llanito	1
19	TIENDA Y ESTADERO LAS BRISAS	CAMPO GALA VIA AL LLANITO	El Llanito	1
20	TIENDA LA FAVORITA DEL PUERTO	CORREGIMIENTO LLANITO PUERTO PRINCIPAL	El Llanito	1
21	MERQUE + EL LLANITO	CLL PRINCIPAL CASA C 22	El Llanito	1
22	LUMIGRES	KM 1 VIA AL LLANITO DIAGONAL AL CLUB NAUTICO	El Llanito	1
23	FERRETERIA EL LLANITO BARRANCABERMEJA	CR EL LLANITO LOMA FRESCA SEM 78	El Llanito	1
24	AGROCONCENTRADOS LA MASCOTA	DG 60 VIA EL LLANITO LOTE 16	El Llanito	1
25	PAPELERIA FERRETERIA Y VARIETADES YULIBA	CORREGIMIENTO EL LLANITO BRR EL RECREO	El Llanito	1

ITEM	NOMBRE	DIRECCION	BARRIO	ESTRATO
26	COTSEM VDA PENJAMO	VDA PENJAMO	El Llanito	1
27	TRANSPORTE ECOLOGICOS LLANITO	CORR EL LLANITO VDA 16 DE JULIO CA 23	El Llanito	1
28	TRANSPORTODO INTEGRALES	CA 25 BRR BRISAS DEL LLANITO	El Llanito	1
29	TS LINCE SAS	VEREDA CAMPO GALA CIENEGA GUADALITO CORREGIMIENTO EL LLANITO	El Llanito	1
30	TRANSPABON SERVICIOS Y TRANSPORTES PENJAMO	VEREDA PENJAMO CORREGIMIENTO EL LLANITO	El Llanito	1
31	LLANITO PUNTUAL SAS	VEREDA 16 DE JULIO CORREGIMIENTO EL LLANITO	El Llanito	1
32	PURIFICACION DE RESIDUOS ESPECIALES SAS PURIFIC	LOTE 30 VDA CAMPO GALA	El Llanito	1
33	SERVIPETROM LLANITO	VDA EL LLANITO VIA PRINCIPAL LOTE 10	El Llanito	1

34	TRANSPORTADORA TRAVEL CAMPO GALA	CORR EL LLANITO VDA CAMPO GALA	El Llanito	1
35	TRANSPORTADORA TRAVEL CAMPO GALAN	CORR EL LLANITO VDA CAMPO GALAN	El Llanito	1
36	BARBER FLUVIAL	CORR EL LLANITO	El Llanito	1
37	CENTRO DE ACOPIO BIOPECES Y MADERAS	VDA PUERTO GALAN	El Llanito	1
38	PARQUEADERO LA GRAN VICTORIA	KILOMETRO 2 VIA AL LLANITO MARGEN DERECHA	El palmar	1
39	PARQUEADERO YARIGUIES	VIA AL LLANITO LA CHAVA	El Llanito	1
40	CAMPO GALA PICNIC	VDA CAMPO GALA	El Llanito	1
41	ESTADERO Y BRISAS DE PUERTO LIBRE_	CORR EL LLANITO BRR LA PLANADA	El Llanito	1

ITEM	NOMBRE	DIRECCION	BARRIO	ESTRATO
42	KIOSCO YASMIN	VIA AL LLANITO LOTE 701	El Llanito	1
43	ESTADERO Y RESTAURANTE SAN SILVESTRE	VIA LLANITO-CAMINOS DE SAN SILVESTRE	El Llanito	1
44	LA GRAN PARADA	EL LLANITO	El Llanito	1
45	SAZON DE LA ABUELA JULLA	KM 7 VIA AL LLANITO	El Llanito	1
46	RESTAURANTE NEISAN	VEREDA CAMPO GALA CORREGIMIENTO EL LLANITO	El Llanito	1
47	LA PARRANDA DE JUANCHO	VIA AL LLANITO SECTOR LA REPRESA	El Llanito	1
48	PARADOR LOS ACADEMICOS	PARADOR LOS ACADEMICOS	El Llanito	1
49	RESTAURANTE LA SUEGRA 2	CORREGI EL LLANITO	El Llanito	1
50	CANCHA DE MINITEJO LOS MANGOS	VIAL AL LLANITOP PUENTE LA REPRESA	El Llanito	1
51	RANCHO GRANDE DEL LLANITO	Corregimiento el El llanito	El Llanito	1
52	RESTAURANTE EL BUEN SAZON DE MARY S.A.S	CORREGIMIENTO EL LLANITO CALLE PRINCIPAL	El Llanito	1
53	LA RANCHERIA DONDE MIRIAM PESCA	CORR EL LLANITO LA RANCHERIA CASA 52	El cerro	1
54	CAFETERIA SAN MARCOS EL LLANITO	CORR EL LLANITO COLEGIO SAN MARCOS	El cerro	1
55	SUMINISTRO DE ALIMENTOS JCO	CORREGIMIENTO EL LLANITO	El Llanito	1
56	CAMPI HELADO	CIENAGA EL GUADALITO VDA CAMPO GALA CORR EL LLANITO	El Llanito	1
57	PARADA DE PIZZ	AV PRINCIPAL CRISTO REY VIA CORR EL LLANITO	El Llanito	1

ITEM	NOMBRE	DIRECCION	BARRIO	ESTRATO
58	ESTADERO LAS PAMPAS	VDA PENJAMO VIA LA LLANITO	El Llanito	1
59	KIOSKO LOS RECUERDOS TUYOS BCABJA	COLINAS DEL NORTE VIA AL LLANITO LOTE 4	El Llanito	1
60	PARADOR J.R	VEREDA BARRANQUITA LLANITO BAJO	El Llanito	1
61	KIOSCO EL TRIUNFO SABROSO	VIA AL LLANITO LOTE 4	El Llanito	1
62	SODERIA LA ENVIDIA	CR 36 74-29 BRR ALTO DE LA VIRGEN VIA AL LLANITO	El Llanito	1
63	ESTADERO EL TROTE MUSICAL	DG 60 VIA AL LLANITO	El Llanito	1
64	CANCHAS DE MINITEJO LOS PINOS	VDA DIECISEIS DE JULIO	El Llanito	1
65	KIOSCO JHON	VIA AL LLANITO SECTOR LA REPRESA	El Llanito	1
66	T.V CABLE EL LLANITO	CORREGI EL LLANITO BRR DIVINO NIÑO	El Llanito	1
67	GMR CONSULTORIAS Y SERVICIOS S.A.S.	80RR EL LLANITO CL PRINCIPAL CASA NO. 148	El Llanito	1
68	ASESORIAS Y CONSTRUCCIONES INPROTEG	CALLE PRINCIPAL CASA 176 CORR EL LLANITO	El Llanito	1
69	T&T MANTENIMIENTOS LIMITADA	EL LLANITO CASA N 49	El Llanito	1
70	PENJAMO GALAN	CORR EL LLANITO BRR LA MEJOR ESQUINA SEM 742 IN	El Llanito	1
71	F.P.R. MULTISERVICIOS	CRA 2 NO. 5-23 LA 40	El Llanito	1
72	ADEMIR GUTIERREZ SUMINISTROS Y MONTAJES SAS	CASA 51 LA RANCHERRIA CORREGIMIENTO EL LLANITO CALLEJON GUTIERREZ	El Llanito	1

ITEM	NOMBRE	DIRECCION	BARRIO	ESTRATO
73	TRANSPORTES FIDENCIO SANTA MORALES	VDA LA CHAVA VIA AL LLANITO	El Llanito	1
74	GENESIS FORESTAL	CORREGIMIENTO EL LLANITO BRR LAS BRISAS	El Llanito	1
75	BILLARES Y MINITEJO ASTORGA	CORR EL LLANITO	El Llanito	1
76	EXPENDIO DE CARNES LOS PRADOS	CR 36 VIA AL LLANITO LA PAZ	El Llanito	1
77	CANCHA DE MINITEJO LOS MANGOS	VIAL AL LLANITOP PUENTE LA REPRESA	El Llanito	1

Fuente: Autores

4.2. Realizar un estudio que permita analizar los rasgos y características más importantes de las empresas del sector comercial del corregimiento el Llanito mediante un instrumento de recolección de datos.

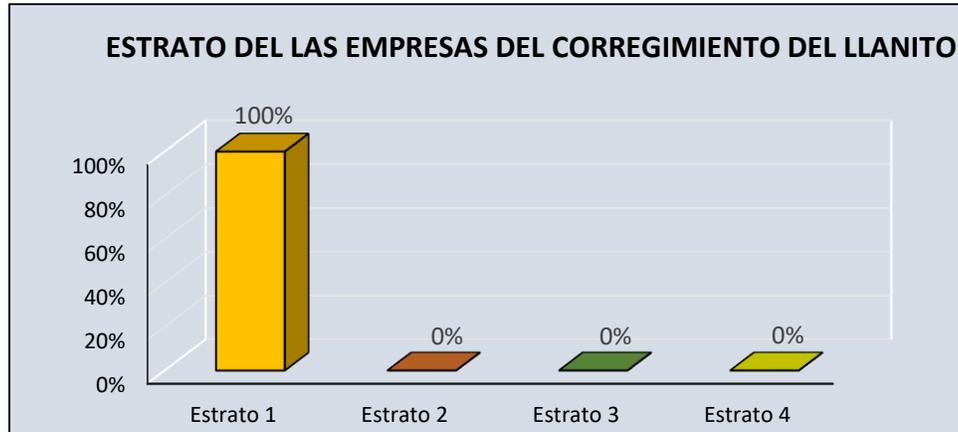
En este punto encontrara la tabla, gráfico y análisis de cada una de las preguntas que se efectuaron en las encuestas aplicadas a las empresas del sector comercial del corregimiento el Llanito de Barrancabermeja:

Tabla 2 ¿cuál es el estrato de las empresas del corregimiento el Llanito de Barrancabermeja?:

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Estrato 1	77	100%
Estrato 2	0	0%
Estrato 3	0	0%
Estrato 4	0	0%
TOTAL	77	100%

Fuente: Autores

Ilustración 1 ¿Cuál es el estrato de las empresas del corregimiento el Llanito de Barrancabermeja?:



Fuente: Autores

Análisis: De acuerdo con el estudio realizados se puede determinar qué las empresas que hacen parte del sector comercia el Llanito de Barrancabermeja, los establecimientos comerciales encuestados se encuentran en un nivel socioeconómico de estrato 1, que es calificado bajo-bajo, la estratificación 1 corresponde a estrato bajo que albergan a los usuarios y establecimientos con menores recursos, los cuales son beneficiarios de subsidios en los servicios públicos domiciliarios.

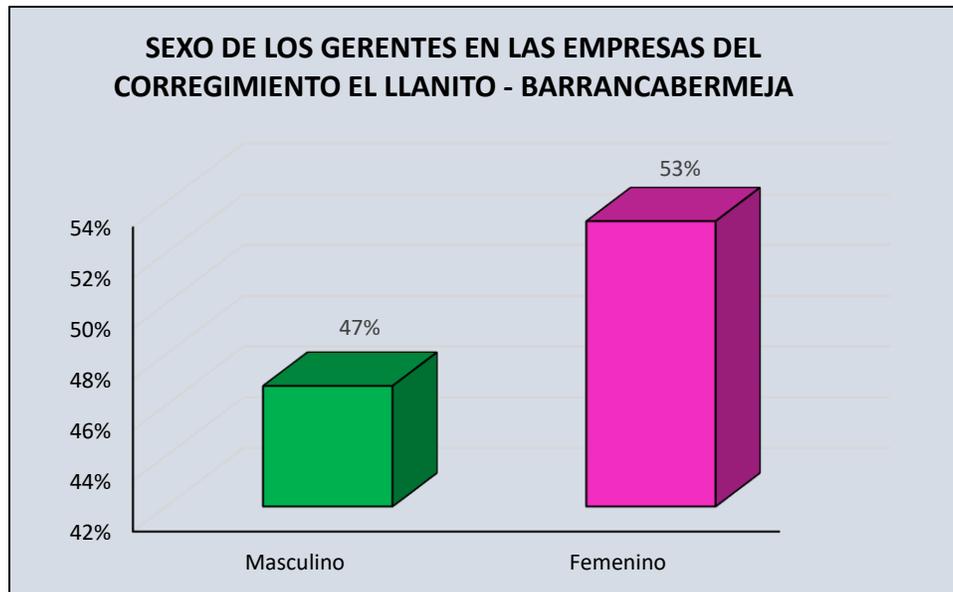
Lo que se hace en el artículo 179 del Plan de Desarrollo específicamente se refiere a los estratos 1 y 2, que corresponden al 50 % y al 60 %, y lo que plantea el Plan de Desarrollo es ajustarlos al 40 % y al 50 %, porque el estrato 3 no se toca en ese artículo, porque precisamente los subsidios que se dan en ese estrato son regulados por la CREG, Comisión de Regulación de Energía y Gas (BLURADIO, 2019)

Tabla 3 ¿Cuál es el sexo del gerente del establecimiento?:

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Masculino	36	47%
Femenino	41	53%
TOTAL	77	100%

Fuente: Autores

Ilustración 2 ¿Cuál es el sexo del gerente del establecimiento?:



Fuente: Autores

Análisis: Según la información recolectada en las encuesta que se implementó en el sector comercial del corregimiento el llanito - Barrancabermeja, se puede evidenciar que con un 47% la responsabilidad de gerencia recae sobre hombres, pero con un porcentaje de 53% las mujeres son la responsable de liderar los procesos administrativo de las empresas de este sector, lo que nos deja ver

claramente que el porcentaje más alto lo ocupan el género femenino en este sector. Lo que demuestra la gran capacidad de las mujeres a la hora de desempeñarse en un cargo como gerente ratificando que las mujeres son un factor importante en la dirección de una organización

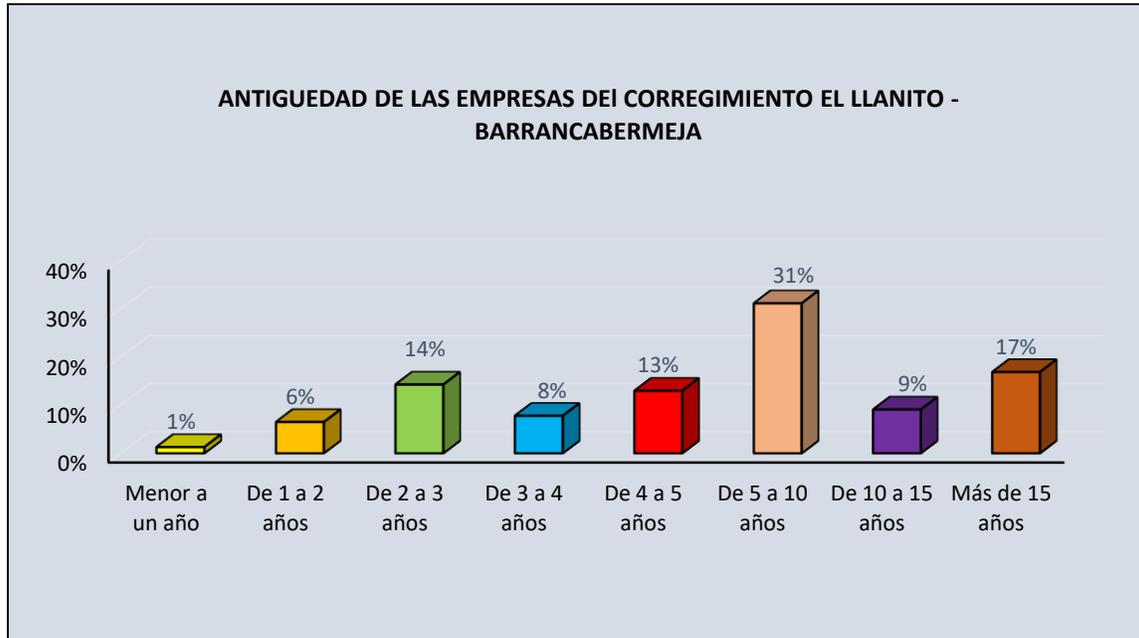
Como ejemplo de ello se puede destacar a Blanca Cabrera, Vicepresidente Ejecutiva de Transfiriendo, lidera una plataforma de ciclo electrónico para empresas con más de 13 años y presencia en diferentes países de Latinoamérica que ofrece productos asociados a facturación electrónica, pagos, seguros e inteligencia artificial, y que a la fecha ha recaudado más de 110 mil millones y un 1'000.000 de documentos electrónicos emitidos mensualmente a través de sus canales. La interoperabilidad, integración y, lo más importante, la innovación, son sus valores diferenciales en el mercado dirigiendo esta Finte. (colombia fintech, 2019)

Tabla 4 ¿De los siguientes rangos ¿cuál es la antigüedad de la prestación del servicio de su establecimiento o negocio?

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Menor a un año	1	1%
De 1 a 2 años	5	6%
De 2 a 3 años	11	14%
De 3 a 4 años	6	8%
De 4 a 5 años	10	13%
De 5 a 10 años	24	31%
De 10 a 15 años	7	9%
Más de 15 años	13	17%
TOTAL	77	100%

Fuente: Autores

Ilustración 3 ¿De los siguientes rangos ¿cuál es la antigüedad de la prestación del servicio de su establecimiento o negocio?



Fuente: Autores

Análisis: Un 1% de las empresas del sector comercial del corregimiento el Llanito según los resultados del análisis representa las empresas con menos de una año de antigüedad, en ese orden las empresas de 1 a 2 años con un 6%, de 2 a 3 años con el 14% las de 3 a 4 años con el 8% las de 4 a 5 años con el 13% así mismo las de 10 a 15 años con un 9%. Dentro de este análisis hay que mencionar que se evidencia en el sector comercial del llanito que el porcentaje más alto en la antigüedad de la prestación de servicios se encuentra en el rango de 5 a 10 años con una porcentaje representativo de la población encuestada de un 31 %, con un 17% están las empresas con antigüedad de más 15 años, lo que nos deja ver que las empresas con más solidez económica y estabilidad en el sector está representada en el 17%. Es importante resaltar que a pesar que el sector comercial ha sido afectado en gran manera por la crisis económica de la ciudad esto debido a los cambios constantes en el mercado de la industria pero química afectando la economía de la ciudad y limitando la capacidad adquisitiva de los Barranqueños a su vez que le exigen a los empresarios estar preparados para afrontar una crisis

como está. Es notable La capacidad del 17% de las empresas para sobreponerse en momentos de crisis lo que deja ver a la luz que hay una buena gestión como también una eficiente y eficaz administración de los recursos de estas organizaciones y un plan estratégico que garantiza la competitividad, estabilidad financiera y comercial de las mismas

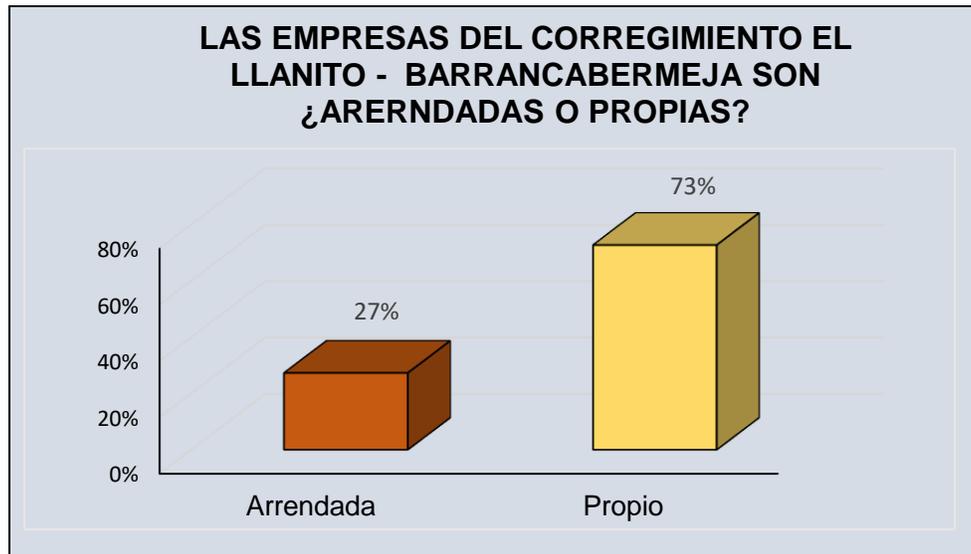
El director del Centro de Estudios, Investigaciones y Proyectos para la Competitividad, Competitics, de la Cámara de Comercio de Barrancabermeja, Amauri Ramos, los tres sectores más afectados por la crisis económica que vive la ciudad han sido el hotelero, comercial y bienes y servicios. (Vanguardia , 2016)

Tabla 5 ¿Las instalaciones donde se encuentra ubicada la empresa es?

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Arrendada	21	27%
Propio	56	73%
TOTAL	77	100%

Fuente: Autores

Ilustración 4 ¿las instalaciones donde se encuentra ubicada la empresa es?



Fuente: Autores

Análisis: Según la información analizadas en las encuestas realizadas al sector comercial del corregimiento el llanito Barrancabermeja, donde se encuentra una gran cantidad de empresas con un porcentaje de 73% con establecimiento propio, lo que puede reflejar que empresarios realizaron la inversión para comprar su propio local, y de este modo poder lograr una representativa disminución en sus gastos anuales en sus gastos fijos, por ejemplo (arriendo) en sus gastos mensuales. Además, se refleja un porcentaje del 27% que representa a los establecimientos arrendados. Lo cual produce gastos más elevados mensualmente para los empresarios.

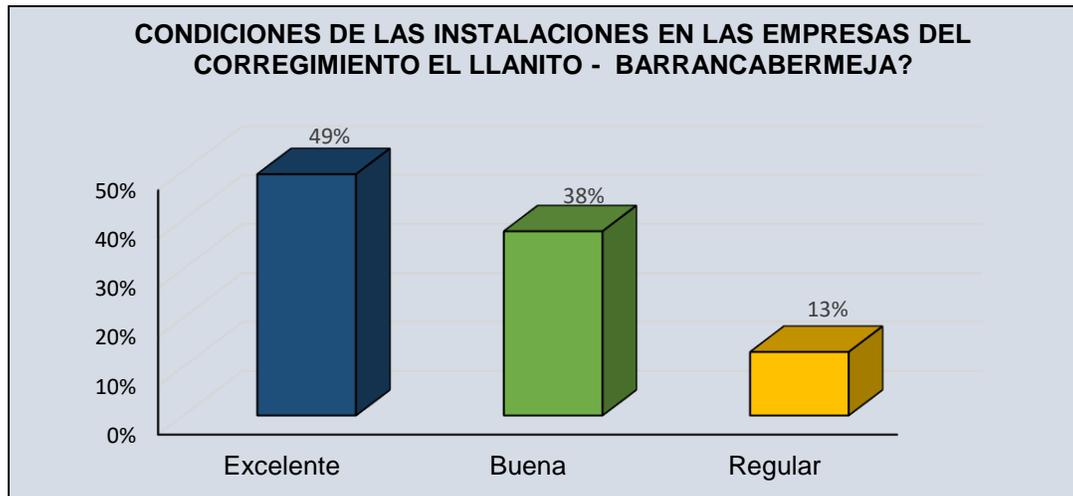
También se tiene en cuenta que un local en el sector comercial del corregimiento el llanito puede tener un coste alto teniendo en cuenta que es un sector turístico. Si a todo ello se suman también gastos propios del negocio y los de autónomo, se entiende que la cantidad también puede ser alta lo que nos da a entender que el gasto invertido ocasiona que el emprendedor nunca llegue a ser dueño de su propia empresa.

Tabla 6 ¿En qué condiciones considera usted que se encuentra las instalaciones de su empresa para la prestación del servicio?

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Excelente	38	49%
Buena	29	38%
Regular	10	13%
TOTAL	77	100%

Fuente: Autores

Ilustración 5 ¿en qué condiciones considera usted que se encuentra las instalaciones de su empresa para la prestación del servicio?



Fuente: Autores

Análisis: Se puede evidenciar una buena apreciación por parte de los gerentes del sector en cuanto a las instalaciones de las empresas un 49% de las empresas afirma

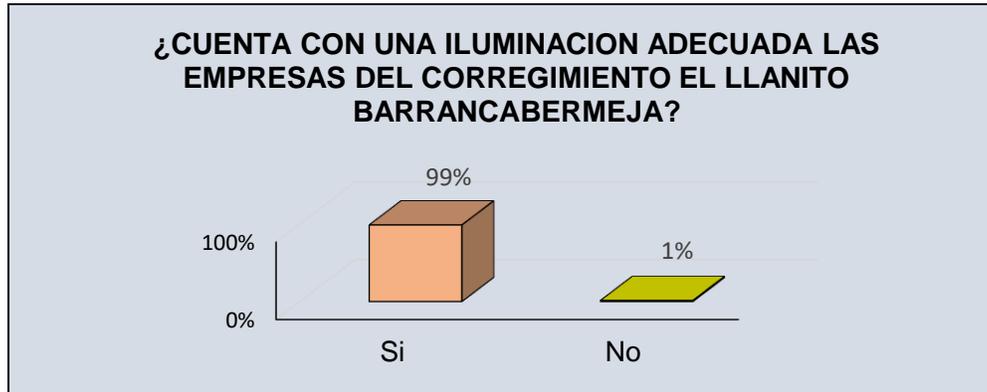
contar con un excelente estado de las instalaciones donde ejercen su operación esto hace entender que en una mayoría que las empresas realizan la inversión adecuad de infraestructura necesaria para la garantizar la calidad y buena funcionalidad de las operaciones, por otro lado un 38% de las empresas considera que las instalaciones están en buen estado, con esto no significa que no se requiera de una mejoría a las misma. Se pudo evidencia que el 13% de las empresas considera contar con instalaciones en un estado regular, lo que muy seguramente pone en riesgo la operación y buena funcionalidad de los procesos a su vez que compromete en un extremo caso la integridad física de sus colaboradores.

Tabla 7 ¿La instalación de la empresa cuenta con la iluminación adecuada para la prestar el servicio?

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Si	76	99%
No	1	1%
TOTAL	77	100%

Fuente:Autores

Ilustración 6 ¿La instalación de la empresa cuenta con la iluminación adecuada para la prestar el servicio?



Fuente: Autores

Análisis: En un establecimiento La iluminación es un factor importante a la hora de captar la atención de los clientes y, en el estudio realizado como resultado del mismo se evidencia que el 99% de la empresas cuenta con la iluminación adecuada, además el trabajador debe cuidar al máximo su visión y no más importante el cuidado de sus clientes. Con esto el negocio puede tener un excelente desempeño en las actividades de la empresa. La prioridad que adquiere una iluminación adecuada y moderna es cada vez mayor la luz ayuda a vender.

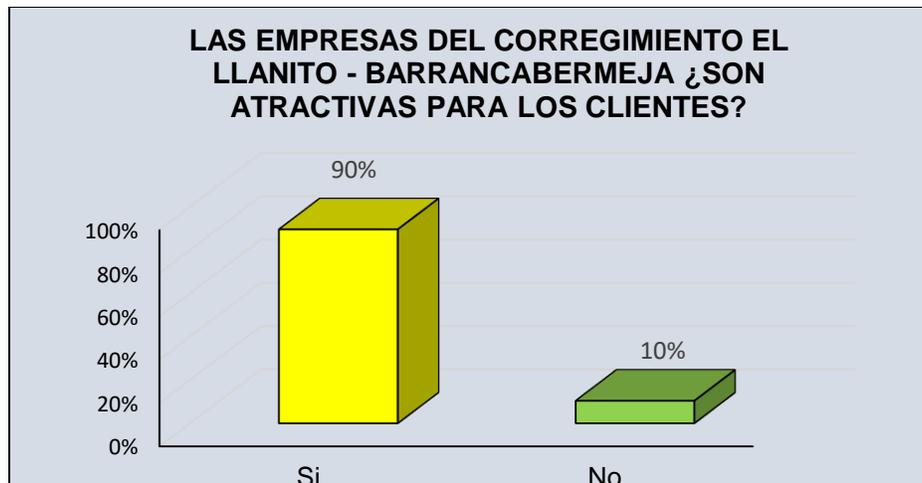
Disponer de una buena y correcta iluminación incrementa el número de clientes, la cifra de ventas y, lo más impórtate, la permanencia en la tienda por parte del cliente, al encontrarse cómodo. La calidad de luz nos ayuda a conseguirlo (Antonio Valls, 2013)

Tabla 8 ¿según su criterio, la fachada del negocio es atractivo para los clientes?

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Si	69	90%
No	8	10%
TOTAL	77	100%

Fuente: Autores

Ilustración 7 ¿según su criterio, la fachada del negocio es atractivo para los clientes?



Fuente: Autores

Análisis: Un 90% de los comerciantes del sector comercial que conforma el corregimiento el llanito invierten en una buena fachada del establecimiento lo que hace afirmar que este es atractivo y cumple con las expectativas de sus clientes, lo que a su vez le permite atraer nuevos clientes. Se puede entender por esto que para los empresarios es importante que sus clientes se sienta en un lugar acogedor y reconfortante donde puedan recibir un servicio agradable como una estrategia de fidelización, sobre todo para negocios ubicados en zonas comerciales.

El 10% de las empresas muestra tener una oportunidad de mejora en cuanto a este aspecto ya que se evidencia una falencia considerable para la buena marcha crecimiento y posicionamiento de estas empresas. Para una fachada atractiva con un buen diseño que combine el uso de colores y demás elementos es vital, ya que esto permite llamar la atención del consumidor que transita por la zona y brindara una mejor imagen al negocio con el fin de llamar la atención de los clientes.

Tabla 9 ¿hace cuánto tiempo realizo la última adecuación o mejoramiento de infraestructura al negocio u empresa?

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Menos de 1 mes	14	18%
Entre 1 mes y 6 meses	20	26%
Entre 7 meses a 12 meses	26	34%
Mayor a un año hasta 2 años	11	14%
Entre 3 años y 5 años	6	8%
Más de 6 años	0	0%
TOTAL	77	100%

Fuente: Autores

Ilustración 8 ¿hace cuánto tiempo realizo la última adecuación o mejoramiento de infraestructura al negocio u empresa?



Fuente: Autores

Análisis: La mayoría de las empresas representadas en un 34% han realizado mejoramientos a su infra estructura en el rango de los 7 a 12 meses en este orden

porcentual Según el resultado de la encuesta, Se puede observar que el 26% de los empresarios han hecho adecuaciones y mejoramientos a las instalaciones de su empresa o negocio entre los últimos 1 a 6 meses, y el 18% de las empresarios han realizado adecuaciones hace menos de un mes, en cuanto a estas empresas se puede ver un compromiso serio por mantener una infra estructura en óptimas condiciones que permita una operación eficaz. Por otro lado un 14% de la empresas ha realizado esta actividad en un periodo que puede superar los dos años y en cuanto al restante 8% han realizad la última mejora de la infraestructura en una periodo entre los 3 a 5 años dela ultima adecuación .

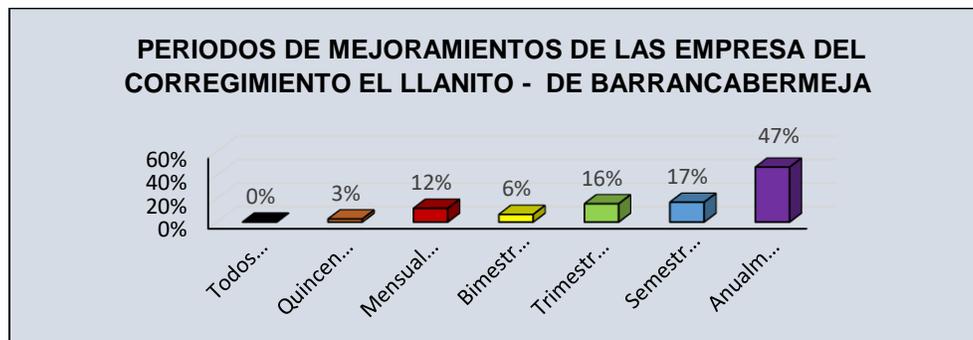
Es importante mencionar que el entorno físico laboral constituye un elemento fundamental en el rendimiento y desarrollo de las tareas diarias en la compañía. Además, influye en la relación entre compañeros, la salud física y mental del colaborador. Es primordial que la infraestructura refleje la personalidad de la empresa: su forma de ser, comunicar, organizar y relacionarse. Las instalaciones deben contar con elementos físicos como temperatura e iluminación adecuada, control de ruido y aire fresco, no obstante, colores y tamaños afines a la imagen corporativa son esenciales

Tabla 10 ¿Cada cuánto realiza mejoramiento, adecuaciones y mantenimiento a la infraestructura del negocio o empresa?

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Todos los días	0	0%
Quincenalmente	2	3%
Mensualmente	9	12%
Bimestralmente	5	6%
Trimestralmente	12	16%
Semestralmente	13	17%
Anualmente	36	47%
TOTAL	77	100%

Fuente: Autores

Ilustración 9 ¿Cada cuánto realiza mejoramiento, adecuaciones y mantenimiento a la infraestructura del negocio o empresa?



Fuente: Autores

Análisis: De acuerdo a la información recolectada las empresas encuestadas del sector comercial del corregimiento el llanito se realizan adecuaciones en un 47% de las empresas, esto debido a que los empresarios consideran este un tiempo prudencial para realizar mantenimientos a todo lo que necesita la empresa en el ámbito de la infraestructura de la misma.

No obstante, las normas de salud ocupacional actualmente representan una de las herramientas de gestión más importantes para mejorar la calidad de vida laboral en las empresas y con ella su competitividad. En cuanto a las empresas se debería generara una planificación SG-SST.

A través del SG-SST, la Alta Dirección, garantiza la aplicación de medidas de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST), el mejoramiento del comportamiento de los trabajadores, las condiciones y el medio ambiente laboral y el control eficaz de los peligros y riesgos en el lugar de trabajo para prevenir incidentes, accidentes de trabajo y enfermedades laborales. (Mintic, 2017)

Es por este motivo que los empresarios son responsables de realizar de forma periódica mantenimientos preventivos y correctivos permite tener excelentes instalaciones, herramientas, equipos, etc. Esto permite contar con un ambiente seguro para los trabajadores y los clientes.

Tabla 11 ¿El establecimiento cuenta con un plan de contingencia para desastres o emergencias?

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Si	32	42%
No	45	58%
TOTAL	77	100%

Fuente: Autores

Ilustración 10 ¿el establecimiento cuenta con un plan de contingencia para desastres o emergencias?



Fuentes: Autores

Análisis: Según las encuestas realizadas a las empresas en el sector comercial del corregimiento el Llanito de Barrancabermeja, para muchos empresarios es muy

importante tener un plan de contingencias o emergencias, con un porcentaje del 58% los empresarios consideran que la implementación adecuada de un Plan de Contingencia, con el fin de que se pueda asegurar las actividades desarrolladas por los colaboradores para que se realicen de forma controlada, minimizando los riesgos presentes, y así como la disminución de pérdidas de recursos e impactos negativos al ambiente en caso de la presencia de un evento. Por otro lado el 42% de las empresas no cuenta con un plan de contingencia que le permita a formar eventualidades que pongan en riesgo las actividades y los intereses de la organización lo que se puede considerar una debilidad.

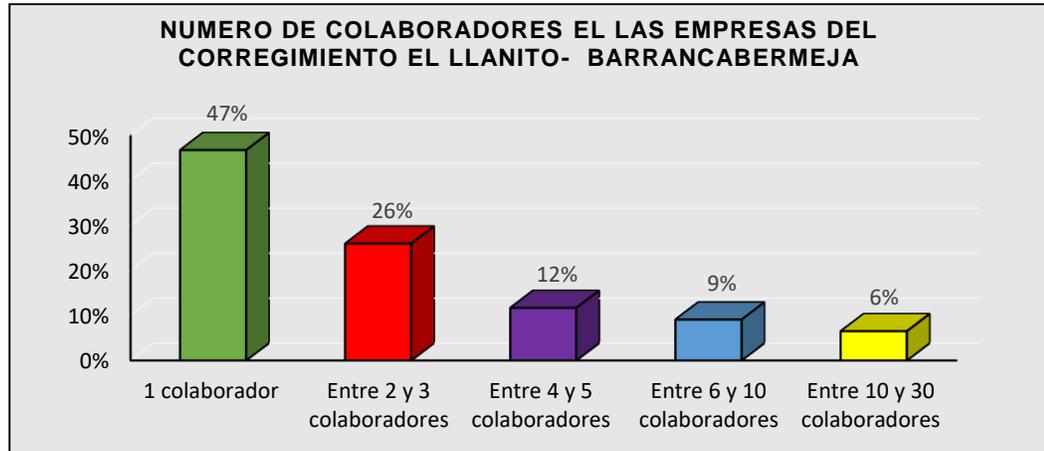
El comité Técnico Nacional y los Comité Regionales y Locales para la Prevención y Atención de Desastres, según el caso, elaborarán, con base en los análisis de vulnerabilidad, planes de contingencia para facilitar la prevención o para atender adecuada y oportunamente los desastres probables. Para este efecto, la Oficina Nacional para la Atención de Desastres preparará un modelo instructivo para la elaboración de los planes de contingencia (DECRETO No. 919, 1989)

Tabla 12 ¿cuántos colaboradores tiene actualmente vinculados para la prestación del servicio?

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA PORCENTUAL
1 colaborador	36	47%
Entre 2 y 3 colaboradores	20	26%
Entre 4 y 5 colaboradores	9	12%
Entre 6 y 10 colaboradores	7	9%
Entre 10 y 30 colaboradores	5	6%
TOTAL	77	100%

Fuentes: Autores

Ilustración 11 ¿Cuántos colaboradores tiene actualmente vinculados para la prestación del servicio?



Fuentes: Autores

Análisis: las empresas que comprenden el sector comercial del sector comercial del llanito de Barrancabermeja, en un 47% cuentan con un solo colaborador, el 26% de las empresas cuentan con el apoyo de 2 a 3 colaboradores, el 12% de las empresas cuenta con el apoyo de 4 a 5 colaboradores y en un porcentaje más bajo con el 9% y 6% están las empresas que cuentan con el apoyo de 6 a 10 colaboradores y 10 a 30 colaboradores respectivamente, esto nos deja ver que la mayoría de las empresas cuenta con solo un colaborador y esto puede interpretarse como una oportunidad de estas empresas si su negocio es bueno, puedan expandirse lo que conllevaría a generar más empleo teniendo en cuenta que hay empresas en el sector capaces de hacerlo aunque sean representadas en la minoría

Las Mipymes son entidades independientes, con una alta predominancia en el mercado del comercio y con una tendencia al crecimiento, ya debido a su tamaño y estabilidad general empleo y se mantienen en el mercado, son competitivas entre sí. Se fijan más y se mantienen en el mercado comercial y por lo general son excluidas del mercado industrial por las grandes cantidades de capital que este sector requiere para su ejecución, debido a las mismas limitaciones que la legislación le ha impuesto en su capital y su personal, si estos se aumenta, pasan

de ser micro empresas a pequeñas y de pequeñas a medianas y de medianas a grandes empresas. (Mipymes , 2016)

- ✓ Clasificación de las empresas
 - ✓ Microempresa si posee menos de 10 trabajadores.
 - ✓ Pequeña empresa: si tiene menos de 50 trabajadores.
 - ✓ Mediana empresa: si tiene un número entre 50 y 250 trabajadores.
 - ✓ Gran empresa: si posee más de 250 trabajadores.

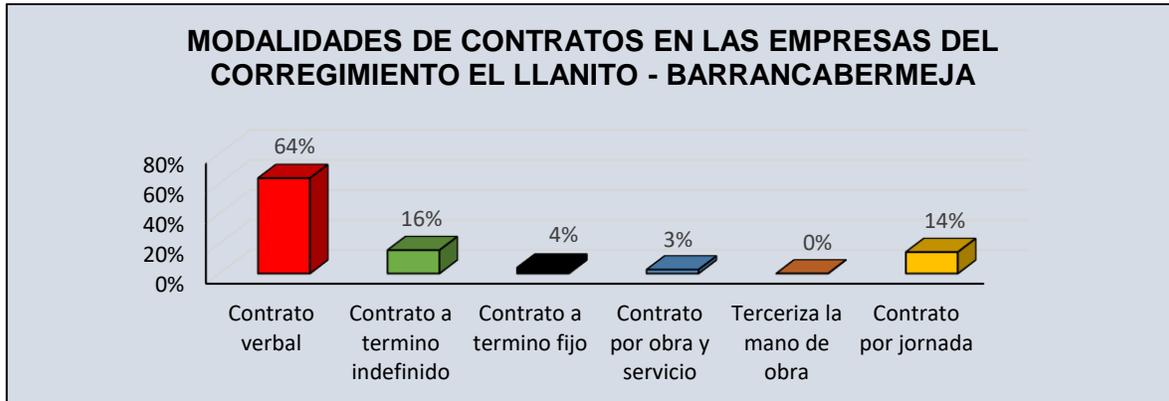
La clasificación de empresas en Colombia se puede realizar teniendo en cuenta el número de trabajadores con el que cuenta la empresa o el total de activos que posee, entre otros (Ley 905 2004)

Tabla 13 ¿Qué modalidad de contrato aplica comúnmente en el establecimiento?

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Contrato verbal	49	64%
Contrato a termino indefinido	12	16%
Contrato a termino fijo	3	4%
Contrato por obra y servicio	2	3%
Terceriza la mano de obra	0	0%
Contrato por jornada	11	14%
TOTAL	77	100%

Fuente: Autores

Ilustración 12 ¿Qué modalidad de contrato aplica comúnmente en el establecimiento?



Fuente: Autores

Análisis: De acuerdo a las encuestas realizadas, podemos evidenciar que en el sector comercial del corregimiento el Llanito de Barrancabermeja, el 64% de los trabajadores tienen contrato verbal, el 16% tienen un contrato a término indefinido y el 14% realizan contratados por jornadas como porcentajes más representativos de esta muestra. Esto permite ver que el sector analizado maneja un alto grado de informalidad en cuanto a lo que se refiere a contrataciones entre empresa y empleado, esto puede ser negativo en la medida en que los empleados no cuentan con los beneficios y garantías que se puede ofrecer en otras modalidades de contratos de manera formal.

Se puede analizar que solo una minoría representada en un 4% y un 3% manejan contrato a término fijo y por obra y servicio respectivamente cuentan con contratos formales. Con el fin de que todo tenga más claridad y salvaguardarse de cualquier irresponsabilidad legal. Sus trabajadores deben estar cubiertos bajo el sistema de seguridad social y reciben las prestaciones legales que sobrevengan de la labor que desempeñen. El propósito de la Ley 1221 de 2008 es promover y regular el teletrabajo como un instrumento de generación de empleo y autoempleo mediante la utilización de tecnologías de la información y las telecomunicaciones. Que al Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones le

corresponde promover el uso, apropiación y masificación de las tecnologías de la información y las comunicaciones, así como, impulsar la cultura del teletrabajo en el país.

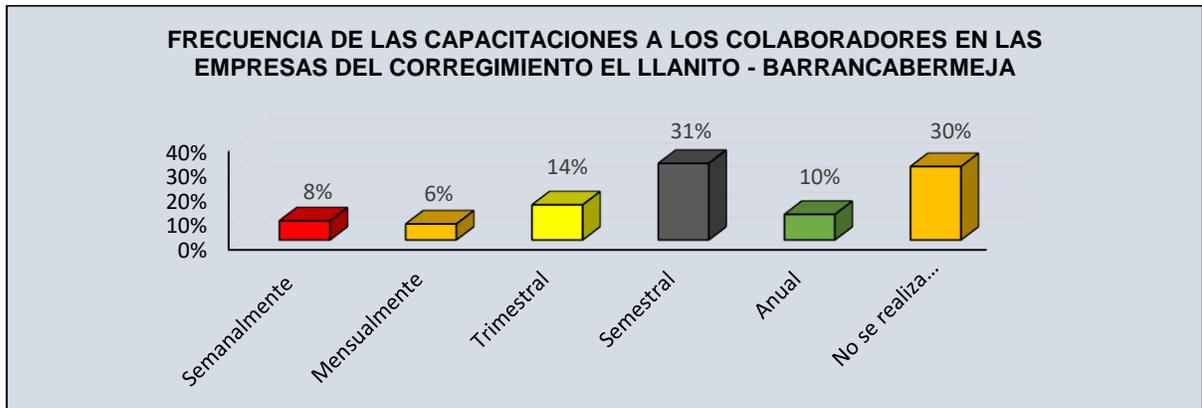
Que el teletrabajo producto del gran avance que ha tenido la tecnología de la Información y las comunicaciones, implica una nueva forma de organización para las empresas privadas y entidades públicas y por consiguiente de la administración de los recursos físicos, humanos y tecnológicos, en tanto no es necesaria la presencia física del trabajador en el local del empleador. (MINISTERIO DEL TRABAJO , 2012)

Tabla 14 ¿Con que frecuencia realiza capacitaciones a sus colaboradores?

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Semanalmente	6	8%
Mensualmente	5	6%
Trimestral	11	14%
Semestral	24	31%
Anual	8	10%
No se realiza capacitaciones	23	30%
TOTAL	77	100%

Fuente: Autores

Ilustración 13 ¿con que frecuencia realiza capacitaciones a Sus colaboradores?



Fuente: Autores

Análisis: Dado que hoy en día es muy importante que una vez contratado la persona que cumple con los requisitos que solicita la empresa este tenga se a capacitado de forma integral para el desempeño de sus funciones y desarrollo de las responsabilidades asignadas es vital que el empleado cuente con el conocimiento de la información y herramienta para el éxito de su labor, de acuerdo a este sector encuestado un 31% del personal se le realiza capacitaciones semestral lo que permite a esta muestra contar con un personal al día de las novedades e informado con respecto a las nuevas cosas que surgen y que afectan las funcionalidad de la empresa, un 30% no realiza capacitación lo que puede representar un riesgo para la empresas ya que esto puede ser negativo para la operación ya que si el empleado no cuenta con los conocimientos adecuados para una buena función de sus tareas puede estar representando pérdidas para la organización. Realizar planes de capacitación pues continuamente existen novedades en el mercado que se pueden aprovechar en beneficio de la empresa y existen entidades gubernamentales que realizan dichas capacitaciones y charlas. Esto mejoraría el rendimiento de la organización generando un desarrollo tanto para la empresa como para el mercado.

En este sentido, los procesos de Talento Humano es un actor estratégico para gestionar de manera articulada procesos tales como, inducción y desarrollo integral

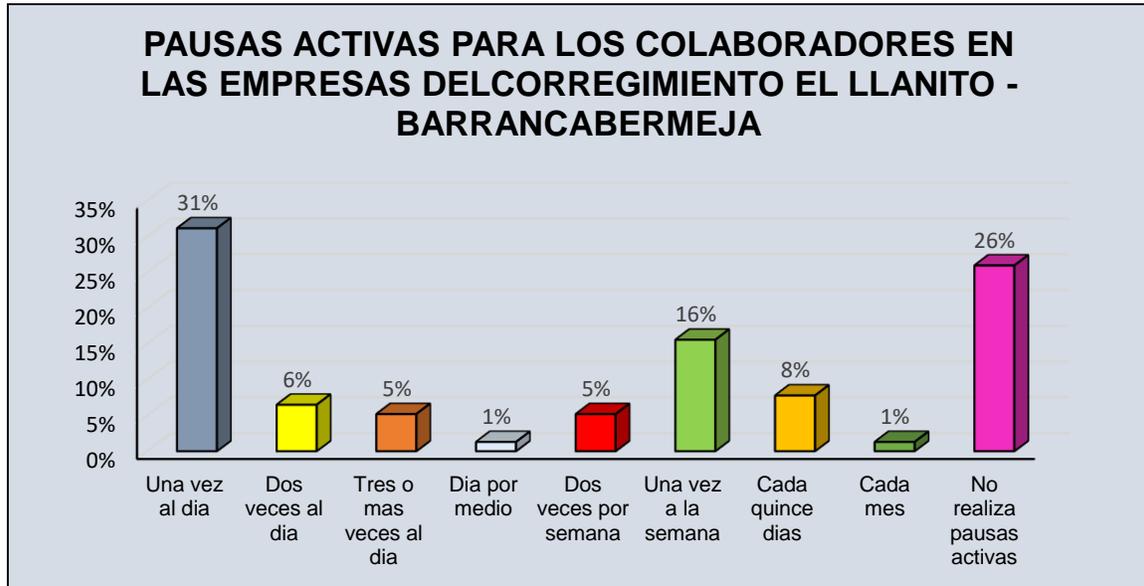
de talento humano a través de capacitación y bienestar; y evaluación del desempeño laboral.

Tabla 15 ¿Cada cuánto realiza actividades de pausas activas a los empleados?

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Una vez al día	24	31%
Dos veces al día	5	6%
Tres o mas veces al día	4	5%
Día por medio	1	1%
Dos veces por semana	4	5%
Una vez a la semana	12	16%
Cada quince días	6	8%
Cada mes	1	1%
No realiza pausas activas	20	26%
TOTAL	77	100%

Fuente:Autores

Ilustración 14 ¿cada cuánto realiza actividades de pausas activas a los empleados?



Fuente: Autores

Análisis: En este estudio los resultados con respecto a la práctica de pausas activas en el sector comercial del Llanito – Barrancabermeja 31% de la empresas pone en práctica las pausas activas como un mecanismos que permita potenciar la productividad de los trabajadores, Las pausas activas ayudan a restaurar la atención, aumenta la creatividad y ayuda a obtener resultados más productivos, es responsabilidad de los empleadores como de los trabajadores de una organización, ya que con la realización de las misma contribuye a la comunicación entre los mismo y disminución del estrés laboral. Un 16% de los individuos de las empresas realizan las pausas activas una vez por semana como una actividad más de su jornada laboral, sin importar su cargo jerárquico. Lo que puede ser preocupante es que un 26% no pone en práctica las pausas activas lo que desde luego se considera negativo ya que de esta forma el trabajador no está expuesto la presión y al estrés que pueda causar sus funciones.

El Ministerio de Protección Social reglamentará mecanismos para que todas las empresas del país promuevan durante la jornada laboral pausas activas para todos

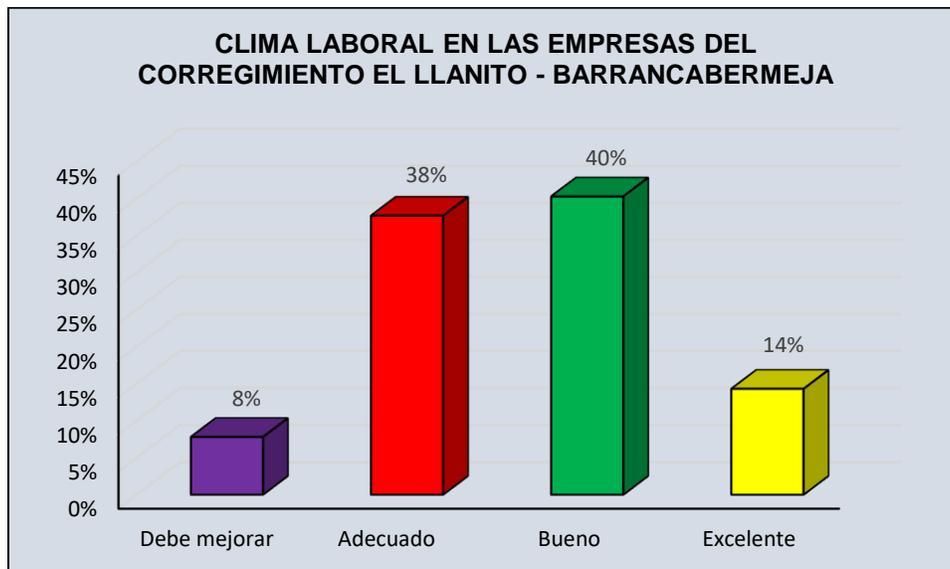
sus empleados, para lo cual contarán con el apoyo y orientación de las Administradoras de Riesgos Profesionales. (Diario oficial, 2009)

Tabla 16 ¿considera usted que el clima laboral de su empresa es?

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Debe mejorar	6	8%
Adecuado	29	38%
Bueno	31	40%
Excelente	11	14%
TOTAL	77	100%

Fuente: Autores

Ilustración 15 ¿considera usted que el clima laboral de su empresa es?



Fuente: Autores

Análisis: Como resultado de las encuestas realizadas en sector comercial del corregimiento el Llanito de Barrancabermeja, se puede evidenciar que el clima laboral debe de mejorar en un 8% de las empresas, un 38% es adecuado, lo cual demuestra el gran esfuerzo del establecimiento para conseguir un buen clima

laboral, porque el ambiente laboral no depende solamente del empleador sino también de los empleados, un 40% de las empresas goza de un ambiente o clima laboral bueno y esto deja ver que la gestión de las empresas va encaminada a logro de un clima laboral que cumpla con las condiciones de un ambiente laboral que permita potenciar el desarrollo de cada empresas.

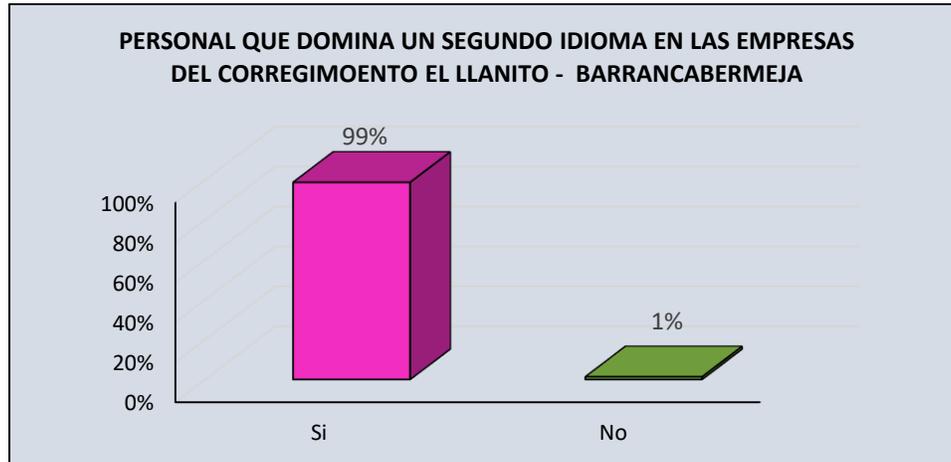
Un ambiente negativo es algo insoportable, que trae como consecuencia carencia de interacción entre compañeros y un jefe, también minimizará las ganas de trabajar y el entusiasmo será nulo. Cada vez el clima laboral en las empresas son un factor muy importante para las actividades de los establecimientos, se dice que si no se tiene un buen clima laboral se está condenado al fracaso empresarial. Una buena convivencia son las conductas comprensivas de los superiores y el compañerismo constantes entre empleado, del mismo modo los reconocimientos e incentivos por el trabajo bien hecho.

Tabla 17 ¿El establecimiento o negocio cuenta con personal que domina un segundo idioma?

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Si	76	99%
No	1	1%
TOTAL	77	100%

Fuentes: Autores

Ilustración 16 ¿el establecimiento o negocio cuenta con personal que domina un segundo idioma?



Fuente: Autores

Análisis: El 99% de las empresas no cuentan con personal que domine un segundo idioma es notable la necesidad que en esta población se despierte la preocupación de capacitarse en aprender a manejar otro idioma ya que esto permitiría contar con un mercado mucho más competitivo y fuerte con muchas más fortalezas a la hora de asumir desafíos en cualquier ámbito o proyectos que de paso al crecimiento de las organizaciones. De no hacerlo se puede estar considerando como una desventaja frente a l mercado de hoy en día. Hablar otros idiomas, se vuelve un valor agregado al conocimiento, a las habilidades, competencias y capacidades propias de cada persona, por tanto, es fundamental auto incentivarse a aprender o que los empleados y empresarios cada vez más tengan en la lista de sus estudios un segundo idioma.

Estudios afirman que hablar otra lengua permite trabajar varias partes del cerebro, ayudando a su desarrollo, se estimule la memoria, se optimice la atención y se aplace la demencia. Del mismo modo la trasmisión de la información y conocimiento que va adquiriendo a lo largo de la vida será más eficiente a la hora de almacenarla. No solo los jóvenes tienen la oportunidad de potenciar este importante órgano por

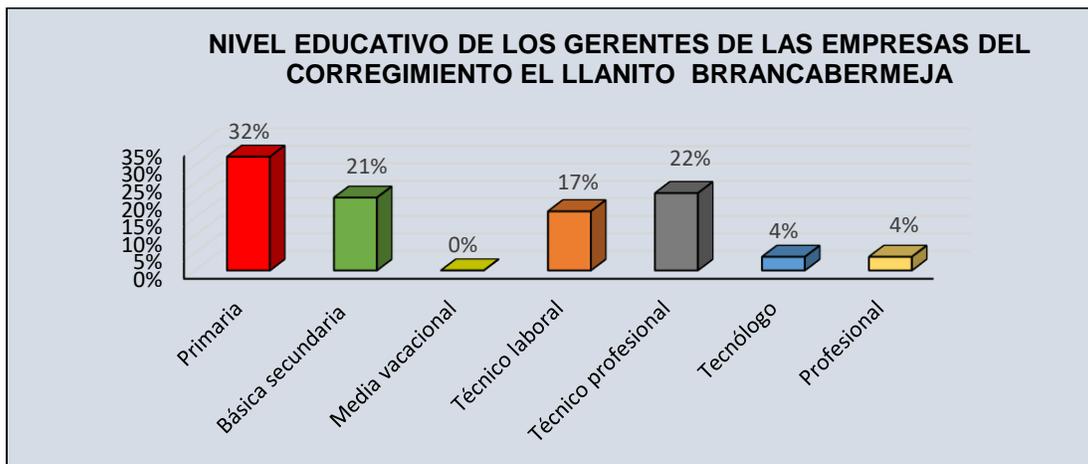
medio del lenguaje, sino que en niños, jóvenes y adultos tendrá el mismo resultado positivo sin importar la edad (Vanguardia , 2015)

Tabla 18 ¿Cuál es el nivel educativo más alto que cuenta el gerente o administrador del establecimiento?

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Primaria	25	32%
Básica secundaria	16	21%
Media vacacional	0	0%
Técnico laboral	13	17%
Técnico profesional	17	22%
Tecnólogo	3	4%
Profesional	3	4%
TOTAL	77	100%

Fuente: Autores

Ilustración 17 ¿Cuál es el nivel educativo más alto que cuenta el gerente o administrador del establecimiento?



Fuente: Autores

Análisis: Según la información adquirida en las encuestas realizadas en el sector comercial del Llanito de Barrancabermeja las empresas del sector ,la gran mayoría

son empresas gerencia das por personal con un nivel educativo de primaria con un 32% de la población en análisis, esto deja ver que en el sector las personas no se limitan por su nivel académico para crear empresa en la ciudad si no que por lo contrario dan rienda suelta a sus ideas emprendedoras hasta lograr materializar sus proyectos personales, no sin embargo también se hace votable la necesidad de que los gerentes en este nivel de formación pueda seguir creciendo académicamente y trascender a un nivel profesional ya que de esta manera pueden contar con los conocimientos técnicos y profesionales para hacer crecer sus negocios y a la vez el sector.

En un 22% se determinó que las personas en un nivel académico técnico ejercen la función de gerente en este sector y un 17% los de nivel técnico laboral. Lo que también del mismo modo deja ver que los gerentes en este nivel ha hecho un esfuerzo por obtener un mediano crecimiento profesional y el interés por prepararse para poder administrar los recursos de sus organizaciones de manera eficiente y eficaz. Un 4% de las empresas son dirigidas con personal tecnólogo y profesional, lo que le permite a pesar de ser minoría contar con la dirección de profesionales graduados calificados y entrenados con conocimientos altamente capacitados para enfrentar el mercado y sus desafíos.

Tabla 19 ¿utiliza medios de comunicación locales para promocionar sus servicios de recreación?

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Si	5	6%
No	72	94%
TOTAL	77	100%

Fuente: Autores

Ilustración 18 ¿utiliza medios de comunicación locales para promocionar sus servicios de recreación?



Fuentes: Autores

Análisis: Se obtuvo que el 94% no utilizan medios de comunicación para proporcionar sus servicios en la organización, esto puede analizarse como una desventaja ya que en este siglo los medios de comunicación juegan un papel importante en el desarrollo, crecimiento y posicionamiento de una empresa ya que a través de los medios las empresa pueden darse a conocer de una manera eficaz y practica en el mercado la tecnología y los medios de comunicación están ligados de forma profunda al marketing actual de las empresas como un mecanismo efectivo para el éxito de una organización. A la hora de ofertar productos, la radio, la prensa y demás entes comunicativas son de gran importancia.

Para el mercado actual las redes sociales ofrecen a tu empresa presencia en la red que no es poco, pero además, es un canal mediante el cual tus clientes te pueden encontrar y tú puedes interactuar y contactar con ellos de manera rápida, efectiva y sencilla.

Una de las cosas más importantes son las publicaciones que dan vida a tu negocio, en cuantas más redes sociales estés, más presencia tendrás en Internet dónde puedes crear novedades de la empresa, cosas interesantes, ofertas, descuentos, hacer promociones, hacer marketing en las redes sociales, resolver dudas de clientes, hacer que los clientes atraigan a más clientes por medio de sus actualizaciones en las redes sociales y estos acaben en tu web mediante enlaces y

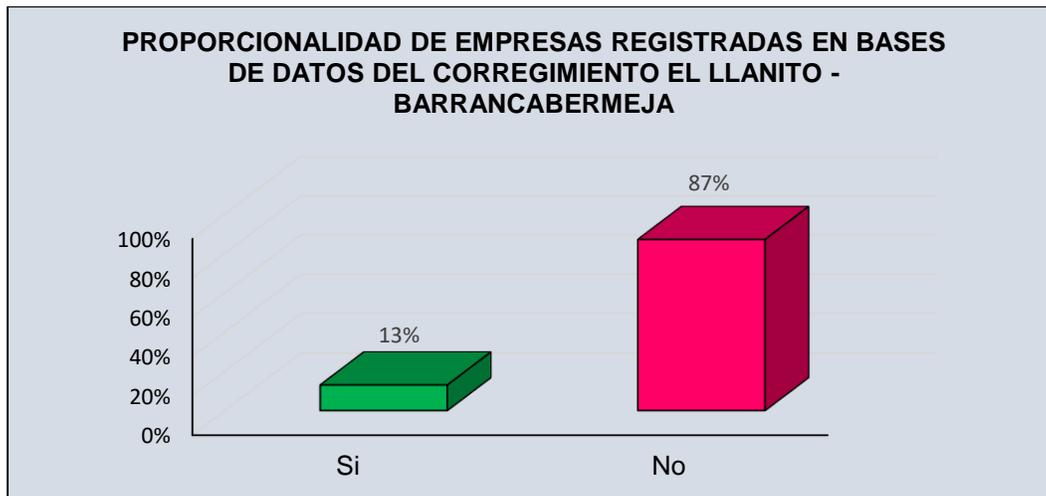
muchas otras cosas que ofrece este contacto directo por medio de Internet. (Essedi , 2018)

Tabla 20 ¿El establecimiento o negocio se encuentra registrado dentro de los directorios o bases de datos en plataformas virtuales a nivel nacional?

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Si	10	13%
No	67	87%
TOTAL	77	100%

Fuentes: Autores

Ilustración 19 ¿El establecimiento o negocio se encuentra registrado dentro de los directorios o bases de datos en plataformas virtuales a nivel nacional?



Fuentes: Autores

Análisis: De acuerdo al estudio realizado a las empresas del sector comercial de Il corregimiento el Llanito Barrancabermeja, se determinó que 13% de los establecimientos están registrados en directorios y plataformas digitales que ofrece las diferentes plataformas comerciales que muestra que en su minoría la población en estudio hace uso de este tipo de herramientas, por otra parte con un 87%se

determinó que las empresas que componen este sector no hacen uso de estas herramientas tecnológicas y plataformas digitales las cuales están a disposición de ellos ya sea de manera gratuita u otros a bajos costos y de fácil acceso, aun así, los empresarios prefieren lo tradicional y no lo tecnológico, esto puede causar que las empresas no puedan crecer o ser conocida de manera más rápida en el mercado y puede causar que el sector pueda verse en desventajas frente a otros sectores.

Hoy por hoy es clave, que las empresas puedan hacer uso de la diferente plataformas con una forma de estar más cerca a sus clientes, lo que la haría ver empresas más asequibles y de fácil accesos lo que puede incrementar sus ventas considerablemente.

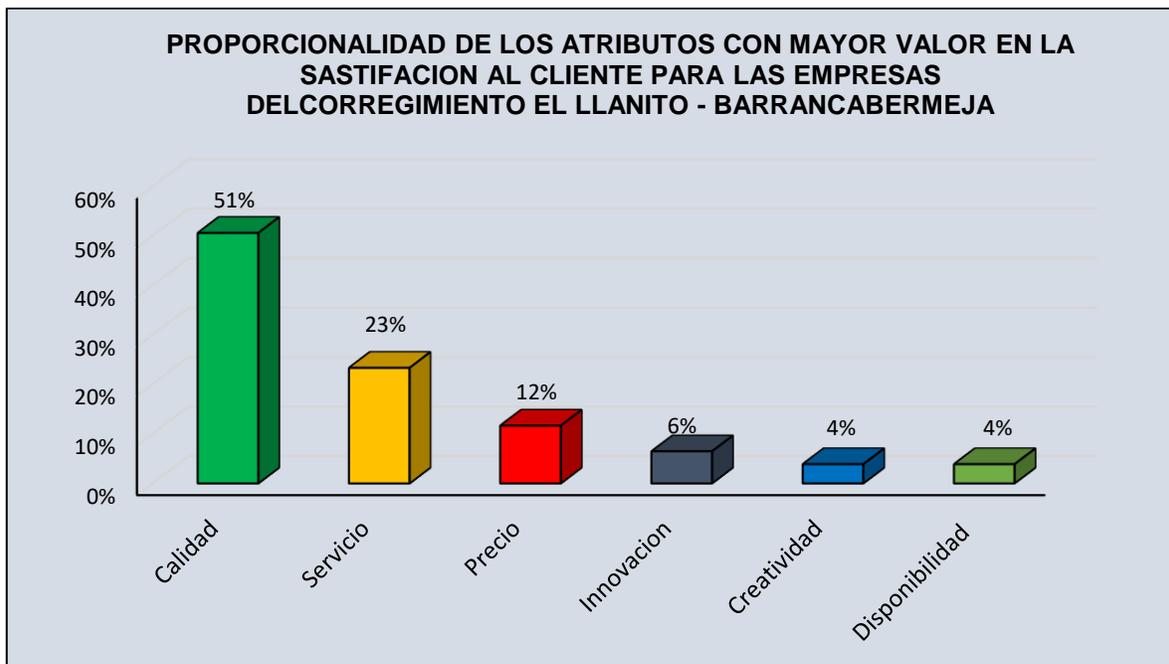
Un negocio que utiliza los medios digitales para crecer demuestra flexibilidad frente al cambio. Imagina que uno de tus clientes decide buscar en línea tu empresa para consultar precios o catalogo (es una lógica simple en medio de la era digital), pero no la encuentra por ninguna parte, dado que no tienes página web ni presencia en redes sociales ¿termina ahí la búsqueda de tu cliente? Seguramente tu competencia sí está en internet, por lo tanto, tu cliente está a poco de transformarse en el comprador de ellos. Tener un sitio web y presencia en redes sociales es justo lo que necesitas para estar en constante alcance de posibles clientes, un tipo de flexibilidad que otras formas de publicidad tradicional no te permiten alcanzar. (Sodexo, 2018)

Tabla 21 ¿De los siguientes atributos, cuál tiene mayor valor para la organización en lo que tiene que ver la satisfacción al cliente?

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Calidad	39	51%
Servicio	18	23%
Precio	9	12%
Innovación	5	6%
Creatividad	3	4%
Disponibilidad	3	4%
TOTAL	77	100%

Fuente: Autores

Ilustración 20 ¿De los siguientes atributos, cuál tiene mayor valor para la organización en lo que tiene que ver la satisfacción al cliente?



Fuente: Autores

Análisis: Se pudo evidenciar de acuerdo a la información obtenida se puede observar que el 51% de las empresas del sector comercial de la comuna 4 de Barrancabermeja tienen como prioridad brindar al cliente “calidad”, el 23% tienen

como mayor atributo ofrecer un alto servicio a sus cliente. A si mismo se puede notar que el 12% de las empresas encuetadas le apuesta a ofrecer precio tentativos al clientes. Solo el 6% optan por apostar por la innovación y un 4% tienen como arma atributo la creatividad y la disponibilidad respectivamente. La calidad en este caso es la más sobresaliente dentro de los atributos que se pueden usar como herramienta que fortalezca el funcionamiento, crecimiento y desarrollo de las empresas. Lo que deja ver en esta investigación que para los clientes de este sector la calidad en los productos o servicios es lo que hace que prefieran seguirles comprando.

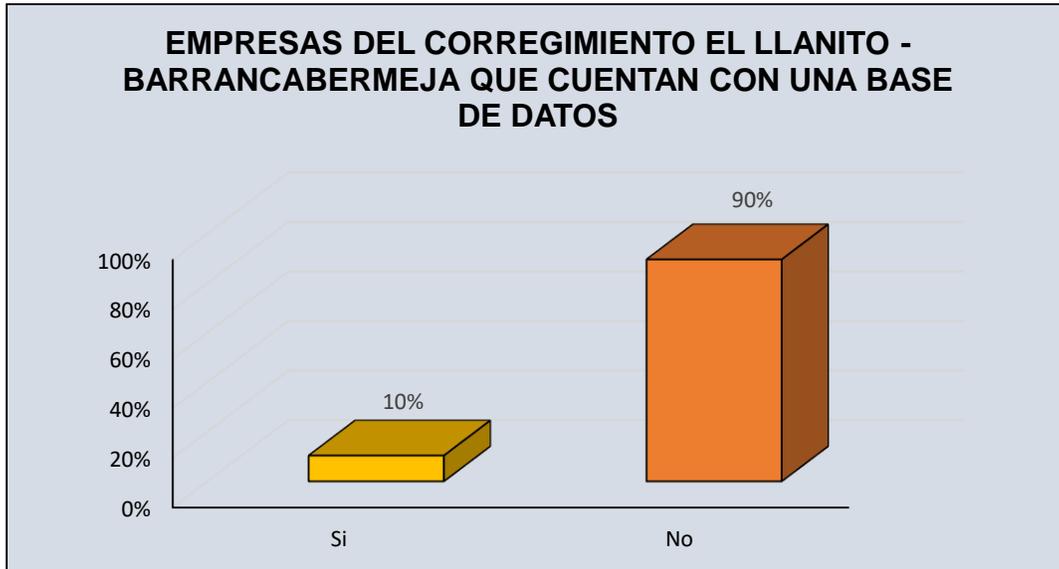
La calidad no es ni más ni menos que el reflejo que tienen los clientes al sentir una necesidad. Si los clientes son felices en esta primera adquisición de producto, sin duda volverán a sentir esa felicidad cuando tengan que volver a comprarlos en una fecha posterior. Esto quiere decir que la calidad está directamente relacionada con la satisfacción y la lealtad y además hace marca, hace que crezca el nombre, tan importante en el mercado, el que se encarga de reflejar la experiencia de compra del cliente y el uso del producto. Garantizar la calidad y la seguridad de los productos está directamente vinculado con el éxito de la empresa. (Castro y Gonzalez, 2017)

Tabla 22 ¿La organización cuenta con una base de datos delos clientes actualizados?

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Si	8	10%
No	69	90%
TOTAL	77	100%

Fuente: Autores

Ilustración 21 ¿la organización cuenta con una base de datos de los clientes actualizados?



Fuente: Autores

Análisis: se pudo obtener del estudio realizado en el sector comercial del corregimiento el Llanito – Barrancabermeja que un 90% de las empresas del sector no cuentan con una base de datos actualizada de sus clientes, lo que permite evidenciar una falencia en este aspecto por parte de las empresas ya que al no tener una base de datos actualizada de sus cliente no pueden hacer actividades como posventa y fidelización de los cliente a su vez que también puede ser utilizada para dar a conocer nuevas oferta y mantener un contacto más estrecho entre la empresa y los cliente. El 10% restante cuenta con una base de datos donde está toda la información interesante de los clientes, sean potenciales o los ya consolidados, y así como aquellos que dejaron de utilizar tus servicios.

Una base de datos contribuye a las empresas a hacer consultas sobre historial y potencial de compra y venta de los clientes, de igual manera mantiene una relación constante con los proveedores y prospectos de calidad.

Contar con una base de datos ayuda a poder decidir qué clientes deberían recibir una oferta determinada, mantener comunicación constante con los mismos,

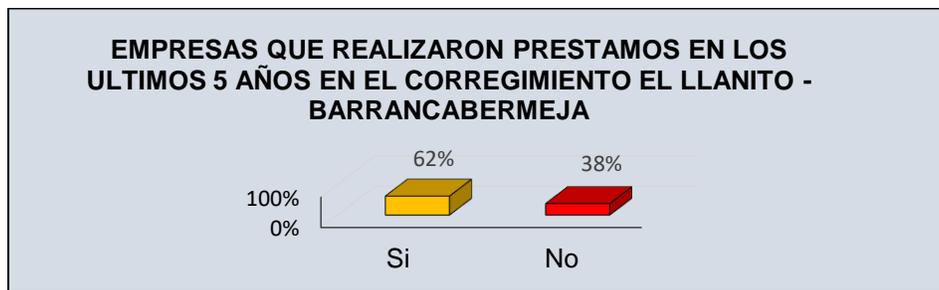
informar al cliente sobre nuevos productos o servicios, promociones, noticias relacionadas con el negocio, teniendo en cuenta sus hábitos de compra, sus preferencias e intentando satisfacer sus necesidades constantemente; ofrecer confianza al cliente en la empresa. (El Diario, 2017)

Tabla 23 ¿La empresa en los últimos 5 años ha tenido que realizar préstamos para su sostenimiento?

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Si	48	62%
No	29	38%
TOTAL	77	100%

Fuente: Autores

Ilustración 22 ¿La empresa en los últimos 5 años ha tenido que realizar préstamos para su sostenimiento?



Fuente: Autores

Análisis: La información recolectada permite ver que en el sector comercial del corregimiento el Llanito de Barrancabermeja, un 621% de las empresas encuestadas, recurrieron a préstamos financieros en los últimos 5 años, lo que hace determinar que las empresa que hacen parte de este sector hicieron uso de un crédito en entidades financieras permitiendo que las empresas como una forma de inyectar capital y poder contrarrestar la crisis económica por la que ha estado pasando la ciudad. Esto confirma la credibilidad del mercado financiero frente a las empresas de este sector.

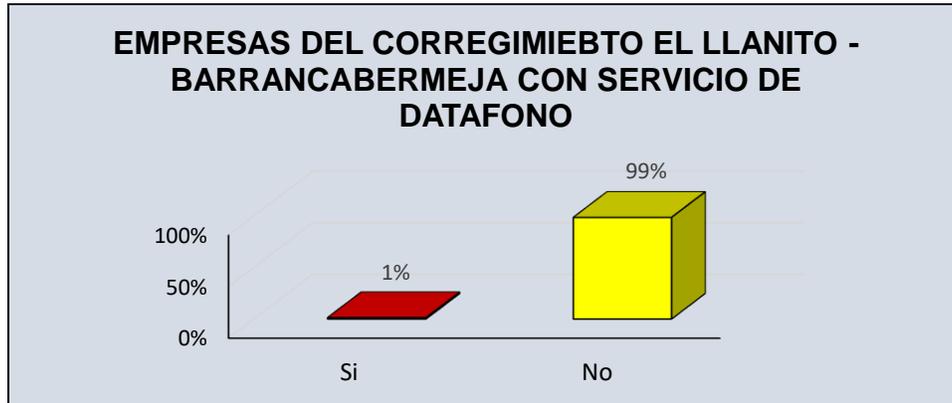
Hay que resaltar de igual modo que las empresas que no accedieron a créditos en entidades financieras representan un 38% lo que confirma de la misma forma la solides de estas empresas ya que no han tenido que recurrir a estas instancias si no que han sabido mantenerse a pesar de la crisis económicas de la industria petroquímica den la ciudad. por causa de la teniendo en cuenta la crisis económica por al cuál en los últimos años Barrancabermeja ha tenido que superar y adaptarse a dicha situación para poder sobrevivir en el mercado, obtener un préstamo en su totalidad no es un aspecto negativo, pues tener la capacidad de pedir un préstamo cuándo es necesario ayuda a la empresa a tener flexibilidad financiera, el problema como tal es sobre cargar el crédito y no poder pagarlo, la adquisición de los préstamos en una organización puede ser para el pago de sus empleados, proveedores, gastos de administración.

Tabla 24 ¿Cuenta con servicio de datafono para pagos electrónicos?

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Si	1	1%
No	76	99%
TOTAL		100%

Fuente: Autores

Ilustración 23 ¿Cuenta con servicio de datafono para pagos electrónicos?



Fuente: Autores

Análisis: Un 99% de la población encuestada en el sector comercial del corregimiento el llanito no usa servicio de datafono por lo cual esto de determina como una oportunidad de mejora en el sector ya que hoy en día para muchos clientes es mucho más practico hacer uso de este servicio ya que prefieren evitar el manejo de dineros en efectivo sobretodo se trata de sumas muy altas de efectivo de este modo se promueve también un sistema de pago más seguro y practico. Pagar utilizando este sistema en el que la entidad financiera abona directamente el importe de las ventas que se hayan efectuado con tarjetas.

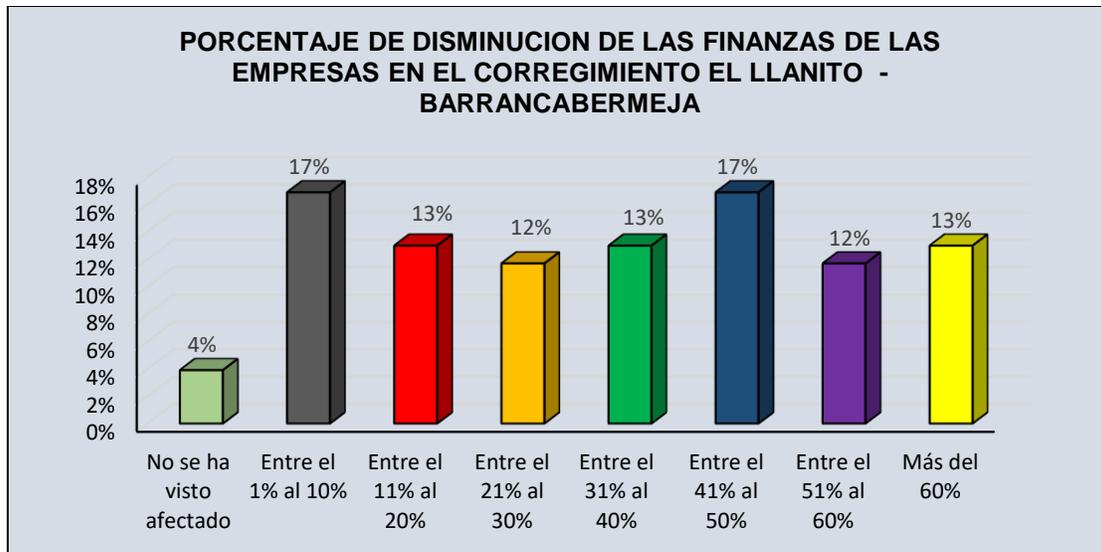
Por último, un datafono nos da un mejor servicio, al facilitar a los clientes poseedores de tarjetas, que puedan aprovecharse de las ventajas que estas ofrecen: no tener la necesidad de llevar dinero en efectivo, realizar compras con pago aplazado o realizar compras a crédito, etc... (Gaztenpresa, 2014)

Tabla 25 ¿Según la crisis económica vivida en Barrancabermeja, en qué porcentaje se ha visto disminuido las finanzas del establecimiento?

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA PORCENTUAL
No se ha visto afectado	3	4%
Entre el 1% al 10%	13	17%
Entre el 11% al 20%	10	13%
Entre el 21% al 30%	9	12%
Entre el 31% al 40%	10	13%
Entre el 41% al 50%	13	17%
Entre el 51% al 60%	9	12%
Más del 60%	10	13%
TOTAL	77	100%

Fuente: Autores

Ilustración 24 ¿según la crisis económica vivida en Barrancabermeja, en qué porcentaje se ha visto disminuido las finanzas del establecimiento?



Fuentes: Autores

Análisis: Como se puede ver en la tabla anterior el comportamiento de la disminución de las finanzas de las empresas por la crisis económica de la ciudad se puede expresar en los porcentajes más altos con un 17 % las empresas tuvieron

disminución en su economía entre 1% al 10% y del 41% al 50% respectivamente. Se puede ver que las empresas en su totalidad son afectas generando disminución considerable en las finanzas de las organizaciones del sector empresarial comercial del corregimiento el llanito de Barrancabermeja, se puede notar un 13 % de empresas con disminuciones financieras de entre el 11% al 20%, entre el 31% al 40% y disminuciones significativas de hasta más de 60% de las finanzas para otro 13% de la población encuestada. Se puede notar que el sector no está preparado para afrontar situaciones como esta por lo que se ve la necesidad de poder estudiar e implementar estrategias que permitan contrarrestar este tipo de crisis para poder garantizar la estabilidad y trascendencia de las empresas en estos tiempos de economía crítica.

Por causa de la situación económica que viene atravesando, debido a la crisis del sector petrolero, trae como consecuencia desempleo, así como los costos elevados en los arriendos y en los productos de la canasta familiar y además los impuestos siguen creciendo como si los trabajadores, empresarios y la gente no estuvieran sufriendo la crisis. Por este motivo se presenta una hoja de ruta para la intervención de nuestra economía a través de los siguientes mecanismos de intervención.

- ✓ Construcción de una política de desarrollo económico y social
- ✓ Desarrollo de megaproyectos para incentivar la demanda local
- ✓ Ajuste y actualización del plan de ordenamiento territorial
- ✓ Mitigación de la pobreza

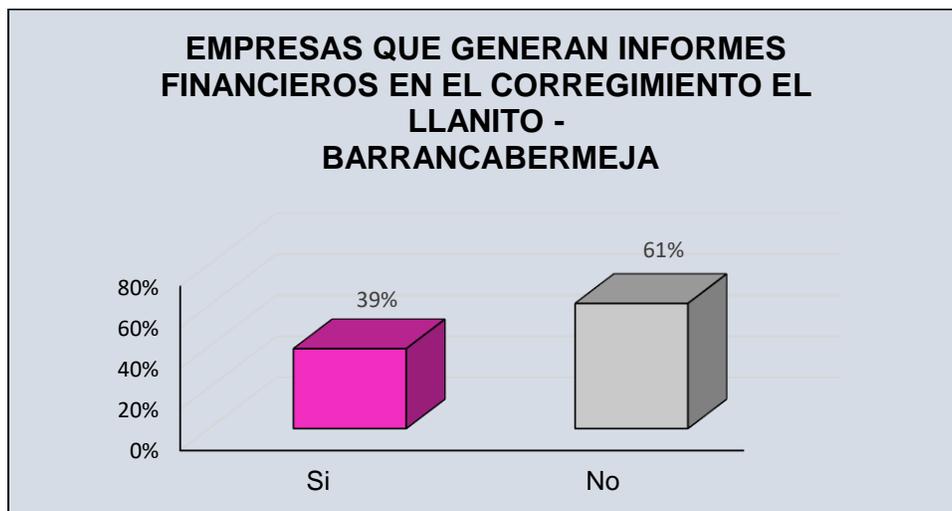
Anteriormente se describen los mecanismos de intervención para poder mitigar muchos factores negativos causados por la crisis económica vivida (Cámara de Comercio de Barrancabermeja).

Tabla 26 ¿el establecimiento genera informes financieros para saber la situación económica de la empresa?

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Si	30	39%
No	47	61%
TOTAL	77	100%

Fuente: Autores

Ilustración 25 ¿el establecimiento genera informes financieros para saber la situación económica de la empresa?



Fuente: Autores

Análisis: Como resultado de la encuesta se puede evidenciar que el 61% de las empresas del sector comercial del Llanito Barrancabermeja no generan informes financieros que se puede tomar como una clara debilidad para este porcentaje de empresas ya que para poder generar una gestión efectiva de los recursos de una organización es importante conocer como factor indispensable el estado financiero de las mismas ya que con esto se puede garantizar que se puedan tomar las mejores decisiones que encaminen a la empresa a un crecimiento continuo y un desarrollo considerable en el tiempo.

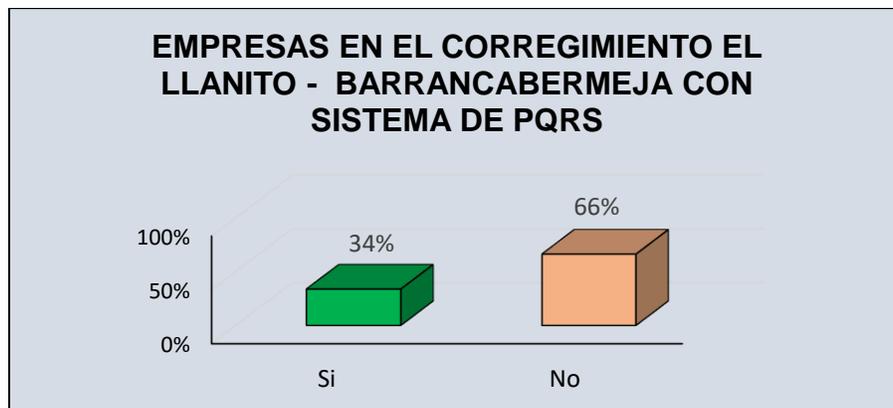
La encuesta nos mostró un 39% de las empresas que si generan estos informes financieros por lo que se puede afirmar que en estas empresas se puede hablar de una fortaleza en este sentido ya que al contar con esta información se puede conocer el estado financiero en tiempo real de las empresas su capacidad productiva proyecciones y metas logradas. El gerente puede tomar decisiones más clara y con más confianza de manera que no pone en riesgo la organización ni compromete su buena gestión

Tabla 27 ¿el establecimiento utiliza un sistema de petición, queja, reclamo o sugerencia?

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Si	26	34%
No	51	66%
TOTAL	77	100%

Fuente: Autores

Ilustración 26 ¿el establecimiento utiliza un sistema de petición, queja, reclamo o sugerencia?



Fuente: Autores

Análisis: Se puede evidenciar en los resultados arrojados por las encuestas realizadas en el sector comercial del corregimiento el llanito de Barrancabermeja, que un alto porcentaje de las empresas representadas en un 66% no manejan

sistema de PQRS. Cabe aclarar que un sistema de PQRS es una herramienta conocer las distintas inquietudes y manifestaciones de los grupos de interés con el objetivo de fortalecer el servicio ofrecido y continuar en el camino hacia la excelencia por otro lado podemos evidenciar que el 34% de la empresas de este sector si manejan este sistemas inmersos en las operación de cara al cliente o ala consumidor , para esta empresas le es mucho más fácil conocer lo que piensan los cliente, la percepción que tiene del producto o servicio y si se encuentra o no satisfechos con el servicio prestado ya que finalmente el cliente es el eje fundamental de toda organización. Se puede mencionar que para estas empresas es mucho más probable generar confiabilidad en su cliente lo que puede influir en que ellos las elijan a la hora de buscar satisfacer al alguna necesidad.

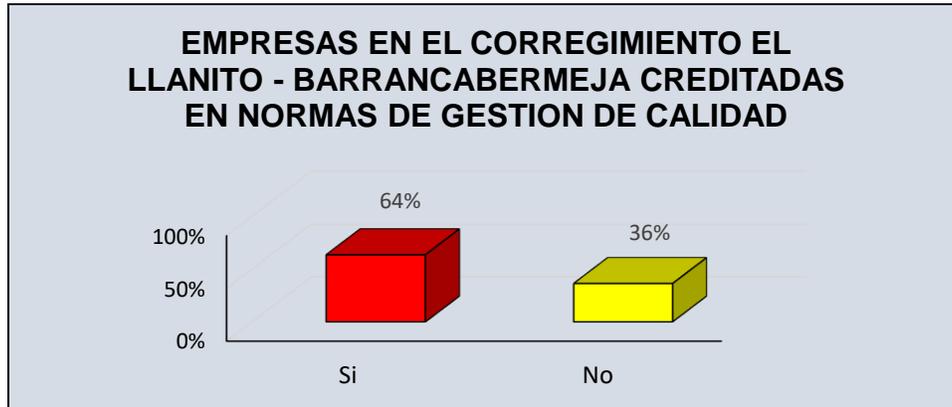
La implementación de cualquier sistema de atención de peticiones, quejas, reclamos y sugerencias se lleva a cabo con el objetivo de suplir las necesidades de las organizaciones, tanto públicas como privadas, en relación al sistema de peticiones, quejas, reclamos y solicitudes establecido. (Isotools, 2017)

Tabla 28 ¿El establecimiento se encuentra acreditado en normas de gestión de calidad?

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Si	49	64%
No	28	36%
TOTAL	77	100%

Fuente: Autores

Ilustración 27 ¿el establecimiento se encuentra acreditado en normas de gestión de calidad?



Fuente: Autores

Análisis: Desacuerdo a la los resultado de las encuestas, el 64% de las empresas cuenta con acreditación de estándares de las normas de gestión de calidad. Esto puede analizarse como una fortaleza para estas empresas ya que esta acreditación les permite tener un respaldo por parte de las instituciones reguladoras del buen servicio y la calidad de los productos de las empresas, al mismo tiempo esto genera en los clientes confiabilidad ya permite que ellos pueda tener cierta preferencias con estas organizaciones ya que cuenta con los permisos y las acreditaciones de calidad por lo tanto el riesgo que corren en la compra es estimado en un porcentaje bajo. El 36% de las empresas del sector comercial del corregimiento el llanito no cuentan con las acreditaciones de calidad lo que las pone en desventajas frente al resto de las empresas que si cumplen con este requisito de operación ya que al no contar con estos permisos las empresas pueden estar limitadas en muchos casos para poder negociar con proveedores y clientes importantes.

En un mundo empresarial competitivo, posicionarse como una empresa eficiente y que apueste por la calidad es cada vez más indispensable. Actualmente existen estándares y normas que nos permiten establecer niveles de calidad en los procesos que se desarrollan en nuestra empresa. Este es el caso de la ISO 9001 En la actual coyuntura económica, tener una empresa u organización basada en las

normas de calidad es algo fundamental, un elemento indispensable para poder participar en el mercado con plenas garantías de éxito. Hoy hablaremos de la importancia de las normas de calidad en la empresa.

Nuestros clientes buscan cada vez más, proveedores que posean determinadas características, y una de las más importantes es, sin duda, disponer de certificados de calidad que nos acrediten de forma oficial y objetiva como un proveedor fiable, Y por supuesto, las rentabilidades económicas de implementar los sistemas de calidad, ya que una correcta implantación proporciona a la empresa un abaratamiento de los costes económicos y de tiempo: duplicidad de tareas, procesos internos más eficaces, documentación innecesaria, etc. (q-bo.org, 2018)

Tabla 29 ¿el establecimiento cuenta con un buzón de sugerencias?

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA PORCENTUAL
Si	30	39%
No	47	61%
TOTAL	77	100%

Fuente: Autores

Ilustración 28 ¿el establecimiento cuenta con un buzón de sugerencias?



Fuente: Autores

Análisis: el 61% de las empresas que comprenden el sector comercial de corregimiento el llanito no hacen usos de esta alternativa y el 39% de las empresas de este sector si hace uso del buzón de sugerencias, esto deja ver que en este sector existe una falencia que se puede comprender como una debilidad de las empresas que no usan estas alternativas ya que debido a esto se niegan la oportunidad de saber de primera mano lo que piensan los cliente y las opiniones de los mismos respecto al servicio prestado de su negocio. Las empresas que si hacen parte del grupo que si hace uso de esta herramienta se pueden considerar en ventaja respecto de las otras ya que estas si pueden conocer lo que piensan y opinan los clientes, además también con estos empresarios pueden hacer que sus clientes sientan que su opinión es importante para el desarrollo de su empresas o negocio aprovechando las ventajas del buzón ya que permite a los clientes realizar críticas sobre los procesos de frente a los usuarios

4.3. Proponer estrategias que permita fomentar actividades de gestión empresarial en el sector comercial del corregimiento el Llanito de Barrancabermeja.

De acuerdo a las problemáticas y falencias encontradas en las empresas del sector comercial del corregimiento el Llanito Barrancabermeja, procedimos a proponer las siguientes estrategias de mejora

Tabla 30 Estrategias para la mejora de las empresas del sector comercial:

Estrategias	Acciones	Duración	Responsables	Presupuesto
<p>DESARROLLO Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL</p>	<p>Formar y promover en los empleados capacidad de liderazgo brindando herramienta y capacitaciones que fortalezcan y afiancen en ellos la confianza para asumir riesgos y atreverse a proponer ideas que permitan mejorar el entorno operacional de las empresas y del mismo modo poder asesorar, a cada uno de, lo cual permite mejorar los conocimientos, habilidades, conductas y actitudes del personal, obteniendo como resultado el desarrollo y expansión del sector en materia comercial</p>	<p>8 meses</p>	<p>Cámara de Comercio, Sena, Alcaldía, Gobernación de Santander, Caja de Compensación Familiar, Ecopetrol, Universidades, ONG.</p>	<p>500.000.000</p>
	<p>Promover el Marketing Digital como alternativa de comercialización de las empresas del sector comercial del llanito Barrancabermeja llevando una nueva propuesta de oferta mucho más asequible y contemporánea y que puede llegar a un mercado más amplio con el fin de poder aumentar las ventas, y posesionar la marca de manera consistente para logra un reconocimiento sustancial más favorable guardando el buen nombre de la empresa y disminuir los costos en las mismas.</p>	<p>1 año</p>	<p>Cámara de Comercio, Alcaldía, Medios de Comunicación, Ecopetrol, Universidades</p>	<p>800.000.000</p>
	<p>Consolidación convenios y alianzas estratégicas con las instituciones y empresas que desempeñan las labores de publicidad como medios de comunicación distribuidoras de mercancía, constructoras entre otros, obteniendo un beneficio en materia de costos de publicidad que permita hacer una amplia gestión integral de mercadeo.</p>	<p>8 meses</p>	<p>Empresas Comerciales, Cámara de Comercio, Alcaldía, Sena, Gobernación de Santander, Universidades</p>	<p>500.000.000</p>
	TOTAL			

<p>MEJORAS EN LA PRODUCTIVIDAD DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIAL DEL CORREGIMIENTO EL LLANITO DE BARRANCABERMEJA</p>	<p>Crear e Implementar un programa digital avanzado que permita consolidar y manejar de forma más segura y confiable la rotación de inventario información financiera de la empresa y uso adecuado de los datos de los clientes en los proceso de venta, posventa y fidelización, lo que significaría un gran avance tecnológico en el sector.</p>	1 año	<p>Empresas del sector comercial en el corregimiento el Llanito de Barrancabermeja</p>	200.000.000.000
	<p>Definir de productividad indicadores de productividad en las diferentes áreas de la empresa empresas del sector comercial de Barrancabermeja que permita un mayor control y evaluación de los procesos para la toma de decisiones.</p>	1 año	<p>Empresas del Sector Comercial, Cámara de Comercio</p>	150.000.000.000
	<p>Implementar jornadas periódicas de capacitación al personal de las distintas áreas sobre los procesos y normas a tener encuentra en la operación diaria de las empresas en corregimiento el Llanito Barrancabermeja, tales como costos, inventarios, facturación, cuentas por cobrar, cuentas por pagar y del mismo modo Invertir tiempo en formar a los empleados en las nuevas tecnologías. Los Trabajadores permanecerán actualizados y darán como resultado ventaja competitiva a la empresa. Además, les motivará su trabajo y evitará que los mejores se marchen de la empresa.</p>	6 meses	<p>Cámara de Comercio, Sena, Alcaldía, Gobernación de Santander, Caja de Compensación Familiar, Ecopetrol, Universidades, ONG.</p>	150.000.000.000
	TOTAL			500.000.000.000

INCLUSION DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIAL	<p>Implementar un plan de capacitación para el personal de las empresas en el corregimiento el Llanito Barrancabermeja, en temas específicos y de gran alcance a la hora de pretender tener un negocio competitivo como: Marketing digital, la llamada economía naranja, atención al cliente, procesos pos-venta, macroeconomía, eficiencia en el mercado, innovación, satisfacción de los mercados, productividad, gestión del servicio, calidad del producto o servicio, gestión de recursos humanos, competitividad entre otros temas de relevancia.</p>	12 meses	<p>Cámara de Comercio, Sena, Alcaldía, Gobernación de Santander, Caja de Compensación Familiar, Ecopetrol, Universidades, ONG. Ministerio de trabajo. Súper intendencia de industria y comercio, etc.</p>	100.000.000
	<p>Unir esfuerzos entre todas las empresas del corregimiento el Llanito de Barrancabermeja, abriendo espacios que permitan socializar temas en común que afecta positiva o negativamente al sector en que operan, y determinar un plan de acción que permita clasificar las debilidades del sector y definir como contrarrestarlas, logrando garantías en los procesos y también clasificar e implementar las certificaciones de calidad en pro al mejoramiento de los procesos a las empresas que lo necesiten.</p>	18 meses	<p>Acopy, Cámara de Comercio, Alcaldía, UCC, Fenalco, Superintendencia de Industria y Comercio Entidades Bancarias, Ecopetrol, ONG, Empresas del Sector Comercial.</p>	500.000.000
	<p>Fortalecer el departamento de recursos humanos promoviendo la mano de obra calificada abriendo espacios de formación en convenio con entidades educativas públicas y privadas a través de talleres, seminarios cursos intensivos certificados, para el mejoramiento de las empresas del sector comercial del corregimiento el Llanito Barrancabermeja en la búsqueda de la competitividad de la mano de obra y también personal capacitado para Impulsar un capital humano altamente capacitado en temas de mercadeo, ventas, seguridad del trabajo, medioambiente, finanzas y</p>	17 meses	<p>Universidades, Cámara de Comercio, Alcaldía Municipal, Sena, Gobernación de Santander Universidades, Fenalco, Impala, DIAN.</p>	550.000.000

	manufactura. Las importaciones de los productos que se distribuyen, venden y se intercambian de los diferentes tipos de empresas comerciales en Barrancabermeja.			
	TOTAL			\$ 1.150.000.000

FORTALECIMIENTO DE LA SOSTENIBILIDAD Y SUSTENTABILIDAD DEL SECTOR EMPRESARIAL	Capacitar a los empleados de las empresas del corregimiento el Llanito Barrancabermeja, sobre los beneficios de generar un fortalecimiento de la sostenibilidad y sustentabilidad dentro un contexto global y empresarial por parte del sector comercial garantizando que se cuide el debido cumplimiento de los objetivos, desarrollo organizacional y estabilidad del mercados con el objetivo de aumentar las ventas o hacer que consiga los objetivos de manera eficiente	6 meses	Alcaldía, Cámara de Comercio, Gobernación de Santander, Empresas del sector comercial	500.000.000
	Establecer políticas tributarias más justas que propongan mayores beneficios por concepto de pago de impuestos las empresas que hacen parte del sector comercial del Llanito de la ciudad Barrancabermeja, permitiendo que las empresas se puedan fortalecer en materia económica aumentando su capacidad de inversión con la reducción de los impuestos de manera escalonada. Generando una mayor plaza de empleo y oferta laboral.	6 meses	Secretaria de Medio Ambiente, Sena, Alcaldía, Gobernación de Santander, Universidades, Cámara de Comercio.	350.000.000
	Incluir a las empresas del sector comercial en el sistemas de articulación de redes gremiales nacionales e internacionales que permitan intercambio de experiencias, recursos tecnológicos, humanos, financieros y otros que minimicen el riesgo del cierre de las empresas en el sector comercial del corregimiento el Llanito Barrancabermeja. Para fortalecer y potenciar en manera sustancial el funcionamiento de las diferentes áreas de las empresas del	1 año	Cámara de Comercio, Secretaria de Medio Ambiente, Sena, Empresas del Sector Económico	800.000.000

	sector con nuevas formas de manejo y control de los procesos			
TOTAL				\$ 1.650.000.000

GESTIÓN DE LA IMPLEMENTACION INNOVACION Y EL DESARROLLO TECNOLOGICO DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIAL DE BARRANCABERMEJA	Dar a conocer a los empleados con la implementación capacitaciones las nuevas tendencias y tecnologías que se adoren al proceso interno de la organización y a su vez complementar la información con actividades prácticas para afianzar mejor los conocimientos sobre los nuevos procesos de innovación y desarrollo tecnológico de las empresas del sector comercial del corregimiento el Llanito de Barrancabermeja	6 meses	Alcaldía, Sena, Cámara de Comercio	500.000.000
	Sensibilizar al gremio de empresarios sobre la importancia del uso de las nuevas tecnológicas en que ya están a disposición a nivel nacional e internacional que permiten identificación de las nuevas tendencias de los mercados para hacerlas parte de las herramientas de mercadeo en las empresas del sector comercial del corregimiento el llanito de Barrancabermeja.	8 meses	Caja de Compensación, Sena, Secretaria TICS, Centro de Estudios Regionales	600.000.000
	Establecer convenios con diferentes universidades públicas y privadas de la ciudad para la realización de estudios e investigación que permita la identificación de nuevas tendencias del mercado para generar adecuaciones acordes e implementar una estrategia que este al nivel de las exigencias del sector comercial promoviendo la innovación, implementación de nuevas tecnologías y mejoras en los procesos administrativos en el sector comercial del corregimiento el Llanito Barrancabermeja	1 año	Cámara de Comercio, Sena, Alcaldía, Gobernación	700.000.000
TOTAL				\$ 1.800.000.000
TOTAL EN GENERAL				\$ 504.780.000.00

Fuente: autores

5. CONCLUSIONES

La finalidad de este proyecto consistió en realizar una caracterización de las empresas del sector comercial del corregimiento el Llanito de Barrancabermeja. Para efecto del desarrollo del proyecto de investigación, se inició con el desarrollo una investigación cuantitativa-descriptiva, para poder obtener como resultado las características más importantes de las empresas del sector comercial del corregimiento el Llanito de Barrancabermeja, con el propósito de cumplir con los objetivos propuestos anteriormente nombrados, se realizó un estudio de campo mediante la aplicación de encuestas directas a los empresarios, propietarios o administradores de los establecimientos, en los cuales se conocieron las estructuras de las organizaciones, manejo de la administración, competencias, rasgos, características más importantes y tipos de clientes que adquieren sus productos y/o servicios.

Además, los resultados obtenidos del estudio, demostraron que los establecimientos activos de dicho sector, luchan fuerte y diariamente por mantener sus organizaciones en los mercados y ser cada vez más competitivos, emprendedores y visionarios, superando cada adversidad presentada en medio de la fuerte crisis económica en la que se ha visto Barrancabermeja, debido a la disminución del precio del petróleo, lo que genero desempleo, endeudamientos y diferentes situaciones adversas presentadas en la comunidad. Para los empresarios es muy importante tener en cuenta cada detalle que les permita poder crecer por eso no desaprovechan los beneficios que ofrece el gobierno y e incluso empresas más grandes del sector privado que les permita mejores condiciones de mercado.

Toda vez que los empresarios mantengan una administración adecuada, eficiente y eficaz en todos los procesos que comprenden la operación de cada organización se puede esperar que estas empresas estén garantizando desde unos buenos procesos el éxito, crecimiento, desarrollo, competitividad y estabilidad del sector comercial que se ha sido objeto de estudio.

Por último, toda la información anteriormente recolectada y propuestas para el mejoramiento del sector, son de gran ayuda para que los diferentes procesos administrativos y organizacionales puedan tener un enfoque en lo cual obtengan crecimiento, productividad, sustentabilidad y sostenibilidad del sector comercial del corregimiento el Llanito del distrito Barrancabermeja.

Para tal propósito se llevó a cabo el desarrollo del trabajo de investigación planteado logrando a cabalidad los objetivos inicialmente propuestos así:

- ✓ **Identificar las empresas que hacen parte del sector comercial del corregimiento el Llanito de Barrancabermeja.**

Se lo gro obtener una base de datos que partió identidad de forma clara y precisa las empresas que ejercen operación comercial en el sector del corregimiento el llanito facilitando de este una visión general y objetiva de la población que fue objeto de estudio

- ✓ **Realizar un estudio que permita analizar los rasgos y características más importantes de las empresas del sector comercial de del corregimiento el Llanito mediante un instrumento de recolección de datos.**

Para este fin, se llevó a cabo la aplicación de una encuesta, la cual permitió genera una diagnóstico del estado, condiciones y características de las empresas que hacen parte del sector comercial del Llanito, logrando hacer un análisis claro y efectivo de la realidad que viven las organizaciones de forma interna y externas, lo que permito identificar las oportunidades de mejora del sector y plantear estrategias de solución o mitigación de estas debilidades de manera efectiva

- ✓ **Proponer estrategias que permita fomentar actividades de gestión empresarial en el sector comercial del corregimiento el Llanito de Barrancabermeja.**

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en las encuesta y luego de realizar un análisis profundo de estos resultados se plantearon estrategias acordes con las necesidades encontradas en el sector que permiten lograr consolidar un mercado realmente competitivo, sostenible, propositivo y preparados para los cambios, lo que conlleva a un desarrolló progresivo del mismo.

6. RECOMENDACIONES

Para efecto de recomendaciones se tiene en consideración las empresas que conformen el sector comercial del corregimiento del Llanito de Barrancabermeja. Estas tienen algunas debilidades administrativas y económicas internas, sin embargo, es de resaltar el esfuerzo que las empresas cada día implementan para sobresalir a la crisis y los cambios del mercado que logran afectarlas.

Por otro lado se evidencia desconocimiento de los beneficios de poder invertir en el mismo negocio como una forma de fortalecer a la empresa y de poder prestar un mejor servicio a la vez que se puede crecer en este sentido como organización, también se logró ver que hace falta la intervención de los entes de control del estado que promuevas estadios y políticas que respalden el sector, por lo anterior se hacen las siguientes recomendaciones:

- ✓ Garantizar que se establezca un plan estratégico que permita que los productos y servicios ofrecidos, se mantengan a la vanguardia de las necesidades de los clientes y del mercado teniendo en cuenta los cambios que estos puedan tener.
- ✓ Ejercer control en la calidad de la materia prima que se obtiene de los proveedores garantizando de esta manera que los productos cumplan con estándares altos de calidad que se requieren para atender las necesidades de los clientes
- ✓ Poner en práctica las recomendaciones de los organismos de control municipal y departamental que fomenten el fortalecimiento de la sostenibilidad y sustentabilidad del sector comercial del corregimiento el

Llanito de Barrancabermeja, creando capacitaciones en temas pertinentes e importantes para los establecimientos y empleados generando una cultura por el respeto a las normas internas como externas inherente a la empresa y así cuidar de correr riesgos que ponen la cuerda floja los intereses de la empresa y la integridad de las personas.

- ✓ Promover e implementar las nuevas tecnologías en los establecimientos como son el uso de las plataformas digitales, marketing digital, suministro de datos de los establecimientos, datos personales de los clientes, con el fin de poder averiguar lo que quieren o necesitan los clientes y de la misma manera agilizar la forma de almacenar los datos de la empresa esto con la finalidad de que las empresas siempre estén en la capacidad de competir y potenciar sus recursos.

- ✓ Generar convenios y buenas relaciones con empresas que ayuden a crecer los establecimientos y sean de complemento para los mismos, con el fin de ser más competitivos en el mercado, con infraestructuras más adecuadas y productos de mejor calidad para logra posicionarse incluso en mercados más agresivos, ya que se cuenta con un respaldo de marcas reconocidas desde luego se despierta en los clientes credibilidad.

- ✓ Realizar un estudio previo antes de cada decisión que implique inversión financiera para conocer con claridad los riesgos y beneficios a la hora de hacer dichas inversiones, ya que esto favorece documenta al gerente a la hora de tomar decisiones de estos fines porque reduce los riesgos de inversión y garantiza cuidar el capital enreiciado.

- ✓ Ideara e implementar un plan de contingencia para las empresas que no manejan esta alternativa dentro de su plan de prevención para poder garantizar en eventualidades no favorables para la operación que pierda menos tiempo y tener la capacidad de cumplir de la manera más eficiente con los compromisos de cada empresas

Para investigaciones futuras de caracterizaciones del sector comercial se propone las siguientes recomendaciones:

- ✓ Tener en cuenta las principales características, objetivos y problemática del trabajo, para desarrollar con eficacia y eficiencia un campo de más efectivo para obtener resultados fidedignos y que permitan hacer un análisis serio y confiable de la población en estudio para que al final las estrategias de mejoras sean las adecuadas para el caso y puedan tener la aceptación y resultados esperados.
- ✓ Recolectar información clara, realizando preguntas concretas, sencillas y de fácil comprensión que sean necesarias para la investigación y para conocer de manera más directa las formas de administración, manejo de recursos e implementación de nuevas estrategias, obteniendo información completa para la realización de un análisis del sector que no discrimine ningún aspecto por pequeño que este parezca.
- ✓ Ser ordenado en las diferentes etapas del desarrollo del proyecto investigativo manejando y respetando un cronograma que se ajuste a la investigación, de este modo nos ayuda a ser más productivos, ahorrar tiempo, a estar más tranquilos, con menos estrés y más efectivos a la hora de cumplir con cada etapa de la investigación .

- ✓ Garantizar el cuidado y buen uso de la información suministrada por los encuestados, haciendo usos exclusivos para los cual fue recolectada sin exponer públicamente datos privados ni usarla para otros fines.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Antonio Valls, d. g. (26 de Julio de 2013). *Ferretería y bricolaje*. Obtenido de <https://ferreteria-y-bricolaje.cdecomunicacion.es/reportajes/5983/la-importancia-de-la-iluminacion-en-el-punto-de-venta>
- BLURADIO. (2 de Febrero de 2019). *Bluradio*. Obtenido de <https://www.bluradio.com/economia/asi-seria-la-disminucion-de-subsidios-de-energia-por-estratos-205576-ie435>
- Bluradio. (12 de Febrero de 2019). *Minminas Responde por qué Gobierno Plantea Suspendir Subsidio de Energía a Estrato 3*. Obtenido de <https://www.bluradio.com/nacion/minminas-responde-por-que-gobierno-planea-suspendir-subsidio-de-energia-estrato-3-205634-ie430>
- Cage, J. M. (Agosto de 2007). *Ignius-businessinnovation*. Obtenido de ignius.com.mx/teoria-peter-drucker-innovacion-innovacion-solo-innovacion/#_ftnref1
- Camara de Comercio Barrancabermeja. (1 de diciembre de 2017). *Visión Prospectiva Barrancabermeja 2032*. Obtenido de <http://cer.org.co/index.php/resultados/desarrollo-territorial/203-vision-prospectiva-barrancabermeja-2032>
- Camara de comercio de barrancabermeja. (s.f.). *Plan Estratégico para Afrontar la Crisis Económica en Barrancabermeja*. Obtenido de http://www.ccbarranca.org.co/ccbar/images/documentos/plan_estrategico_para_afrontar_la_crisis.pdf
- Carrasco, J. B. (31 de Mayo de 2011). *Gestión de Procesos*. Santiago de Chile: Evolución S.A. Obtenido de https://issuu.com/manuelfritz/docs/resumen_libro_gesti_n_de_procesos_
- Carrasco, J. B. (2011). *Gestión de Procesos*. Santiago de Chile: Evolución S.A.
- Castro y Gonzalez. (21 de Abril de 2017). *La calidad de los productos y su importancia*. Obtenido de <https://blog.castroygonzalez.es/la-calidad-de-los-productos-y-su-importancia/>
- Centro de Estudios Regionales. (5 de Julio de 2017). *Sector turismo*. Obtenido de <http://cer.org.co/Documentos/GASB-A21-Encadenamiento-SectorLogi%CC%81stica.pdf>
- CHIAVENATO, B. (1993). *LA DIRECCION Y SUS FUNDAMENTOS CIENTIFICOS*.
- Chiavenato, I. (2004). *Comportamiento organizacional. La dinámica del éxito en las organizaciones*. Mexico: Editorial International Thomson Editores, S.A. de C.V.
- Chiavenato, I. (2004). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. McGraw - Hill Interamericana.
- CHIAVENATO, I. (2004). *INTRODUCCION A LA TEORIA GENERAL DE LA ADMINISTRACION*. McGraw - Hill Interamericana. Obtenido de McGraw - Hill Interamericana
- colombia fintech. (20 de octubre de 2019). *8 mujeres empresarias que se destacan en la industria Fintech de Colombia*. Obtenido de

- <https://www.colombiafintech.co/novedades/10-mujeres-empresarias-que-se-destacan-en-la-industria-fintech-de-colombia>
- DECRETO No. 919. (01 de mayo de 1989). *PLANEACIÓN Y ASPECTOS GENERALES*.
Obtenido de <http://www.ideam.gov.co/documents/24024/36843/DECRETO+919+DE+98.pdf/e274d9b9-e7b3-4c5f-a745-1071d98b3f9b>
- Delgado, M. R. (27 de 10 de 2018). *El país*. Obtenido de https://elpais.com/elpais/2018/10/27/opinion/1540655514_362798.html
- Diario oficial. (octubre de 14 de 2009). *LEY 1355 DE 2009*. Obtenido de <https://docs.colombia.justia.com/nacionales/leyes/ley-1355-de-2009.pdf>
- El Diario. (18 de Diciembre de 2017). *El principal objetivo del vendedor no debe ser vender, sino crear y desarrollar relaciones a largo plazo con los clientes”, consideró la analista*. Obtenido de <https://www.eldiariodelcentrodelpais.com/2017/12/18/la-importancia-de-la-base-de-datos-en-las-empresas/>
- El Tiempo. (16 de 04 de 2017). *Economía y Negocio*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/economia/empresas/empresas-liquidadas-en-colombia-cada-ano-por-supersociedades-78394>
- empresarios informacion básica para pymes y autónomos. (1 de abril de 2014). *Ventajas e inconvenientes de alquilar un local para un negocio*. Obtenido de <https://empresariados.com/ventajas-e-inconvenientes-de-alquilar-un-local-para-un-negocio/>
- Essedi . (22 de Junio de 2018). *La importancia de las redes sociales para tu empresa*. Obtenido de <https://www.essedi.es/noticias/la-importancia-de-las-redes-sociales-para-tu-empresa-4565/>
- Failure Institute. (2015). *Porque los negocios fracasan en colombia*. Obtenido de <http://thefailureinstitute.com/colombia-research/>
- FAYOL, H. (1916). *ADMINISTRACION INDUSTRIELL ET GENERATIE*. McGrae - Hill Interamericana.
- Gaztenpresa. (5 de mayo de 2014). *¿Cómo funciona un datáfono? ¿Qué es un datáfono móvil?* Obtenido de <https://gaztenpresa.org/es/categorias-del-blog/financiacion/como-funciona-datafono-que-es-datafono-movil/>
- Gómez, C. G. (2018). *El Capital y la teoría de la Productividad Marginal*. Obtenido de <http://www3.uah.es/econ/hpeweb/capitalt/clark.htm>
- Hubspot. (29 de julio de 2019). *La importancia de las PYMES en Colombia*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/la-importancia-de-las-pymes-en-colombia>
- Iparraguirre, A. M. (2009). *Teoría del Desarrollo Sostenible PNUD / Crecimiento Sostenible*. Obtenido de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2009/amdi/Teoria%20del%20Desarrollo%20Sostenible.htm>
- Isotools. (26 de septiembre de 2017). *La importancia de un sistema de atención de peticiones, quejas, reclamos y sugerencias*. Obtenido de <https://www.isotools.org/2017/09/26/importancia-sistema-atencion-peticiones-quejas-reclamos-sugerencias/>
- IZA Business Centers. (05 de febrero de 2018). *Buzón de sugerencias: Escuchar opiniones y ejecutar cambios*. Obtenido de <https://blog.izabc.com.mx/buzon-de-sugerencias-empresarial>
- Juran, J. (2001). *Manual de Calidad Total*. Madrid: MCGRAW - HILL INTERAMERICANA.

- JURAN, J. (2001). *MANUAL DE CALIDAD TOTAL*. MADRID: MCGRAW - HILL INTERAMERICANA. Obtenido de MCGRAW - HILL INTERAMERICANA
- Ley 905 2004. (s.f.). *Desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana*. Obtenido de http://www.comunidadcontable.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/ley_905_de_2004.pdf
- MARLAINE, E. H. (1998). *IMPROVING EDUCATIONAL EFFICIENCY IN DEVELOPING COUNTRIES*. McGraw - Hill Interamericana.
- MINISTERIO DEL TRABAJO . (2012). *Ley 1221 de 2008* . Obtenido de http://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/36491/decreto_0884_de_2012.pdf/317004d2-cb38-5088-b719-5ed047bec077
- Mintic. (28 de febrero de 2017). *GESTIÓN DE LA SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO*. Obtenido de https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-62124_gestion_seguridad_salud_trabajo.pdf
- Mipymes . (14 de Octubre de 2016). *Que son las Mipymes*. Obtenido de <http://mipymesyg.blogspot.com/>
- Palley, T. (2007). *Piketty y la Teoría de la productividad Marginal*. Obtenido de <https://tiemposcriticos.files.wordpress.com/2015/12/piketty-y-la-teorc3ada-de-la-productividad-marginal.pdf>
- Porter, M. (1985). *La Ventaja Competitiva según Michael Porter*. Obtenido de http://fcaenlinea1.unam.mx/anexos/1423/1423_u3_act3.pdf
- Porter, M. (1985). *La Ventaja Competitiva Según Michael Porter*. Obtenido de http://fcaenlinea1.unam.mx/anexos/1423/1423_u3_act3.pdf
- Porter, M. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. *Harvard Business Review*.
- PORTER, M. (1990). *THE COMPETITIVE ADVANTAGE OF NATIONS* . *HARVARD BUSINESS REVIEW*.
- q-bo.org. (09 de marzo de 2018). *Importancia normas de calidad en la empresa*. Obtenido de <https://q-bo.org/importancia-normas-calidad-la-empresa/>
- RAMIREZ, E. M. (s.f.). *PRODUCTIVIDAD BASE DE LA COMPETITIVIDAD* . LIMUSA.
- RESOLUCIÓN No. 180540 . (30 de marzo de 2010). *General del Reglamento Técnico de Iluminación y Alumbrado Público*. Obtenido de https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/adminverblobawa?tabla=T_NORMA_ARC_HIVO&p_NORMFIL_ID=431&f_NORMFIL_FILE=X&inputfileext=NORMFIL_FILEN_AME
- REVISTA DE ESTUDIOS AVANZADOS DE LIDERAZGO . (2014). *REVISION SOBRE LA SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL* . Obtenido de <http://www.regent.edu/acad/global/publications/real/vol1no3/4-catrillon.pdf>
- Rivero, L. M. (Octubre de 2007). *Las políticas fiscales y su impacto en el bienestar social de la población venezolana. Un análisis desde el paradigma crítico, periodo; 1988-2006*. Obtenido de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/lmr/Teoria%20del%20Desarrollo%20Sustentable.htm>
- Sociedad, C. y. (Abril-Junio de 2006). *Aspectos teóricos de la competitividad*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/870/87031202.pdf>
- Sodexo. (22 de Agosto de 2018). *La importancia de los medios digitales en las empresas y las Pymes*. Obtenido de <https://blog.sodexobeneficios.co/blog/la-importancia-de-los-medios-digitales-en-las-empresas-y-pymes>

- Technica, Scientia et. (2009). *Schumpeter, Innovación y Determinismo Tecnológico*.
Obtenido de file:///C:/Users/Kelly%20Tejada/Downloads/Dialnet-SCHUMPETERINNOVACIONYDETERMINISMOTECNOLOGICO-4842897%20(1).pdf
- The New York Times. (16 de Septiembre de 2018). *Porqué Maduro Prefiere la Crisis y el Caos*. Obtenido de https://www.nytimes.com/es/2018/09/16/opinion-corrales-crisis-venezuela/?rref=collection%2Fsectioncollection%2Fnyt-es&action=click&contentCollection=crisis-economica-de-venezuela®ion=stream&module=stream_unit&version=latest&contentPlacement=3&pgtype=co
- TRABAJO, C. S. (2011). *CODIGO SUSTANTIVO DE TRABAJO*.
Universidad Autonoma de Madrid. (7 de enero de 2007). *Competitividad y Globalización: Nuevos y Viejos*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/39339396_Competitividad_y_globalizacion_nuevos_y_viejos_desafios
- Universidad Catolica los Angeles de Chimbote. (2017). *Caracterizacion del Financiamiento de las Micro y Pequeñas Empresas Sector Comercio del Perú*. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5135/FINANCIAMIENTO_MYPES_AQUINO_HERRERA_MIRIAM_YANETH.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE. (21 de Septiembre de 2018). *CARACTERIZACION DEL FINANCIAMIENTO DE LAS MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS COMERCIALES EN EL PERU*. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/5795>
- Universidad de Chile. (Enero de 2009). *Análisis y Caracterización de los paneles solares en Chile*. Obtenido de <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/103621>
- Universidad del Externado de Colombia. (21 de ABRIL de 2019). *Blog de negocios*. Obtenido de <https://dernegocios.uexternado.edu.co/controversia/colombia-un-resumen-historico-de-nuestras-crisis-economicas-y-lo-que-nos-espera/>
- UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER . (2015). *CARACTERIZACION DE LAS EMPRESAS NACIONALES NACIDAS GLOBALES-BORN GLOBAL FIRMS*. Obtenido de <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2015/156419.pdf>
- UNIVERSIDAD JAVERIANA . (31 de mayo de 2018). *CARACTERIZACION DE UNA EMPRESA FAMILIAR DE CALZADO EN EL SECTOR EL RESTREPO*. Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/41883>
- Universidad Santo Thomas de Aquino. (2015). *Caracterización Socioeconomica de los Microempresarios en el Barrio Ciudadela San Antonio del Municipio de Villavicencio en el 2014*. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/14281/2015cristiancastaneda.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vanguardia . (19 de Agosto de 2015). *Ventajas de aprender otro idioma*. Obtenido de <https://www.vanguardia.com/entretenimiento/jovenes/ventajas-de-aprender-otro-idioma-ICVL323920>
- Vanguardia . (18 de septiembre de 2016). *Más de 1.100 negocios han cerrado las puertas este año*. Obtenido de

<https://www.vanguardia.com/santander/barrancabermeja/mas-de-1100-negocios-han-cerrado-las-puertas-este-ano-BFVL373376>
Vanguardia . (22 de 04 de 2018). Obtenido de
<https://www.vanguardia.com/opinion/editorial/la-agonia-de-barrancabermeja-LEVL430946>

8. ANEXOS

Imagen 1 Encuesta

ENCUESTA

La presente encuesta es de carácter académico, liderada por los estudiantes del programa de Tecnología en Gestión Empresarial y Tecnología en Mercadeo y Gestión Comercial de las Unidades Tecnológicas de Santander – UTS, tiene el propósito de conocer y caracterizar algunos factores y rasgos que influyen o limitan a la prestación del servicio en la ciudad de Barrancabermeja, de esta manera generar información pertinentes a los diferentes actores de índole privado o público que ayuden a desarrollar y financiar estrategias enfocadas al crecimiento y fortalecimiento empresarial. Agradecemos responder con sinceridad y veracidad cada una de las preguntas formuladas en la presente encuesta para generar información real y precisa. Es de vital importancia que quien responda la encuesta sea administrador, gerente o propietario del negocio.

INFORMACION GENERAL

Nombre del establecimiento _____ Dirección _____
Barrio _____
Comuna _____ Estrato _____ Sexo del Gerente _____

¿De los siguientes rangos ¿Cuál es la antigüedad en la prestación del servicio de su establecimiento o negocio?

- | | | |
|----|-----------------|-------|
| a. | Menor a un año | _____ |
| b. | De 1 a 2 años | _____ |
| c. | De 2 a 3 años | _____ |
| d. | De 3 a 4 años | _____ |
| e. | De 4 a 5 años | _____ |
| f. | De 5 a 10 años | _____ |
| g. | De 10 a 15 años | _____ |
| h. | Más de 15 años | _____ |

INFORMACION DE INFRAESTRUCTURA

¿Las instalaciones donde se encuentra ubicada la empresa es?

- | | | |
|----|-----------|------------|
| a. | Arrendada | _____ |
| b. | Propia | _____ |
| c. | Otro | Cual _____ |

¿En qué condiciones considera usted que se encuentran las instalaciones de su empresa para la prestación del servicio?

- | | |
|-----------|-------|
| Excelente | _____ |
| Buena | _____ |
| Regular | _____ |
| Malo | _____ |

¿Las instalaciones de la empresa cuenta con la iluminación adecuada para prestar el servicio?

- | | |
|----|-------|
| SI | _____ |
| NO | _____ |

¿Según su criterio, La fachada del negocio es atractiva para los clientes?

- | | |
|----|-------|
| SI | _____ |
| NO | _____ |

¿Hace cuánto tiempo realizó la última adecuación o mejoramiento de infraestructura al negocio u empresa?

- | | | |
|----|-----------------------------|-------|
| a. | Menos de 1 Mes | _____ |
| b. | Entre 1 Mes y 6 Meses | _____ |
| c. | Entre 7 Meses a 12 Meses | _____ |
| d. | Mayor a un año hasta 2 Años | _____ |
| e. | Entre 3 años y 5 años | _____ |
| f. | Mas de 6 años | _____ |

¿Cada cuanto realiza mejoramientos, adecuaciones y mantenimiento a la infraestructura del negocio o empresa?

- a. Todos los días _____
- b. Quincenalmente _____
- c. Mensualmente _____
- d. Bimestralmente _____
- e. Trimestralmente _____
- f. Semestralmente _____
- g. Anualmente _____

¿El establecimiento cuenta plan de contingencia para desastres o emergencias?

- a. SI _____
- b. NO _____

A. INFORMACION DE TALENTO HUMANO

¿Cuántos colaboradores tiene actualmente vinculados para la prestación del servicio?

- a. 1 colaborador _____
- b. Entre 2 y 3 colaboradores _____
- c. Entre 4 y 5 colaboradores _____
- d. Entre 6 y 10 colaboradores _____
- e. Entre 10 y 30 colaboradores _____
- f. Más de 30 colaboradores _____

¿Qué modalidad de contrato aplica comúnmente en el establecimiento?

- a. Contrato verbal _____
- b. Contrato a término indefinido _____
- c. Contrato a término fijo _____
- d. Contrato por obra y servicio _____
- e. Terceriza la mano de obra _____
- f. Contrata por jornada _____
- g. Otra Cual _____

¿Con que frecuencia realizan capacitaciones a sus colaboradores?

- a. Semanalmente _____
- b. Mensualmente _____
- c. Trimestral _____
- d. Semestral _____
- e. Anual _____
- f. No realiza capacitaciones _____

¿Cada cuanto realiza actividades de pausas activas a los empleados?

- a. Una vez al día _____
- b. Dos Veces al día _____
- c. Tres o más veces al día _____
- d. Dia por medio _____
- e. Dos veces por semana _____
- f. Una vez a la semana _____
- g. Cada quince días _____
- h. Cada mes _____
- i. No realiza actividades de pausas activas _____

¿Considera usted que el clima laboral de su empresa es?

- a. Debe mejorar _____
- b. Adecuado _____
- c. Bueno _____
- d. Excelente _____

¿El establecimiento o negocio cuenta con personal que domina un segundo idioma?

- a. SI _____ ¿Cual? _____
- b. NO _____

¿El establecimiento genera informes financieros para saber la situación económica de la empresa?

- a. SI
- b. NO

INFORMACIÓN SOBRE CALIDAD DEL SERVICIO

¿El establecimiento utiliza un sistema de Petición, Queja, Reclamo o Sugerencia (PQRS)?

- a. SI
- b. NO

¿Su establecimiento se encuentra acreditado en normas de gestión de calidad?

- a. SI
- b. NO

¿El establecimiento cuenta con un buzón de sugerencias?

- a. SI
- b. NO

GRACIAS POR LA ATENCIÓN PRESTADA

Fuente: autores

Imagen 2 Información suministrada por la Cámara de Comercio de las empresas del sector comercial del Llanito de Barrancabermeja.

Correos: JULIO MENDOZA SALIN | SYC | Roundcube Webmail = SYC

correo.syc.com.co/mail/?task=mail&_action=show&uid=429&_inbox=INBOX&_search=aad6f655d7fa7db355019c87e34b009d&_caps=pdf%3D1%2Cflash%3D0%2Ctif%3D0

INFORMACION EMPRESARIAL

Remitente: GEOVANNY MANCILLA MARTINEZ
Destinatario: jemendoza@syc.com.co
Fecha: 2019-10-29 17:37

Cordial saludo,

Atendiendo a solicitud se encontraron las siguientes cantidades de empresas según la actividad económica, el valor de cada registro es de 2300 pesos.

Etiquetas de fila	Cuenta de CIU-1
A0126 ** Cultivo de palma para aceite (palma africana) y otros frutos oleaginosos	1
A0130 ** Propagación de plantas (actividades de los viveros - excepto viveros forestales)	1
A0141 ** Cría de ganado bovino y bufalino	2
A0144 ** Cría de ganado porcino	1
A0161 ** Actividades de apoyo a la agricultura	1
A0322 ** Acuicultura de agua dulce	1
B0910 ** Actividades de apoyo para la extracción de petróleo y de gas natural	1
C1081 ** Elaboración de productos de panadería	1
C1084 ** Elaboración de comidas y platos preparados	2
C1089 ** Elaboración de otros productos alimenticios n.c.p.	1
C2511 ** Fabricación de productos metálicos para uso estructural	2
C2592 ** Tratamiento y revestimiento de metales mecanizado	1
C3312 ** Mantenimiento y reparación especializado de maquinaria y equipo	1
C3313 ** Mantenimiento y reparación especializado de equipo electrónico y óptico	1
E3600 ** Captación, tratamiento y distribución de agua	3
E3900 ** Actividades de saneamiento ambiental y otros servicios de gestión de desechos	1
F4290 ** Construcción de otras obras de ingeniería civil	5
F4312 ** Preparación del terreno	1
F4322 ** Instalaciones de fontanería, calefacción y aire acondicionado	1
F4390 ** Otras actividades especializadas para la construcción de edificios y obras de ingeniería civil	5
G4520 ** Mantenimiento y reparación de vehículos automotores	1
G4541 ** Comercio de motocicletas y de sus partes, piezas y accesorios	1
G4711 ** Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco	8

Correos: JULIO MENDOZA SALIN | SYC | Roundcube Webmail = SYC

correo.syc.com.co/mail/?task=mail&_action=show&uid=429&_inbox=INBOX&_search=aad6f655d7fa7db355019c87e34b009d&_caps=pdf%3D1%2Cflash%3D0%2Ctif%3D0

INFORMACION EMPRESARIAL

Remitente: GEOVANNY MANCILLA MARTINEZ
Destinatario: jemendoza@syc.com.co
Fecha: 2019-10-29 17:37

M7110 ** Actividades de arquitectura e ingeniería y otras actividades conexas de consultoría técnica	3
N7710 ** Alquiler y arrendamiento de vehículos automotores	1
N7730 ** Alquiler y arrendamiento de otros tipos de maquinaria, equipo y bienes tangibles n.c.p.	4
N7850 ** Otras actividades de suministro de recurso humano	4
N7990 ** Otros servicios de reserva y actividades relacionadas	1
Q8699 ** Otras actividades de atención de la salud humana	1
R9103 ** Actividades de jardines botánicos, zoológicos y reservas naturales	1
R9229 ** Otras actividades recreativas y de esparcimiento n.c.p. (en blanco)	1
Total general	96

Puede realizar el pago en nuestras oficinas o a través de transferencia bancaria.

Cordialmente,

GEOVANNY MANCILLA MARTINEZ
Jefe de sistemas
Email: gmancolla@cbarranca.org.co
Teléfono: (+57) 4002001 Ext. 215

CÁMARA DE COMERCIO DE BARRANCABERMEJA
Unidad de Promoción

Barrancabermeja, Santander - info@cbarranca.org.co
Calle 49 # 12-70 - piso 2 - P.O. 171.602.02.02 - fax: (7) 602.19.97 | www.cbarranca.org.co

Mensaje importante
Este mensaje y sus anexos están dirigidos para ser usados por su destinatario exclusivamente y puede contener información confidencial y/o reservada protegida legalmente. Si la notifica que cualquier distribución o reproducción del mismo, o de cualquiera de sus anexos, está estrictamente prohibida. Si usted ha recibido este mensaje por error, por favor notifique inmediatamente y elimine su texto original, incluidos los anexos, o destruya cualquier reproducción del mismo. Las opiniones expresadas en este mensaje son responsabilidad exclusiva de quien las emite y no necesariamente reflejan la posición institucional de Cámara de Comercio de Barrancabermeja, ni comprometen la responsabilidad institucional por el uso que el destinatario haga de las mismas. Este mensaje ha sido verificado con software antivirus. En consecuencia, la Cámara de Comercio de Barrancabermeja, no se hace responsable por la presencia en él, o en sus anexos, de algún virus que pueda generar daños en los equipos o programas del destinatario.

Imagen 3. Evidencia registro fotográfico de Campo.



ELABORADO POR:
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR : Asesor de planeación
FECHA APROBACION:



ELABORADO POR:
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR : Asesor de planeación
FECHA APROBACION:



ELABORADO POR:
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR : Asesor de planeación
FECHA APROBACION: