

2013

EVALUACIÓN CUALITATIVA DE LOS IMPACTOS FINANCIEROS EN LA VÍA DE LA MODA POR LA INTERVENCIÓN DEL METROPLUS



Eliana María García Hurtado

Cesar Andrés García Rhode

Institución Universitaria Esumer

Facultad de Administración Comercial y de Mercadeo

Administración Finanzas

Medellín, Colombia



**EVALUACIÓN CUALITATIVA DE LOS IMPACTOS FINANCIEROS EN LA VÍA
DE LA MODA POR LA INTERVENCIÓN DEL METROPLUS**

Eliana María García Hurtado

Cesar Andrés García Rhode

**Institución Universitaria Esumer
Facultad de Administración Comercial y de Mercadeo
Medellín, Colombia
2013**

**EVALUACIÓN CUALITATIVA DE LOS IMPACTOS FINANCIEROS EN LA VÍA
DE LA MODA POR LA INTERVENCIÓN DEL METROPLUS**

Eliana María García Hurtado

Cesar Andrés García Rhode

Informe presentado para optar al título de:

Administración Finanzas

Asesor:

Dany Yilbán Cano Torres

Línea de Investigación:

Administración Comercial y de Mercadeo

Institución Universitaria Esumer

Facultad de Administración Comercial y de Mercadeo

Medellín, Colombia

2013

Introducción

Este trabajo de grado tiene como objeto de estudio analizar las consecuencias financieras que llegan a sufrir los comerciantes de ciertos sectores de la ciudad con la construcción del sistema de transporte masivo y sus troncales, Metroplus. Se quiere analizar ventajas y desventajas que trae la planificación y ejecución de este tipo de proyectos dentro de zonas comerciales y que tan vulnerables se vuelven estas, a obras de infraestructura tan importante y relevante. A la vez se quiere dar posibles soluciones a las problemáticas que a diario se presentan en el desarrollo de ciertas obras y mostrar antecedentes de lo que se ha hecho en diferentes partes, no solo de la ciudad sino del país, para mitigar y amortiguar dichas consecuencias que en muchas ocasiones pueden llegar a ser hasta causales de quiebra y pérdida de miles de empleos.

Dentro del trabajo se plasman comentarios de entrevistas tanto a empresarios del sector como a expertos en materia de movilidad y desarrollo empresarial local para sustentar cada una de nuestras propuestas y posibles soluciones a fenómenos que en estos casos puedan presentarse. Es un trabajo que amerita trascender y ser conocido, ya que tiene que ser fuente de consulta de futuros comerciantes y empresarios que posiblemente sufrirán las mismas consecuencias por el desarrollo de obras en diferentes focos de comercio de la ciudad o del país, bien sea por mega obras no solo de movilidad sino de desarrollo urbano e industrial. Por medio de este trabajo se sustentan unas bases de comienzo para revisar y analizar posibles estrategias financieras y económicas administrativas que no perturben tanto los indicadores numéricos y contables de las pequeñas, medianas y grandes empresas de los sectores comerciales.

Tabla de Contenido
Evaluación Cualitativa de los Impactos Financieros
en la Vía de la Moda por la Intervención del Metroplus

	Pág.
INTRODUCCIÓN _____	I
1. PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA DE TRABAJO DE GRADO _____	1
1.1. Título _____	1
1.2. Antecedentes _____	1
1.3. Objeto de Estudio _____	5
1.4. Planteamiento del Problema _____	5
1.5. Objetivos _____	5
1.5.1. Objetivo General _____	5
1.5.2. Objetivos Específicos _____	6
1.6. Justificación _____	6
1.7. Marco Teórico _____	8
1.8. Marco Metodológico _____	14
1.9. Tipo de Investigación _____	17
1.10. Alcance _____	17
2. DESARROLLO DEL PROYECTO _____	19
2.1. Identificación de las Variables Financieras Afectadas en las Empresas de la Vía de la Moda. _____	19
2.2. Estrategias Financieras Utilizadas Por Los Empresarios _____	24
2.3. Contraste De La Situación Financiera De Las Empresas, Antes, Durante Y Después De La Construcción De La Obra. _____	25
2.4. Análisis Del Desarrollo Económico Y Competitivo Del Sector _____	31
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES _____	34
Conclusiones _____	34
Recomendaciones _____	35
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS _____	37
ANEXOS _____	38
Anexo A. Formato de Encuesta _____	38

Lista de Tablas
Evaluación Cualitativa de los Impactos Financieros
en la Vía de la Moda por la Intervención del Metroplus

	Pág.
Tabla 1. Parámetros para el Cálculo del Tamaño de la Muestra_____	17

Lista de Figuras
Evaluación Cualitativa de los Impactos Financieros
en la Vía de la Moda por la Intervención del Metroplus

	Pág
Figura 1. Etapas del Estudio_____	14
Figura 2. Consideraciones del Proyecto Sistema Vial Metroplús para el Sector Vía de la Moda _____	20
Figura 3. Contaron con los Empresarios Antes de Desarrollar el Proyecto _____	21
Figura 4. Afectación del Proceso de Construcción de la Obra_____	22
Figura 5. Estrategias Financieras Utilizadas _____	24
Figura 6. . Situación Financiera antes de la Construcción de la Obra._____	26
Figura 7. Situación Financiera Durante la Construcción de la Obra._____	26
Figura 8. Situación Financiera Después de la Construcción de la Obra. _____	27
Figura 9. Incrementaron los Beneficios Económicos Después de la Obra _____	27
Figura 10. Áreas Afectadas en la Empresa. _____	29
Figura 11. Aspectos Sociales de la Obra _____	30

1. Presentación de la propuesta de trabajo de grado

1.1. Título

Evaluación Cualitativa de los Impactos Financieros en la Vía de la Moda por la Intervención del Metroplús

1.2. Antecedentes

Como ya se ha mencionado en diferentes ocasiones en el desarrollo de este trabajo, la necesidad de crear este estudio y darle solución a este problema han sido, de hecho, las experiencias que se han tenido en años anteriores con el tema de la construcción de (las obras de transporte) cada una de las troncales del Metroplús que a la fecha existen. Se tienen como ejemplo los testimonios dados y publicados por el periódico El Colombiano aproximadamente en el año 2008 frente a las consecuencias que tuvo para el sector de la calle 30 la evolución de dicho proyecto para los comerciantes de la zona.

Por este tipo de intervenciones físicas existió la necesidad por parte de varios empresarios, de cerrar las puertas de sus establecimientos ya que por higiene y contaminación no podían permanecer con ellos abiertos. Otros por su parte, cerraron por la ausencia de clientes en sus establecimientos y otros como ferreterías y depósitos por la incomodidad a la hora de la descarga de cualquier material ya que los tenían que dejar en la calle 29 B y llevarlos hasta cada uno de sus establecimientos de la calle 30. Casos como estos se presentaron, se presentan y se presentarán en las diferentes zonas donde se construyen los

corredores viales del Metroplús y son esas consecuencias y fenómenos financieros los cuales trataremos de dar una posible solución o plantear diferentes estrategias para mejorar la situación de dichos habitantes y comerciantes de la ciudad del área Metropolitana. Ahora que decir de los actuales inconvenientes que tuvieron los vecinos del municipio de Itagüí, más explícitamente, los comerciantes de la vía de la moda, cuando estuvieron con la construcción de las vías principales del Metroplus en la localidad. Queremos evitar que los comerciantes de dichos sectores pierdan toda su utilidad por construcciones de inversión pública donde tienen que acatar porque les toca y no porque están de acuerdo y se les tuvo en cuenta apoyándolos en sus necesidades y preocupaciones como empresarios que son.

La Comisión económica para América Latina y El Caribe (CEPAL) en su investigación titulada *“Innovación ambiental de servicios urbanos y de infraestructura: Hacia una economía baja en carbono”* (Naciones Unidas, 2009) habla y se refiere al tema de la calidad de vida y de la disminución del dióxido de carbono con sistemas inteligentes y amables ambientalmente hablando de transporte masivo. Dentro de algunas regiones se hace referencia de algunos aspectos positivos que vieron dentro del desarrollo local a nivel Medellín y como este sistema ha sido relevante en algunos temas en particular para la comunidad.

Dentro de esta investigación, la CEPAL menciona algo que es de suma importancia para la investigación y que quizás ha sido el motor de este proyecto masivo de transporte que puede llegar a afectar positiva o negativamente en ciertos aspectos económicos a los actores directos o indirectos de este megaproyecto llamado METRO PLUS. Este aspecto se refiere al hecho de que la comunidad en general tiene que recorrer grandes distancias en su rutina diaria a lugares específicos donde se concentra el comercio y la industria (Centro de la moda

– ITAGUI) y cada día se hace más complicado y difícil hacerlo por las vías terrestres que nos suministra nuestra localidad, volviéndose esto un reto ya que cada vez hay más población de motociclistas, peatones y carros circulando por las mismas vías día tras día, afectando esto el normal desempeño vial, tránsito y circulación por las vías de la ciudad.

Según la consultora de la CEPAL. La señora; Cristina Holuigue, la necesidad de un transporte masivo dentro de la región “*genera más demandas espaciales y territoriales en la ciudad*” y con esto, proyectos de modificación de infraestructura vial que pueden llegar a afectar a algunas personas de dichos sectores en sus actividades comerciales diarias sin ver ningún tipo de compensación o ayuda por el desarrollo de dichos trabajos, afectando con esto el desarrollo económico del sector durante un tiempo bastante considerable.

Alguno de los objetivos generales del plan que vieron en su estudio los miembros de la CEPAL, es *Apoyar y sostener el desarrollo económico de la población* mediante la integración regional y el posicionamiento del Valle de Aburrá en el contexto nacional e internacional. Sin embargo cabe destacar que a la hora de comprobar si esto se estaba dando o no con dicho proyecto no encontraron mucha información a favor o en contra de la población usuaria y concluyeron que en realidad la mayoría de las decisiones, por no decir que todas, están en cabeza de los altos mandos de este proyecto y los interventores gubernamentales a cargo del mismo. En realidad, es muy poca, casi nula, los comentarios de la opinión pública en este megaproyecto que se ve afectada día tras día positiva o negativamente por cada uno de los procesos que este proyecto conlleva.

La CEPAL también menciona en su investigación del proyecto del METRO PLUS que pueden llegar a existir unas causas o como bien lo llaman ellos, “*fenómenos*

desencadenantes” latentes que pueden provocar un vuelco total en el desarrollo y logro de objetivos de este sistema masivo de transporte. Entre estos aspectos encontramos dos de relevancia para nuestro tema, que son:

Niveles aun precarios en la cultura de concertación necesaria para el desarrollo de nuevos procesos urbanísticos con el acompañamiento municipal e institucional requerido.

Ausencia de la cultura de la gestión necesaria para promover desarrollos más equilibrados, reconociendo la importancia del sector privado dentro de las dinámicas de la región.

Teniendo en cuenta este último aspecto, la CEPAL misma ve la poca participación que tuvo, tiene y tendrá en este proyecto el sector privado, lo poco que propone o dejan proponer a la hora de desarrollar proyectos masivos dentro de la región o la ciudad en general. Quizás se nota más la ambición por parte del gobierno nacional y sus centralidades de desarrollar inversiones satisfaciendo ciertas necesidades pero provocando otras sin el ánimo de ayudar a encontrar la solución y trabajar como una nación, no como si fueran departamentos independientes a la nación y al pueblo.

Sin embargo, si es de anotar que la CEPAL en general, pone como modelo de innovación, alto grado de responsabilidad ambiental y de desarrollo urbanístico y de movilidad a nivel mundial el caso de Colombia con su sistema masivo METRO y METROPLUS como un sistema de transporte inteligente y amigable con la comunidad y el medio ambiente en general. Nos pone como ejemplo a seguir en toda la región de América Latina y porque no a nivel mundial.

1.3. Objeto de Estudio

Esta investigación estará enfocada en los impactos financieros que tuvo la construcción del sistema vial de Metroplús en las Microempresas ubicadas en la vía de la moda del municipio de Itagüí y las acciones de sobrevivencia y superación de dichas empresas.

1.4. Planteamiento del Problema

El momento en que Metroplús S.A en su proceso de construcción del sistema de transporte masivo en el sur del área metropolitana y demás tramos de la obra en general, cierra las vías principales o arterias de la ciudad, en este caso en particular, la carrera principal del centro de la moda (carrera 52D) del municipio de Itagüí, genera un impacto en las finanzas de las Microempresas de Confección y Moda que desarrollan la actividad económica en este sector y una crisis que puede llevar a la pérdida de actividades y negocios que llevan tiempo e historia en este sector de la ciudad.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Evaluar cualitativamente los impactos financieros que generó la construcción del sistema integrado de transporte en las finanzas de las Microempresas del sector económico de

la confección y moda, ubicados en la vía de la moda del municipio de Itagüí durante los años 2.010 y 2012.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Identificar las variables financieras de las Microempresas ubicadas en la vía de la moda que tuvieron mayor impacto en el periodo de construcción de la obra del sistema Integrado de transporte masivo Metroplus
- Observar las estrategias financieras utilizadas por los empresarios durante la construcción de la obra con las que lograron enfrentar esta situación y generar valor en la empresa.
- Contrastar la situación financiera de las Microempresas en el antes, durante y después de la obra del sistema integrado Metroplus
- Identificar las posibles alternativas para fortalecer el desarrollo productivo de las empresas de la Vía de la Moda mediante el aprovechamiento de la obra Metroplus.

1.6. Justificación

El estudio cualitativo sobre el impacto financiero en las Microempresas del sector de la vía de la moda por la construcción del sistema de transporte masivo de Metroplus, cobra importancia al ser un tema de trascendencia local y de interés público; ya que es paradójico que una inversión por parte del gobierno para desarrollar un sistema de transporte más eficiente pueda traer consigo unas consecuencias positivas ó negativas, como fue el caso de la calle 30 en el año 2007 y 2008, que tuvo mejoras urbanísticas y el sector se ve mucho más

agradable que en años anteriores, pero que trajo consecuencias poco favorables a los comerciantes que se vieron obligados a cerrar en diferentes ocasiones sus establecimientos de comercio, por la contaminación y el poco flujo de clientes que normalmente visitaba y frecuentaba la zona.

Por esta razón, durante el desarrollo de este proyecto se busca identificar el impacto financiero que tuvieron los comerciantes antes, durante y después de la construcción de la obra e identificar los beneficios o consecuencias financieras que les trae este tipo de obras a las empresas del sector y dar respuesta a interrogantes como: ¿Qué tuvieron que hacer en su momento los comerciantes de la zona para no verse totalmente perjudicados en sus finanzas?, ¿Qué estrategias de índole financiero les proporciono el estado o la dirección de planeación territorial a los comerciantes para no irse a la quiebra y tener que cerrar sus negocios? Y si tuvieron que cerrar los negocios, como fue el caso de muchos, ¿qué apoyo recibieron o están recibiendo y porque tipo de entidades, si la respuesta es Afirmativa?, además sería bueno preguntarnos, ¿Qué tan rentable financieramente hablando, serán los negocios ubicados en el tramo por donde pasarán los buses articulados para el tiempo que empiece a funcionar el Metroplus?, valdrá la pena la espera? o ¿en realidad ya el sector no tendrá las buenas utilidades de antes?

Estas son algunos de los interrogantes a los que se les busca dar respuesta ya que es un proyecto de envergadura local y próximamente nacional y con la construcción y elaboración de este proyecto se ven afectados muchos comerciantes que son directamente implicados en las consecuencias positivas o negativas que tenga el plan de desarrollo territorial.

1.7. Marco Teórico

El marco teórico de esta investigación se enlaza con términos que influyen y trascienden directamente en el desarrollo del tema y del objeto del trabajo. Se habla del plan de ordenamiento territorial, la administración financiera y algunos de sus principales componentes como la liquidez, inversión para el desarrollo económico local, el riesgo y las estrategias financieras, se habla igualmente del plan de desarrollo empresarial territorial y por último del tema de la sistematización de la experiencia con algunos de sus resultados.

Administración Financiera: La administración financiera es una fase de la administración general, que tiene por objeto maximizar el patrimonio de una empresa a largo plazo, mediante la obtención de recursos financieros por aportaciones de capital u obtención de créditos, su correcto manejo y aplicación, así como la coordinación eficiente de capital de trabajo, inversiones y resultados mediante la presentación e interpretación para tomar decisiones acertadas. (Moreno, 2002). Este tema se aborda en el trabajo ya que es el eje principal de toda la investigación, como algunas variables económicas y financieras pueden afectar en gran manera el desarrollo y sostenimiento empresarial, económico y financiero de un sector que se ve afectado por planes de terceros, llámense estos municipales, departamentales, locales o por qué no, hasta privados y como con la experiencia de lo ya sucedido y aprendido se puede manejar todos estos indicadores financieros a favor de dicha industria o de cualquier otra en estas circunstancias y mitigar o amortiguar un poco los efectos negativos que dichas obras puedan tener en estos sectores empresariales.

La administración financiera trata de “exprimir” los recursos financieros lo más que se puede, para así obtener el máximo “jugo” posible de ellos, es decir, maximizar utilidades a

largo plazo, para aumentar el capital contable de la empresa. Mediante la administración financiera, se obtienen fondos y recursos financieros de una manera inteligente, ya sea de los dueños (aportaciones de capital), o bien, de los acreedores (mediante financiamiento o prestamos) (Moreno, 2002) Es interesante resaltar que en este sector del centro de la moda en Itagüí, la mayoría de los recursos provenientes de estas empresas para su creación y sostenimiento son recursos subsidiados por entidades financieras y un gran porcentaje a considerar, son recursos de empresarios que están ubicados en otras ciudades de nuestro país. Esto obedece a una problemática que enfrenta el sector y es la falta de originalidad y de marca propia que escasea en las empresas del sector. La mayoría de estos almacenes lo único que hace es una reventa de ropa duplicada, homologada o versiones parecidas a las originales con poca calidad y garantías para los consumidores finales.

La liquidez se define como el “grado en que una empresa puede hacer frente a sus obligaciones corrientes, es la medida de su liquidez a corto plazo”. (Domínguez, 2007)

La liquidez implica, por tanto, la capacidad puntual de convertir los activos en líquidos o de obtener disponible para hacer frente a los vencimientos a corto plazo, variable financiera que se vio bastante afectada a la hora de desarrollar el proyecto del sistema vial de transporte Metroplus, para el municipio de Itagüí.

Algunos autores se refieren a este concepto de liquidez con el término de solvencia, definiéndola como la capacidad que posee una empresa para hacer frente a sus compromisos de pago. Una falta de liquidez puede significar que la empresa sea incapaz de aprovechar unos descuentos favorables u otras oportunidades rentables. También puede suponer un freno

notable a la capacidad de expansión, es decir, la falta de liquidez a este nivel implica una menor libertad de elección y, por tanto, un freno a la capacidad de maniobra.

Desarrollo Económico Local: Para este tipo de proyectos de movilidad vial para el desarrollo local se requiere tanto inversión pública como privada, la inversión para el desarrollo local no es simplemente una cuestión de hallar los fondos públicos necesarios para invertir en la base productiva local o en oportunidades de desarrollo económico más amplias.

La forma en la que el desarrollo local es financiado tiene un rol clave en la definición de cuáles pueden ser los objetivos de este desarrollo que involucra diferentes formas de financiamiento. Una medida del éxito del desarrollo económico local será cuanta financiación e inversión externa se logra atraer, y el grado en que los mercados locales se vuelven sostenibles sin el continuo aporte de inversión pública.

Al mismo tiempo, los analistas económicos se han dado cuenta que el impacto de largo plazo de fuerzas como la globalización, el aumento de la población humana, su movilidad y envejecimiento, el desarrollo tecnológico y el desafío del cambio climático ha incrementado el potencial de las economías locales para agregar valor al éxito nacional. Las mismas fuerzas que permiten crecer a las economías nacionales, tales como una ágil regulación, comercio, productividad, habilidad, conectividad e innovación; por ejemplo Medellín fue catalogada como la ciudad más innovadora del mundo y este tipo de proyectos de movilidad fue determinante para obtener este título; habilidad y conectividad son ahora reconocidas como fuerzas claves en el desempeño de las economías locales. Más aún se reconoce que las políticas de desarrollo local y regional requieren de una mejor coordinación entre estas fuerzas, para beneficiarse de liderazgos efectivos y planeamiento estratégico las

cuales pueden ayudar a que se ajusten de forma efectiva y funcionen mucho mejor en el contexto económico del siglo XXI que es mucho más abierto e internacionalizado.

Las políticas de desarrollo económico territorial o local (PDT o PDL) dan cuenta de un conjunto de programas, proyectos públicos o privados, organizaciones y reglas de juego relacionadas con la promoción del desarrollo económico territorial, la promoción de empresas, la generación de empleo y la competitividad de un territorio determinado. La coordinación es vertical entre diferentes niveles de gobierno y horizontal entre organismos públicos y privados; el desarrollo se concibe territorialmente; utiliza el potencial del desarrollo de cada área, a fin de fomentar un ajuste progresivo del sistema económico local a los cambios del entorno económico; y por la provisión de las condiciones claves para el desarrollo de la actividad económica. Entonces, se entiende por desarrollo económico territorial (DET), como la capacidad de una sociedad local para formularse propósitos colectivos de progreso material, equidad, justicia y sostenibilidad, y movilizar los recursos locales necesarios para su obtención.

Teniendo en cuenta lo anterior abra que resaltar igual la capacidad de ciertos comerciantes del sector que han aprovechado la inyección de fomento comercial que brindo la creación de espacios masivos como o el Metroplús para el desarrollo económico e impulsar así el sector a unos niveles importantes de innovación y espacios comerciales que antes no se veían dentro de la zona ni del sector empresarial como tal. Hay por lo menos dos Mall comerciales donde además de ropa y confecciones encontramos espacios financieros como entidades bancarias, restaurantes y encontramos otros tipos de objetos sociales como almacén de sentimientos, papelerías, tiendas, mini mercados, entre otros sectores económicos e industriales, abriendo esto más la demanda y oferta de productos amplios y diferentes donde

el consumidor tendrá la opción de realizar varias cosas en una misma zona, así municipio de Itagüí trasciende y tiene la capacidad de recibir obras importantes que fomenten el desarrollo económico local y por qué no, aportar su grano de arena en la consecución y ejecución de nuevos empleos, trabajos dignos y mejora de la calidad de vida de los colombianos.

Desarrollo Empresarial Territorial: *La Dirección de Desarrollo Empresarial*

(DDE) se encarga de los temas relacionados con el comercio exterior y la inversión extranjera en Colombia y colombiana en el exterior, la integración económica, la política de fomento para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa, la producción y el comercio de servicios, la política de ciencia y tecnología y del seguimiento sectorial y la evaluación para la formulación de las políticas públicas de Desarrollo empresarial.

Así mismo, la DDE “lidera la construcción de la visión futura del sector productivo empresarial del país, reflejada en la orientación, participación y promoción para la formulación, seguimiento, control y evaluación de la ejecución de las políticas, planes, programas, estudios y proyectos de inversión, conjuntamente con los organismos y entidades pertinentes” (DNP, 2007)

El desarrollo empresarial territorial se define también “como un proceso de crecimiento y cambio estructural que mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en el territorio conduce a la mejora del bienestar de la población de una localidad o una región. Ante todo, hay que decir que el desarrollo local hace referencia a procesos de acumulación de capital en ciudades, comarcas y regiones concretas”. (DNP, 2007)

Hablando de las condiciones óptimas y claves para el desarrollo de cierta actividad económica se hace énfasis para resaltar que el Metroplús es un aporte importante para el crecimiento de la zona, no solo en temas de infraestructura, de transportes masivos y de corredores viales, sino que a la vez con la creación de nuevos espacios, andenes, zonas peatonales, parques públicos entre otros, son desarrolladores de cultura y fomento empresarial, ya que con esto lo que se busca es incrementar y cultivar la mentalidad de un cambio de ciudad que inspire la productividad y el alto consumo masivo para el desarrollo de la misma. Esto atrae gente nueva, inversión extranjera o local y el interés natural de las personas del sector y de otros lugares dentro y fuera de la ciudad para visitar y concurrir dichos espacios abiertos que promueven la demanda, la oferta y la generación de empleos, permitiendo esto el natural desarrollo de algunos sectores industriales y económicos de las principales ciudades del país. Se tiene que hablar de la innovación que todos estos proyectos de infraestructura y desarrollo económico atraen y como todos estos factores claves se conjugan para conseguir mejores resultados en las ventas e información financiera de los micro y macro empresarios de algún sector en particular, en este caso el del centro de la moda del municipio de Itagüí.

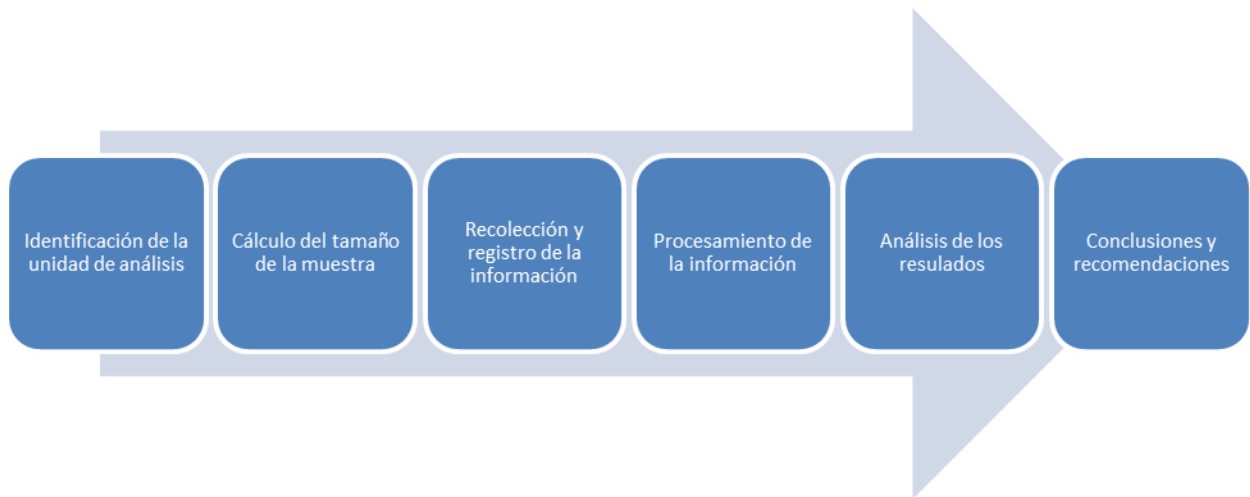
Algunos organismos y organizaciones que promueven y participan activamente a nivel nacional en programas de desarrollo empresarial y cultural son los que encontramos adscritos al sistema nacional de ciencia y tecnología (SNCT). Algunos de estos son: Colciencias, el DNP, Sena, grupos y centros de investigación, centros de desarrollo tecnológico, empresas, universidades, ONG'S, incubadoras de empresas de base tecnológica, el Consejo Nacional de Educación Superior, el Icetex, el Fondo Nacional de Garantías y los diversos ministerios del orden nacional.

1.8. Marco Metodológico

El Paradigma científico en el cual se soporta la investigación es el cualitativo y en este el enfoque hermenéutico será útil para lograr la intencionalidad y dimensión comprensiva del estudio. De ahí, podemos citar a (Zygmunt, 2002) Quien plantea que “el hermenéutico desentraña el contenido espiritual oculto de la obra del espíritu, reinstaurando de este modo la totalidad dispersada en lo particular”. Por lo tanto, el enfoque Hermenéutico, será apropiado para develar los impactos económicos de la construcción del bien común del Metroplús sobre locales comerciales, a partir de un acercamiento a las subjetividades - sentidos y las vivencias de los propietarios.

Etapas del Estudio: Para lograr dicho propósito, el trabajo se desarrollará a partir de 5 etapas a saber:

Figura 1. Etapas del Estudio



Fuente: autoría propia.

Etapa de identificación de la unidad de análisis: Unidad de análisis a la que se orienta el estudio, está compuesta por los propietarios de los establecimientos comerciales ubicados en la Vía de la Moda (Carrera 52D) del Municipio de Itagüí, que aún se conservan y que sufrieron los impactos de la construcción de la obra entre los años 2010 y 2012

Etapa cálculo de la muestra: para la selección de la muestra se aplica un diseño muestral aleatorio simple para poblaciones finitas con dos opciones de respuestas, calculado con la siguiente fórmula (AFHA, 2010)

$$n = Z_{\alpha}^2 \frac{N * p * q}{i^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

(Ver tabla 1. Fórmula para el cálculo de la muestra)

Etapa de recolección y registro: para esta etapa específica de trabajo de campo, se acude como técnica principal a la aplicación de una entrevista semi-estructurada a los propietarios de los locales comerciales, focalizada a observar para describir las experiencias, sentidos decires y vivencias relacionadas con la construcción del Metroplus y el impacto económico, con una intención hermenéutica comprensiva; finalmente se realizará una entrevista a profundidad a dos expertos, en Gestión Social y desarrollo económico local.

Etapa de Procesamiento de la información: Dicho trabajo se hace analizando la información suministrada por los propietarios y Comerciantes del sector.

Etapa análisis de resultados: el estudio cualitativo demanda de un delicado y cuidadoso trabajo artesanal de análisis de sentido y contenido, así como del análisis comparativo a partir del conocimiento apropiado en el trabajo de campo. Para esta etapa se espera tener claridad de las categorías requeridas para la comprensión del fenómeno estudiado.

Etapa de conclusiones y sugerencias: Desde la comprensión de la información analizada y habiendo observado los resultados, se entregarán las conclusiones y se realizarán unas recomendaciones que ayuden a mitigar los impactos

Respuesta muestra: Las personas participantes en el estudio fueron seleccionadas aleatoriamente de la información suministrada por la Cámara de Comercio Aburrá Sur sobre el número total de empresas del sector.

El diseño muestral fue aleatorio simple para poblaciones finitas con dos opciones de respuestas, calculado con la fórmula expresada en la ilustración uno.

Reemplazando los valores que se establecen en la ecuación con una probabilidad de ocurrencia (p), y no ocurrencia (q) del 50% cada una, un error de muestreo (i) del 10,0%, un nivel de confianza (Z) del 90%, que en una distribución normal con dos colas tiene un valor de referencia de 1,64, se pudo calcular un tamaño de muestra de 51 sujetos, sobre una población total de 220 Microempresas, como se evidencia en la siguiente tabla:

Tabla 1. Parámetros para el cálculo del tamaño de la muestra

P	Probabilidad de ocurrencia	50%
Q	Probabilidad de no ocurrencia	50%
I	Error de muestreo	10%
Z	Nivel de confianza del 95%	1,64
N	Tamaño de la Población	220
Tamaño de la muestra		51

Fuente: autoría propia

Las personas participantes en el estudio fueron seleccionadas aleatoriamente de un número de propietarios suministrados por la Cámara de Comercio Aburrá Sur de Itagüí

1.9. Tipo de Investigación

Descriptiva: El tipo de investigación realizada es descriptiva, ya que ayuda a interpretar y dar significado a los resultados que arrojen las técnicas con las que se evalúan los impactos financieros que traen este tipo de obras.

1.10. Alcance

El alcance de esta investigación es analizar y evaluar los impactos financieros y económicos que tuvieron las Microempresas ubicadas en la Vía de la Moda (Carrera 52D) del municipio de Itagüí, por la construcción de la obra de movilidad vial de Metroplus. Este análisis se realiza mediante la aplicación de una entrevista semi-estructurada a una muestra de empresarios del sector y la entrevista dirigida que será aplicada a dos expertos institucionales.

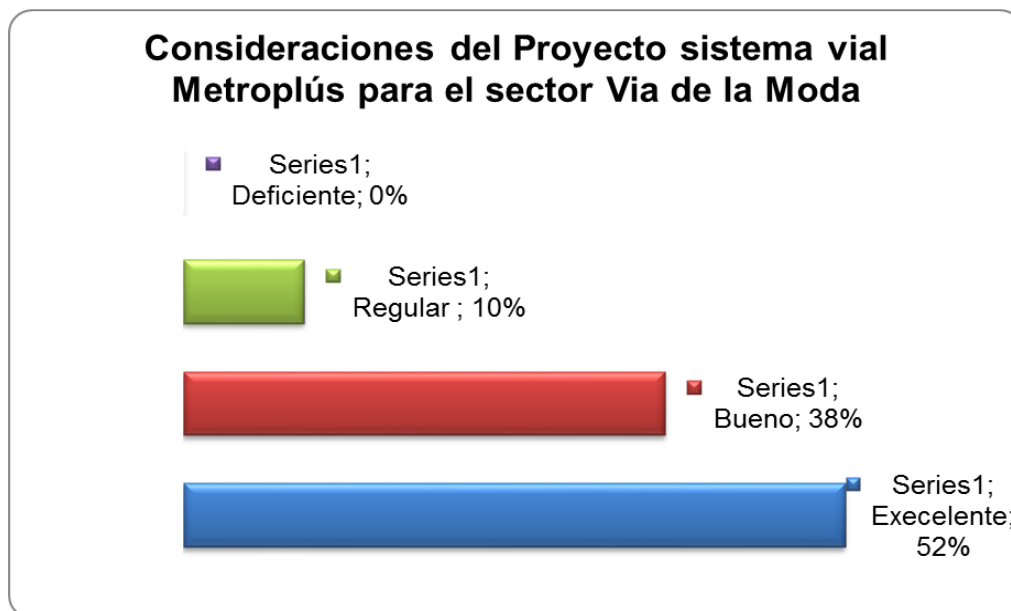
Al terminar esta investigación, se espera que las empresas que se encuentren alrededor de proyectos como este o similares, que tengan que ver con la infraestructura de la ciudad, conozcan el testimonio, las estrategias y métodos utilizados por empresarios que vivieron la experiencia y que esta información les sirva para prepararse económicamente y de herramienta para disminuir los impactos financieros y evitar en lo posible ser afectados negativamente.

2. Desarrollo del Proyecto

2.1. Identificación de las Variables Financieras Afectadas en las Empresas de la Vía de la Moda.

A continuación, se mencionan ciertas respuestas y opiniones que manifestaron los comerciantes del centro de la moda en Itagüí sobre las variables financieras y sus afectaciones mientras estaba en marcha el desarrollo de la obra de construcción de las troncales de los corredores del sistema vial de transporte Metroplús. Los comerciantes entrevistados se caracterizan por una edad promedio de 30 a 40 años de edad, de nivel académico básico y personas de niveles socioeconómicos medios. Con gran trayectoria en el centro de la moda, en su mayoría individualistas para trabajar, pues no ven al vecino como su aliado sino como su competencia, algunos con mayor capacidad financiera para sostenerse a los cambios y afectaciones del entorno, y otros que aunque no cuentan con ese músculo financiero, tienen una mentalidad más emprendedora que les permite innovar y mantenerse ante cualquier cambio en el entorno.

Figura 2. Consideraciones del Proyecto sistema vial Metroplús para el sector Vía de la Moda

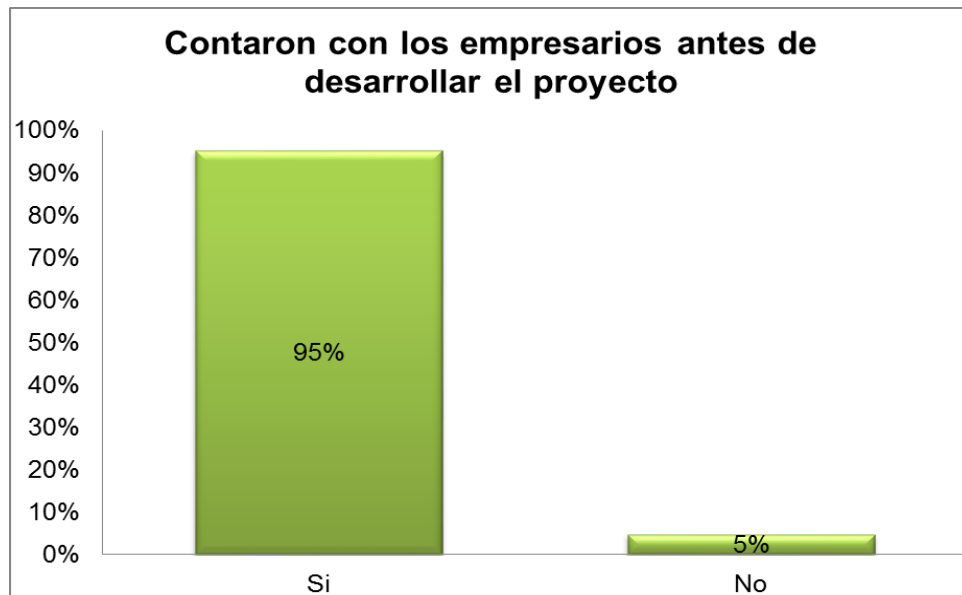


.Fuente: autoría propia

Según los resultados del trabajo de campo, el 52% de los empresarios de la vía de la moda consideran que el proyecto de transporte integrado Metroplús es excelente, porque contribuirá al mejoramiento comercial del sector y se tienen la expectativa que cuando empiece a operar, aumentará en gran medida el flujo de personas ya que este sistema integrado unirá al Aburrá sur con los demás municipios, atrayendo a las personas que no solo se interesaran en la apariencia del sector sino también en los productos y servicios que este ofrece, además están a la espera del público provenientes de otras ciudades del país que por muchos años han sido los que mejoran las condiciones comerciales de la zona.

El 38% considera que como no se ha empezado a funcionar no se puede evaluar ni se podrían decir si es bueno o no.

Figura 3. Contaron con los empresarios antes de desarrollar el proyecto

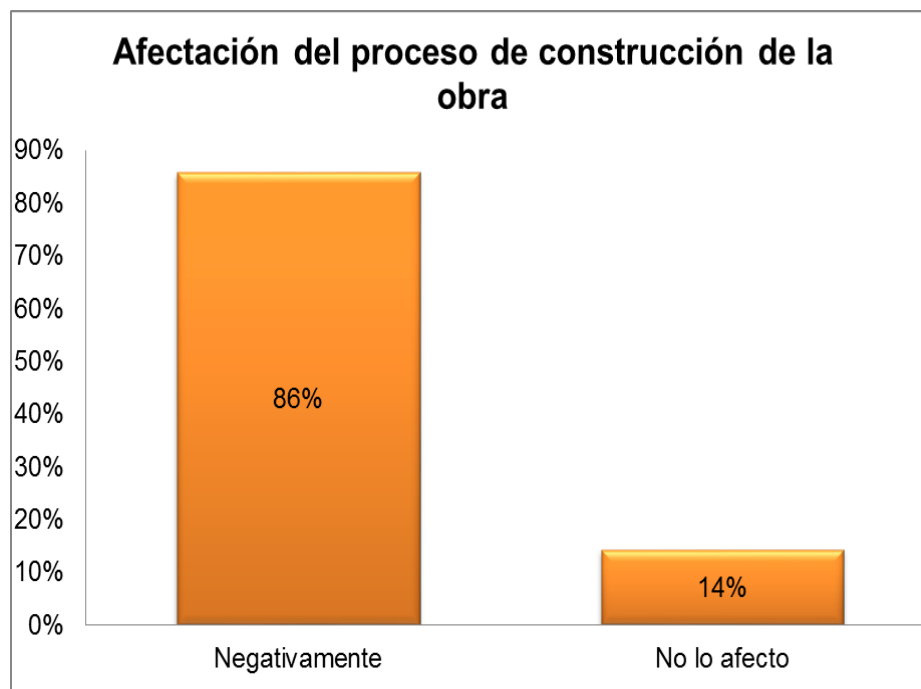


Fuente: autoría propia

En cuanto al acompañamiento por parte de la empresa Metroplús a los comerciantes del sector antes de la iniciar la obra, El 95% de la población entrevistada afirman haber sido comunicados como mínimo por medio de volanteo, talleres, reuniones, vistas para evaluar el estado de los establecimientos comerciales, sensibilización y apoyo de la gestora social del proyecto y capacitaciones para orientación y previa comunicación de lo que se venía con la construcción de dicho sistema masivo de trasporte. Sin embargo, un 5% de la población si expresan que faltó apoyo por parte de los encargados de dicho proyecto en posibles estrategias que mitigaran los efectos directos y colaterales que pudiera tener la implementación de dicha construcción, comunicaciones más específicas y agresivas sobre tiempo y espacio, algunas de las consecuencias positivas o negativas que traerían a corto y largo plazo el desarrollo de todas estas actividades que se ejecutaron dentro de la zona y acompañamiento seguido que mejorara los resultados que finalmente se obtuvieron; pero si se

encuentra una relación estable sobre el conocimiento, así sea mínimo, por parte de los comerciantes, de un proyecto antes de empezar obras en el sector del centro de la moda.

Figura 4. Afectación del proceso de construcción de la obra



.Fuente: autoría propia

El 86% de los empresarios entrevistados manifestaron que fueron afectados en el proceso de la construcción de la obra, sus principales motivos obedecieron a:

Cierres parciales y las malas condiciones en la vía, poco flujo de personas que visitaba la zona por el aspecto que tenía, el polvo y tierra que dificultaban el normal tránsito, los trancones y la dificultad para parquear porque siempre existió solo un carril para transitar, por deterioro que sufrieron las prendas ocasionando pérdidas netas porque había que venderlas a menor precio, por altos niveles de pantano y tierra que les obstruía la entrada de los clientes y

la ubicación del local provocando que hasta sus clientes fieles prefirieran comprar en otros lugar con menos ruido, limpio y tranquilo.

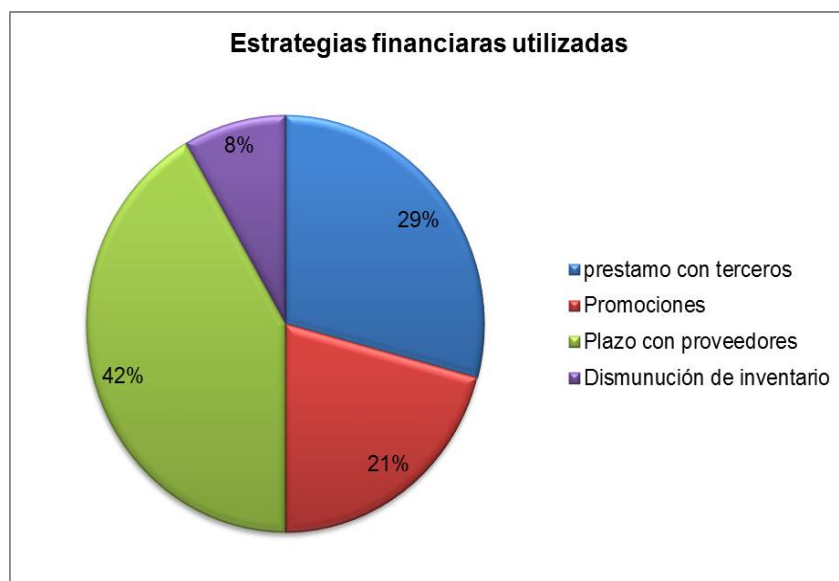
Mientras que el 14% afirmó que el proceso de construcción de la obra no los afectó, sino que siempre han sido afectados por la economía nacional por las faltas de políticas gubernamentales a nivel departamental y municipal, para la generación de empleo, tolerando el contrabando y la venta de marcas ilícitas, sin realizar acciones para reducir estos fenómenos.

Para comentar y resaltar la entrevista que se realizó a Lina Duque, coordinadora de gestión social del Metroplús dentro de sus aportes estaba que Metroplús retrasó el inicio de la obras dos meses teniendo en cuenta las peticiones de los comerciantes, ya que estaba previsto comenzar actividades en el mes de Octubre pero los comerciantes se verían altamente perjudicados para la temporada más esperada, la de final de año, reprogramando el inicio de sus labores para el mes de enero que no sufrirían tanto impacto en meses atípicos como lo son Noviembre y Diciembre. Gesto que agradecieron los empresarios de la vía de la moda y aprovecharon al máximo. Es de resaltar la iniciativa y creatividad de varios comerciantes que optaron por el tele mercadeo, la venta a domicilio y por catálogo para no sentir mucho la ausencia de peatones dentro del sector del centro mundial de la moda. También atribuyen muy poco interés por parte de la entidad organizadora o municipal para darles respaldo y ayuda económica y poder resistir dicha temporada sin la necesidad de vender o hasta hipotecar sus bienes como fue el caso de uno de los comerciantes de la zona.

2.2. Estrategias Financieras Utilizadas Por Los Empresarios

Cuando se indagó a los empresarios sobre las estrategias financieras que utilizaron en ese momento de crisis, no entendían el concepto, esto evidencia la deficiencia en el conocimiento técnico financiero de los empresarios.

Figura 5. Estrategias financieras utilizadas



Fuente: autoría propia

Sin embargo, Las estrategias financieras que implementaron los comerciantes de la zona afectada fueron, en un 29% la solicitud y aumento de los créditos con terceros y entidades financieras para el pago de obligaciones a proveedores, de administración y de nómina. Un 42% obtuvo plazo con proveedores con prorrogas de pago a 3 y hasta 6 meses. También un 8% de los empresas tuvieron que implementar menor inversión en materia prima, poca producción e inventario en bodega, sacar trabajadores a vacaciones o despidos temporales y hasta cierres indefinidos de negocios para no generar pérdidas de ningún tipo y

un 21% implemento promociones o descuentos, venta de colecciones pasadas e inventario quedado.

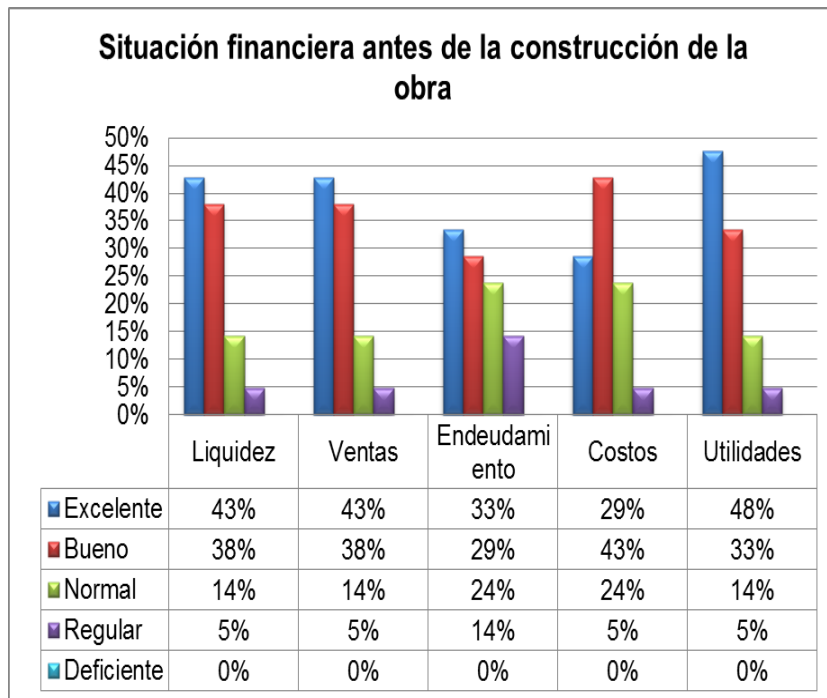
Otros lo que optaron por hacer fue arrendar un local temporal en otro sector de la ciudad mientras pasaba todo el proceso de construcción del tramo para el Metroplus y así entrar por otro lado dinero a su flujo de caja que ayudaría a amortiguar las deudas básicas de dichos locales comerciales y poder pagar sus cuentas corrientes más importantes sin caer en la insolvencia total.

Si bien hubo manifestaciones colectivas, el sector nunca hizo estrategias financieras colectivas como mesas de promoción sectorial, prestamos colectivos o pagar una sala de ventas en otro sector, por el contrario muchos decidieron migrar o salir de la zona de manera individual.

2.3. Contraste De La Situación Financiera De Las Empresas, Antes, Durante Y Después De La Construcción De La Obra.

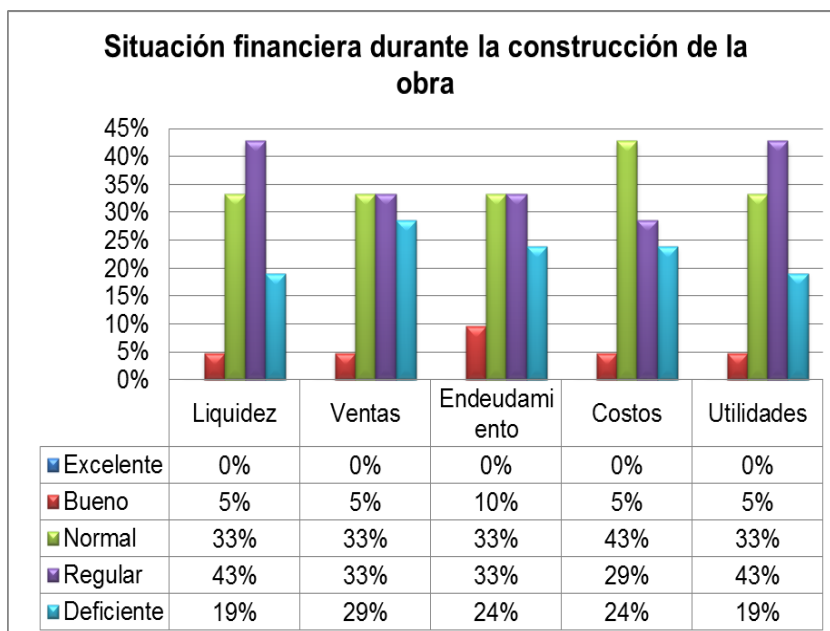
Ver figuras 6 y 7, Situación financiera antes y durante la construcción de la obra, con una calificación de excelente, buena, normal, regular o deficiente.

Figura 6. . Situación financiera antes de la construcción de la obra.



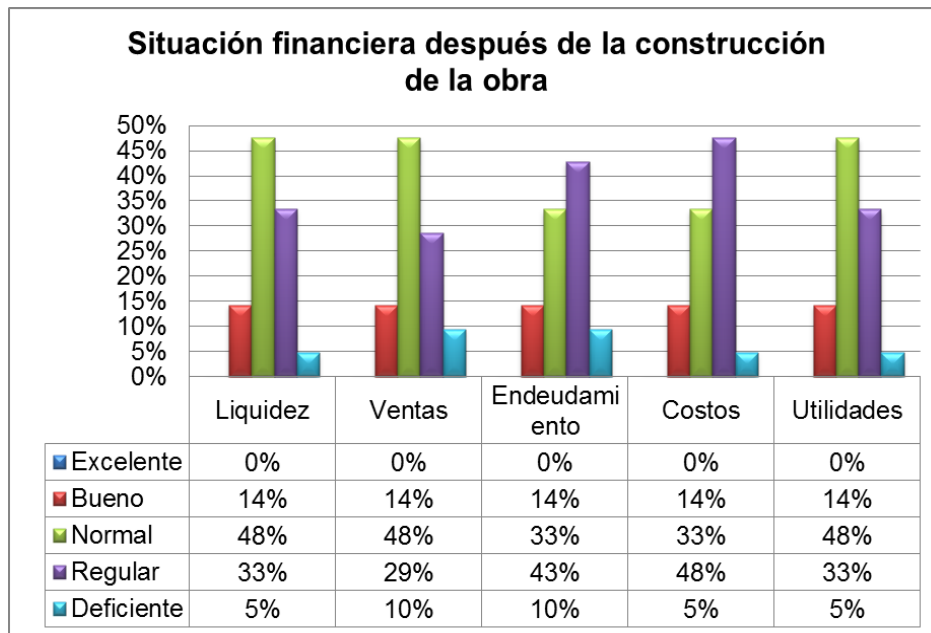
.Fuente: autoría propia

Figura 7. Situación financiera durante la construcción de la obra.



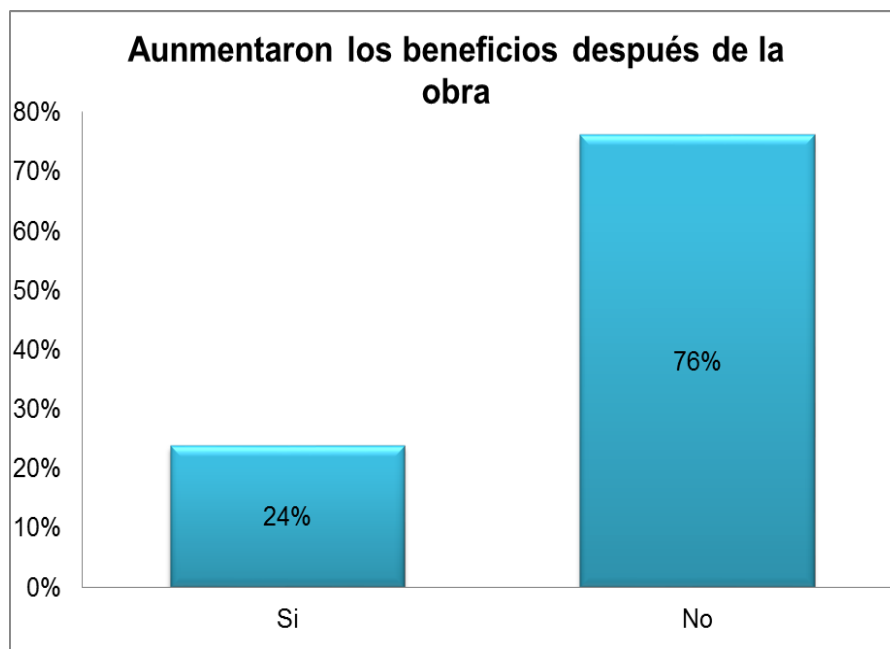
.Fuente: autoría propia

Figura 8. Situación financiera después de la construcción de la obra.



.Fuente: autoría propia

Figura 9. Incrementaron los beneficios Económicos después de la obra



.Fuente: autoría propia

Para contrastar estas tres situaciones podemos concluir que muchos empresarios, siguen viendo un panorama oscuro y nublado por la poca concurrencia de gente en el sector. El 76% afirma que aunque se haya terminado la obra, los beneficios económicos aún no se ven, pues no se ha hecho la gestión necesaria para informar que dicho sector abrió de nuevo sus puertas comerciales sin tacos ni contratiempos. La inversión nacional en dicho sector también ha caído y se ve reflejado en el gran número de locales desocupados y poco inventario en los locales que fueron significativamente afectados que aún se encuentran en la vía de la moda de Itagüí.

Cuando tratamos el tema a grandes rasgos sobre los pensamientos y apreciaciones de los comerciantes del centro de la moda sobre lo bueno y lo malo de dicho proyecto dentro del sector, el 90% coincidió en lo importante que era el desarrollo del sistema vial y de transporte masivo ya que esto traería mayor flujo de personas y peatones, no solamente de nuestra región sino turistas inquietos a nivel internacional o de otras ciudades de nuestro territorio tricolor.

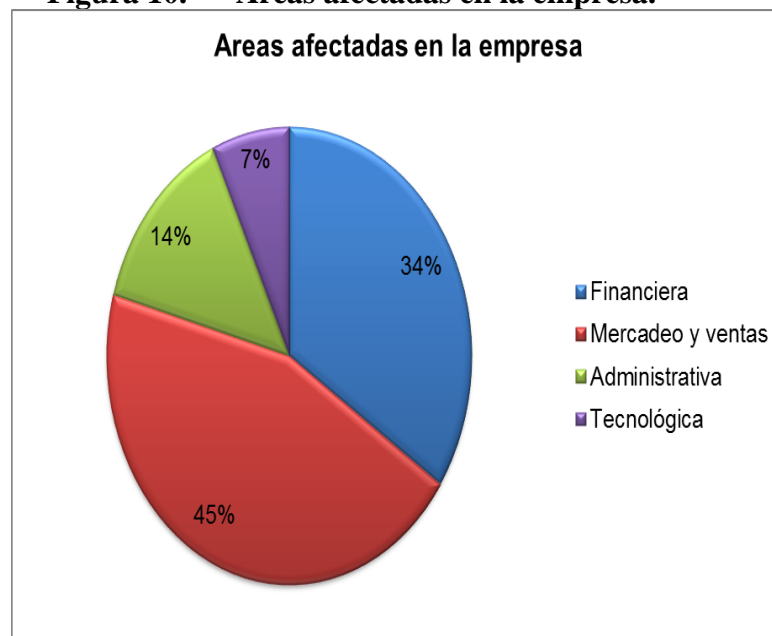
En conclusión, muchos todavía aspiran y son optimistas, al nivel que se atreven a decir que con seguridad sus ventas después de la culminación total de dicho proyecto podrán aumentar o mejorar hasta en un 40% a lo que son en la actualidad y fueron algún día.

El 70% de las personas encuestadas afirman haber tenido su punto más crítico durante la construcción de dicho sistema masivo de transporte. Afirman que sus ventas bajaron en un 62% y por lo mismo sus utilidades, capacidad de endeudamiento disminuyó en un 57%, su liquidez en un 62% y al disminuir su flujo de caja sus su capacidad para pagar costos y gastos disminuyó 53% y muchos de hecho, tuvieron que cerrar, abandonar o sencillamente ver como

su negocio se encaminaba a la quiebra sin nada que hacer, por lo menos hasta la finalización de dicho proyecto.

Más preocupante es la situación cuando el 86% de la muestra nos indica que las ventas después de la culminación de la construcción de dicho proyecto en el sector no mejoran ni avanzan significativamente, por el contrario siguen normales como eran en el tiempo de construcción de la obra

Figura 10. Áreas afectadas en la empresa.

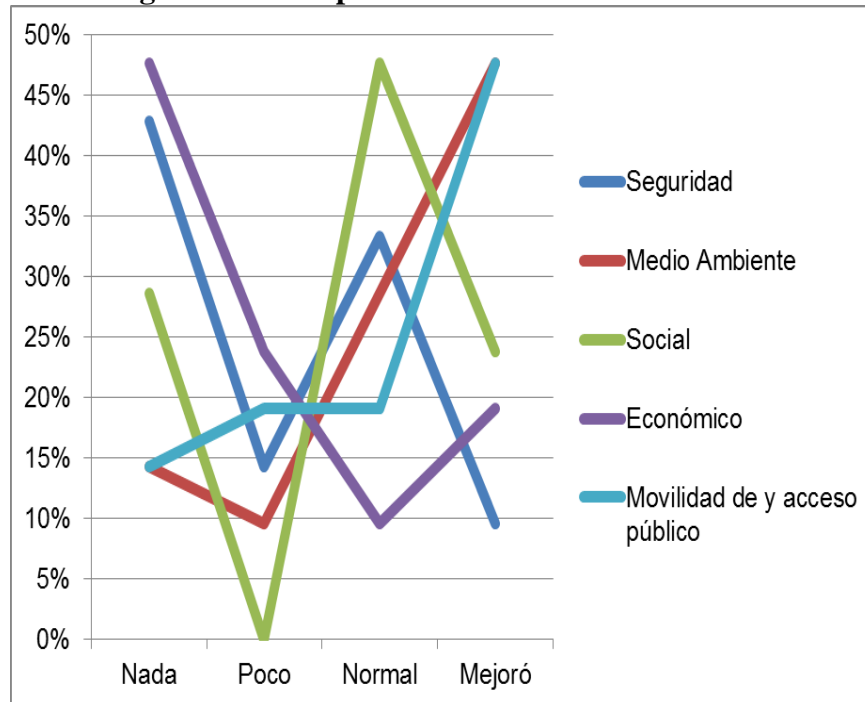


.Fuente: autoría propia

El 45% los empresarios del sector del centro de la moda, afirmaron que el área de la empresa más afectada fue mercadeo y ventas las cuales disminuyeron en un 29% y 62% respectivamente de lo que estaban acostumbrados, por el poco flujo de clientes que visitaban el sector, pero la mayor afectación realmente se puede evidenciar en el área financiera y la consecuencia más notable fue en su flujo de caja y por tanto los problemas e inconvenientes

que surgieron para poder cancelar proveedores, facturas, impuestos entre otros gastos y costos que genera tener un establecimiento comercial en el municipio de Itagüí.

Figura 11. Aspectos Sociales de la obra



.Fuente: autoría propia

En un análisis cualitativo de cada una de las preguntas que se realizaron en la muestra y su respectiva respuesta nos encontramos con comentarios similares en pro y en contra del mega proyecto que se viene gestando desde hace varios años en la ciudad y que hasta el día de hoy sigue en vigencia y ocasiona diferentes opiniones, algunas encontradas y otras similares y positivas frente al desarrollo del sistema masivo de transporte, Metroplús.

En su mayoría, los comerciantes del centro de la moda asimilan dicho proyecto como una oportunidad de crecer y expandir sus marcas por medio de una gran congruencia de peatones por el sector. Como ellos mismos dicen, el sistema nuevo de movilidad vial,

Metroplús, transporta por la zona día a día a millones de personas que en cualquier momento de su día podrán parar y apreciar cada una de los negocios de la zona y tomar decisiones frente a un gusto o estilo en particular, volviéndose así, consumidores potenciales de dichas marcas, diseños y tendencias que ellos puedan presentar y ofrecer a las personas.

También lo ven como una oportunidad de desarrollo vial que dentro de la localidad era bastante insuficiente e ineficiente, lo ven como una oportunidad de mejora en las vías de acceso a dicha localidad comercial y también resaltan la parte ambiental que el Metroplus, con sus parques y zonas verdes, auspiciadas por el proyecto, han establecido alrededor de dicho sistema masivo y por obvias razones, alrededor de la capital de la montaña. Es decir, se puede afirmar que la mayoría de los comerciantes se ven optimistas en que las ventas y sus ingresos monetarios tendrán que aumentar en gran manera apenas dicho proyecto se esté ejecutando de manera completa y definitiva.

2.4. Análisis Del Desarrollo Económico Y Competitivo Del Sector

Hay que resaltar cinco puntos o problemáticas al que hay que dirigir la atención y atacar de inmediato para poder tener el desarrollo económico y social que se espera de dicho sector empresarial. Se hablará en primera instancia del tema de inseguridad, que como lo expresó el experto de la CCAS, El doctor; JOSE ALEJANDRO TAMAYO MAYA, es el tema de inseguridad que se vive dentro del sector de la zona del centro de la moda. Según muchos comerciantes del sector, son frecuentemente amenazados y extorsionados para poder desarrollar sus labores libremente y sin contratiempos. Les exigen vacunas y pagos desmedidos que ya fueron avisados a las autoridades competentes sin recibir ninguna respuesta o apoyo por parte de éstas para mejorar la calidad de vida dentro del sector. El robo

permanente de mercancía y atracos monetarios que se presentan en el día a día en los establecimientos de la zona tanto a los comerciantes como a los mismos clientes de dicho sector no tiende a aminorar, por el contrario aumenta y se fortalece con el paso del tiempo. El segundo problema sería la cantidad de contrabando que se presenta en la zona por parte de varios empresarios encareciendo esto los artículos a un precio donde la legalidad no puede llegar y perjudica notablemente las ventas de muchos comerciantes que le apuestan a lo transparente y honesto, dejando consecuencias como cierres de establecimientos, gente sin empleos y familias con altas necesidades económicas, además de la falta de garantías que pueden ofrecer en el sector por las prendas disminuyendo credibilidad y por tanto visitas de clientes al sector empresarial de la moda. Como tercer punto hablamos de los famosos arrastradores que también mencionaba en la entrevista el señor; Alejandro Tamayo, antes citado, y que no son sino las personas encargadas de deambular en las calles ofreciendo la mercancía a menores precios en lugares bastantes incómodos situados a los alrededores de los locales principales pero que así mismo evitan pagar mayores arriendos, impuestos, servicios entre otros costos y gastos normales para la mayoría de los comerciantes. Se podría decir que están muy relacionados con la promoción y comunicación de la ropa que es traída en contrabando y ofrecida finalmente en la clandestinidad al consumidor que frecuenta dichas calles del sector de Itagüí, aprovechando con seguridad la falta de dinero de la mayoría de los clientes que visitan la zona en particular, robándose también los clientes y oportunidades de muchos empresarios que le apuestan al camino de la legalidad y lo correcto. Como cuarto punto sería la poca creatividad de los comerciantes para crear y mantener sus propias marcas originales con excelente calidad, buen gusto y oportunas garantías como lo hacían los antiguos comerciantes de la zona. La falta de una inversión considerable y masiva dentro de la zona en ropa original que no esté manchada de contrabando ni de factores ilegales y que la gente empiece a identificar que puede encontrar mercancía de las mejores marcas a precios

exequibles y fáciles de conseguir gracias a sus cómodos precios y promociones. Como quinto y último punto está la consecuencia de los últimos cuatro puntos que acabamos de tocar anteriormente y es la falta de liquidez y flujo de caja corriente que se evidencia dentro de los establecimientos del centro de la moda, problema financiero bastante común dentro de dicha industria ya que la ilegalidad les quita porcentaje de ventas y entradas a cada uno de sus negocios. Es urgente, el apoyo municipal y de los mismos organismos de control y de seguridad para mitigar dichos efectos y consecuencias que están derrumbando un pulmón comercial del municipio de Itagüí que bastante trayectoria lleva en el tema. Hace falta la credibilidad en el sector para seguir teniendo la inversión extranjera y local y hacer de este un punto de referencia de desarrollo empresarial y económico territorial que permita ser un ejemplo de administración y aprovechamiento de espacios y oportunidades que nos brinda la innovación y renovación que está teniendo nuestra ciudad y sus principales localidades.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

Falta un espacio de legalidad y honestidad en las actividades mercantiles para el mejoramiento de las relaciones dentro del sector y un mejor desarrollo de la actividad económica de cada uno de los comerciantes de la zona.

Los comerciantes carecen de una visión financiera estratégica para establecer planes donde sus ingresos sean más rentables, por lo que se debe fortalecer en la parte de la creatividad financiera para realizar presupuestos ideales y planes de desarrollo de infraestructura en cualquier lugar de la ciudad.

Hay que realizar capacitaciones y temas de sensibilización para los comerciantes en la parte de asociatividad para la generación de una mesa sectorial que proporcione economías de escala donde se genere aumento de la competitividad empresarial y hacer que los negocios sean más efectivos en las áreas financieras, administrativas, de mercadeo y ventas.

Desarrollar una cultura empresarial renovadora fortaleciendo las diferentes áreas de los negocios para obtener empresarios y empleadores con una visión prospectiva y globalizada, ya que en estos momentos están ligados en un mercado cerrado monopolista. Se tiene que desarrollar planes estratégicos que promueva la reactivación de la zona mediante una alianza entre los comerciantes afectados y los entes administradores de los proyectos.

El fomento de desarrollo económico a partir de obras importantes de infraestructura territorial, sensibiliza a los comerciantes de la importancia y la categoría que se dan a las zonas con estos proyectos innovadores.

Recomendaciones

Teniendo presente que Metroplús es solo el ente operador y solo realiza una gestión, jurídica, técnica y social en el antes, durante y después de la obra como valor agregado, en un futuro cuando se realicen este tipo de obras en un sector comercial es necesario fortalecer políticas públicas y planes especiales económicos para mejorar las economías en territorios intervenidos fomentando alianzas público privadas. Así, trabajando en conjunto la alcaldía, la gobernación de Antioquia la secretaria de desarrollo económico, la secretaria de desarrollo competitivo de Antioquia y las cámaras de comercio en un proceso de creación de mesas sectoriales asociativas en las que no solo se cuente el proyecto y se explique la parte técnica de la obra y cómo será la evolución ambiental, social y de movilidad del sector; sino que es necesario ofrecer un apoyo integral al empresario mercadológica y financieramente durante los tiempos de intervención, capacitarlo y tener en cuenta otros temas de desarrollo empresarial, como acceder a créditos, mercadeo, asociatividad para disminuir costos y gastos, disminución de impuestos y aumentar la promoción y ventas de la empresa.

Lo segundo es un llamado de alerta a los microempresarios que no se organizan sectorial y territorialmente para competir, cualquier variable externa derrumba las estrategias financieras porque no hay cooperación interempresarial y se huye a la hora de configurar redes empresariales.

Se pueden plantear estrategias para ser tomadas en un futuro, igualmente se establecen para enfrentar los inconvenientes actuales, se pueden implementar estrategias donde se reactive la demanda por medio de la utilización de la información de clientes que se tienen en los establecimientos implementando un adecuado mercadeo electrónico con la utilización de redes sociales, correos electrónicos y sitios web. Se puede implementar un tele mercadeo para la reactivación de marca e implementando estrategias de promoción de producto o servicio a través de acciones tales como descuentos, servicios adicionales o valores agregados; fortaleciendo a su vez la parte de merchandising del establecimiento brindando un cambio de formato del lugar en cuanto a exhibiciones, renovaciones en la marca y manejo de todos elementos tanto como objetos y colores en el espacio obteniendo un excelente visual merchandising donde capte la atención de los clientes.

Establecer estrategias publicitarias innovadoras donde reactive el ciclo de vida de su producto, de esta manera dando a conocer la nueva cara favorable de la zona con la finalización del proyecto ligado a su vez de un servicio post-venta que logre la fidelización de los clientes. Es importante que a través de una asociatividad se forme una mesa sectorial donde se adelante las estrategias para el aumento de la competitividad empresarial del sector tanto comercial como social, estableciendo igualmente un marketing verde donde se planteen actividades donde se desarrolle una competitividad ambiental para hacer del Centro de la Moda un sector productivo y más limpio. Creando estrategias como estas van disminuyendo costos y gastos con los cuales se contaban y se van generando ingresos operativos más rentables, mejorando la rentabilidad total del negocio.

Referencias Bibliográficas

- AFHA. (2010. Enero 10). IT-01 Metodología de muestreo. (en línea). <http://www.cesdonbosco.com/cii/documentos/IT%20METODOLOG%CDA%20DE%20MU ESTREO.pdf>. Recuperado Mayo 05 de 2013.
- DNP. (2007. Enero 11). Departamento Nacional de Planeación. (en línea) <https://www.dnp.gov.co/>. Recuperado Marzo 07 de 2013.
- Domínguez, P. R. (2007). Manual de Análisis Financiero. En P. R. Domínguez, Manual de análisis financiero (pág. 16).
- Moreno, A. P. (2002). Administración financiera. En A. P. Moreno, Elementos básicos de administración financiera (pág. 31). Mexico: Thomson.
- Naciones Unidas. (2009). PROGRAMA de COOPERACIÓN TÉCNICA CEPAL AECID. Recuperado el 07 de 04 de 2013, de <http://www.cepal.org/aecid/>
- Z, B. (2002). La hermenéutica y las ciencias sociales. Buenos aires: Nueva visión.
- Zygmunt, B. (2002). La hermenéutica y las ciencias sociales. En B. Zygmunt, La hermenéutica y las ciencias sociales (pág. 26). Buenos aires: Nueva visión.

Anexos

Anexo A. Formato de Encuesta

**EVALUACIÓN CUALITATIVA DE LOS IMPACTOS FINANCIEROS EN LA VÍA DE LA
MODA POR LA INTERVENCIÓN DEL METROPLUS
ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS
INTITUCIÓN EDUCATIVA ESUMER**

Nombre: _____

Empresa/Negocio: _____

Actividad económica: _____

Antigüedad en el sector de la Vía de la Moda: _____

Teléfono: _____

Dirección: _____

1. ¿Cómo considera el Proyecto Sistema vial de Metroplus, para el sector Vía de la Moda?

Excelente: _____

Bueno: _____

Regular: _____

Deficiente: _____

Porqué? _____

2. ¿Los encargados del Proyecto Sistema Vial de Metroplus, contaron con su participación antes de desarrollarlo?

SI _____

NO _____

Sí la respuesta es SI, ¿Como fue su participación? _____

3. ¿Cree usted que el proceso de construcción de la obra del Metroplús lo afectó negativamente?

SI___

NO___

Porque?_____

4. Si la anterior respuesta fue negativa, ¿qué estrategias individuales y colectivas implemento para atacar dicha situación?

5. ¿Qué estrategias financieras (prestamos, promociones, plazo con proveedores, leasing...) implemento para superar la crisis económica y las bajas ventas?

6. Cómo empresario y/o Comerciante, ¿Cuál fue su situación financiera, antes, durante y finalizada la obra? Califique de 1 a 5, donde:

1.Deficiente 2.Regular 3.Normal 4.Bueno 5.Excelente

ANTES

Liquidez: 1____ 2____ 3____ 4____ 5____

Ventas: 1____ 2____ 3____ 4____ 5____

Endeudamiento: 1____ 2____ 3____ 4____ 5____
Costos: 1____ 2____ 3____ 4____ 5____
Utilidades: 1____ 2____ 3____ 4____ 5____

DURANTE

Liquidez: 1____ 2____ 3____ 4____ 5____
Ventas: 1____ 2____ 3____ 4____ 5____
Endeudamiento: 1____ 2____ 3____ 4____ 5____
Costos: 1____ 2____ 3____ 4____ 5____
Utilidades: 1____ 2____ 3____ 4____ 5____

DESPUÉS

Liquidez: 1____ 2____ 3____ 4____ 5____
Ventas: 1____ 2____ 3____ 4____ 5____
Endeudamiento: 1____ 2____ 3____ 4____ 5____
Costos: 1____ 2____ 3____ 4____ 5____
Utilidades: 1____ 2____ 3____ 4____ 5____

7. ¿Una vez terminada la obra del Metroplús incrementaron los beneficios económicos al sector Vía de la Moda?

SI____

NO____

Porque? _____

8. Sí la respuesta es NO, ¿cuál de las áreas de su empresa o negocio fue la más afectada?

Financiera____

Mercadeo y ventas____

Administrativa____

Tecnológica____

Otra ? ____ Cuál? _____

9. ¿Qué tipo de apoyo gubernamental recibió o reciben actualmente para contrarrestar las pérdidas en las que incurrió la empresa tras la obra de Metroplus?

10. Considera que el Metroplús trajo beneficios en temas de desarrollo del territorio, tales como:

Seguridad:	Nada	Poco	Normal	Mejorò
Medio ambiente:	Nada	Poco	Normal	Mejorò
Social:	Nada	Poco	Normal	Mejorò
Económico:	Nada	Poco	Normal	Mejorò
Movilidad y Acceso público:	Nada	Poco	Normal	Mejorò