

# EVALUACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LA MALLA VIAL EN EL MUNICIPIO DE LA PLATA HUILA EN EL 2015\*

## SOCIO-ECONOMIC ASSESSMENT OF THE ROAD NETWORK IN LA PLATA HUILA IN 2015

Yancy Smith Hernández\*\*  
Zoraida Lucía Castro Ángel\*\*\*

**Recibido:** 15 de enero de 2015  
**Evaluado:** 20 de febrero de 2015  
**Aprobado:** 01 de abril de 2015

### RESUMEN

Este artículo es producto del estudio realizado durante el primer semestre de 2015 con las empresas pymes ubicadas en el micro centro comercial de la calle 6, entre carrera 2 y 6, del municipio de La Plata, departamento del Huila. El objetivo fue evaluar las implicaciones socioeconómicas, en dichas empresas, producto de la obra de infraestructura vial y peatonal que se desarrolla en el sector donde se encuentran ubicadas.

Esta investigación se desarrolló a partir de un estudio descriptivo, cuantitativo, no experimental; aplicado a una población de 30 empresas, que a su vez actuaron como muestra, con un nivel de confianza del 95 %, margen de error del 5 %, márgenes probabilísticos de ocurrencia y no ocurrencia del 50 % cada uno. El estudio inicial consistió en la identificación de la teoría sobre estrategias competitivas y la Teoría General de Sistemas, a través de diferentes fuentes de información primarias y secundarias, que constituyen una herramienta enriquecedora de análisis e interpretación de la realidad. La segunda etapa presenta la metodología que se desarrolló para la búsqueda de la información pertinente en el trabajo de campo; y la tercera muestra los resultados obtenidos en la investigación y el análisis correspondiente.

---

\* Artículo de investigación.

\*\* Trabajadora Social. Estudiante de la Maestría en Administración de Organizaciones. Trabajadora social de la Fundación Colombo Alemana. Correo electrónico: yasmith50@hotmail.com Número celular: 3173421415.

\*\*\* Contador Público. Estudiante de la Maestría en Administración de Organizaciones. Docente de la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios (ECACEN), UNAD. Correo Electrónico: zoraida-lucia2013@gmail.com Número de Celular: 3115135454

**Palabras claves:** Estrategia, competitividad, malla vial, mejoramiento de vida, espacio público

## **ABSTRACT**

The following study was realized with the Pyme companies located in the micro shopping center from 6 street between avenues 2 and 6 in the town La Plata, in the state of Huila, during the first semester of 2015. The objective was to evaluate the socioeconomical impact of the companies studied, as a result of the road works completed in the area.

This investigation has been configured as a descriptive study, quantitative, not experimental; applied to a total of 30 companies that at the same time acted as a sample, with a trustworthy level 95% with a margin of error of 5% and probabilities of occurrence of 50%. The initial study was focused on the identification of the theories about competitive strategies and the general theory of the system, through different primary and secondary information sources. This information applied to the subject of the study form an important tool in the analysis of the real market. The second stage shows the methods developed in the search of relevant information during the field work. The third stage shows the obtained results in the investigation and the matching analysis.

**Keywords:** Strategic, competitiveness, road mesh, quality of life, public space

---

## **MARCO TEÓRICO**

Para comenzar este análisis es importante aclarar algunos conceptos básicos de evaluación, relativos a las pymes en Colombia. Con base en la definición que plantea la Real Academia Española, se puede afirmar que evaluación es la acción de estimar, señalar, apreciar o calcular el valor de algo. Según la legislación colombiana, para constituir una pyme es necesario que distintas personas, naturales o jurídicas, ejerzan las actividades de forma empresarial y en diferentes sectores: agropecuario, industrial o de servicios. Como su nombre lo indica, las pyme son mi-

cro, pequeñas y medianas empresas, que se clasifican de acuerdo con la combinación de una planta de personal y unos activos totales; de estas dos combinaciones prevalece el valor de los activos totales. La microempresa es aquella donde la planta de personal no es superior a diez (10) y los activos totales no son superiores a quinientos (500) SMLV<sup>1</sup>. La pequeña empresa es aquella donde la planta de personal está entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores y los activos totales suman un valor que está entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) SMLV<sup>2</sup>. La mediana empresa es aquella donde la planta de

---

1 \$644.350\*500 = \$322.175.000.

2 De \$322.175.001 a \$3.221.750.000

personal está entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores y los activos totales entre cinco mil uno (5001) y treinta mil (30.000) SMLV<sup>3</sup>. Para el año 2015 el SMLV estaba en \$644.350. (Clasificación de las Pymes en Colombia, 2015)

Con respecto al tema tributario de las pymes, el capítulo 1, lección 4 del módulo Pymes, dice lo siguiente:

Los impuestos son los tributos obligatorios que el Estado exige a todas las personas naturales y/o jurídicas, son obligaciones de los contribuyentes y representan una forma de ingresos corrientes en el presupuesto de la nación. Los impuestos de orden municipal corresponden al impuesto de industria y comercio, el impuesto predial unificado, el impuesto sobre vehículos automotores, la sobretasa a la gasolina y los impuestos sobre los juegos de azar y espectáculos públicos. (Hurtado, 2011, p. 32).

En consecuencia, las teorías que postulamos para el tema de estudio se enuncian a continuación. La primera es la *teoría general de sistemas* que fue concebida, inicialmente, por el alemán Ludwig von Bertalanffy, en la disciplina de la biología y durante la década de 1950, como una aproximación científica para interpretar la dinámica de los organismos vivos; posteriormente esta teoría fue utilizada por las demás disciplinas para sustentar los diversos fenómenos que representan la realidad; su postulado principal define el sistema (sociedad, empresa, familia, ser humano, etc.) como un conjunto de elementos con

atributos particulares, relacionados entre sí en función de un fin dentro de un contexto, de manera que un cambio en el estado de alguno de ellos altera el estado general del sistema; es decir, el sistema es un todo organizado y complejo, sus propiedades no pueden ser descritas significativamente en términos de sus elementos separados, debido a que la comprensión del mismo solamente se logra cuando se estudia globalmente, involucrando todas las interdependencias de sus partes.

#### **Características de los sistemas**

A continuación se conceptualiza sobre las características de la dinámica de los sistemas, tales como objetivo, globalismo, entropía, Homeostasis y equifinalidad.

**Objetivo:** las unidades o elementos, así como las relaciones, definen una distribución y una funcionalidad que trata de alcanzar un propósito.

**Globalismo:** todo sistema tiene naturaleza orgánica. Cualquier estímulo en cualquier unidad del sistema afectará a todas las demás unidades debido a la relación existente entre ellas.

**Entropía:** tendencia que tienen los sistemas al desgaste o desintegración, en otras palabras, a medida que la entropía aumenta los sistemas se descomponen en estados más simples.

**Homeostasis:** equilibrio dinámico entre las partes del sistema, esto es, la tendencia de los sistemas a adaptarse con el equilibrio

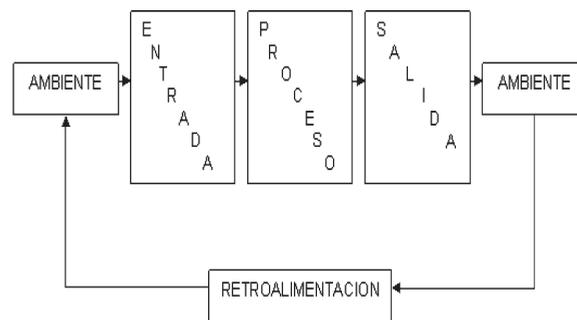
3 De \$3.221.750.001= a \$19.330.500.000

de los cambios internos y externos del ambiente.

**Equifinalidad:** se refiere al hecho que un sistema, a partir de diferentes condiciones ini-

ciales y por distintos caminos, llega a conseguir determinado objetivo trazado.

Además de lo anterior, el sistema se constituye por una serie de parámetros que se definen a continuación:



**Figura 1.** Dinámica de los sistemas

Fuente: Bañón, A. R., & Aragón, A. S. (2006).

**Entrada o insumo (*input*):** es la fuerza de arranque del sistema, suministrada por la información necesaria para la operación de este.

**Salida o producto (*output*):** es la finalidad para la cual se reunirán los elementos y las relaciones del sistema.

**Procesamiento o transformador (*throughput*):** es el mecanismo de conversión de entradas en salidas.

**Retroalimentación (*feedback*):** es la función del sistema que busca comparar la salida con un criterio previamente establecido.

**Ambiente (*environment*):** es el medio que rodea externamente al sistema.

En la segunda teoría, conocida como *competitividad y recursos estratégicos en las pymes*, se señala que

Frente a otras teorías, la perspectiva basada en los recursos sugiere que las diferencias existentes en los niveles de éxito alcanzados por las empresas se explican, más que por las características estructurales del sector donde se actúa, por las distintas dotaciones de recursos y capacidades de las organizaciones. Desde esta perspectiva, la empresa fundamenta su éxito en una serie de recursos estratégicos, tratando de identificarlos, desarrollarlos, protegerlos y desplegarlos para así lograr ventajas competitivas. Esta teoría no considera todos los recursos que forman la empresa, sino sólo aquellos que son críticos para el éxito, es decir, los que permiten alcanzar ventajas com-

petitivas sostenibles en el tiempo y apropiarse de las rentas generadas. (Bañón & Aragón, 2006, p. 32 y ss.).

### METODOLOGÍA

Esta investigación fue cuantitativa, descriptiva, no experimental y la toma de datos se realizó de forma transversal. Se trabajó con la población total de 30 pymes registradas formalmente en la Cámara de Comercio de Neiva, oficina La Plata Huila, y que funcionan en el casco urbano señalado en el título de esta investigación. Para el cálculo de la muestra se utilizó la metodología del Alfa de Cronbach, calculando el tamaño de la muestra con un nivel de confianza del 95 %, margen de error del 5 %, valores de ocurrencia y no ocurrencia del 50 % y 50 % respectivamente,

por prueba partes iguales, arrojando una muestra de 30 empresas pymes.

La investigación utilizó como instrumento de recolección de datos la encuesta estructurada y su confiabilidad se midió en el índice de Alpha de Cronbach, que permite medir su confiabilidad arrojando un resultado de 0,840, indicando la fiabilidad de la escala establecida por su aproximación a 1, es decir que sí aplica por cuanto el rango aceptable está entre 0.7 y 1.0.

### RESULTADOS

Teniendo en cuenta la tabulación de la encuesta se realizó la distribución de frecuencia por cada una de las variables de medidas, tal y como se expone a continuación (figuras 2 y ss.).

1. De acuerdo a legislación Colombiana las empresas tienen una clasificación, conoce cómo está clasificada su empresa.	CASOS	%	% ACUMULADA
TOTALMENTE DESACUERDO	12	40	40
EN DESACUERDO	10	33,33	73,33
NO SE DE ACUERDO	4	13,33	86,67
DE ACUERDO	2	6,67	93,33
TOTALMENTE DE ACUERDO	2	6,67	100
TOTAL	30	100	

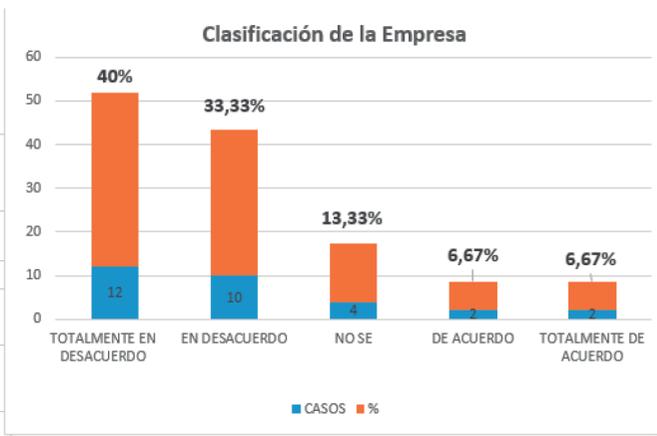


Figura 2. Pregunta 1

Fuente: elaboración propia.

El 86,67 % de la población empresarial objeto de estudio desconoce que en Colombia el segmento empresarial está clasificado en micro, pequeñas, medianas y grandes em-

presas. Esta clasificación está reglamentada en la Ley 590 de 2000, conocida como la Ley Mipymes y sus modificaciones (Ley 905 de 2004).

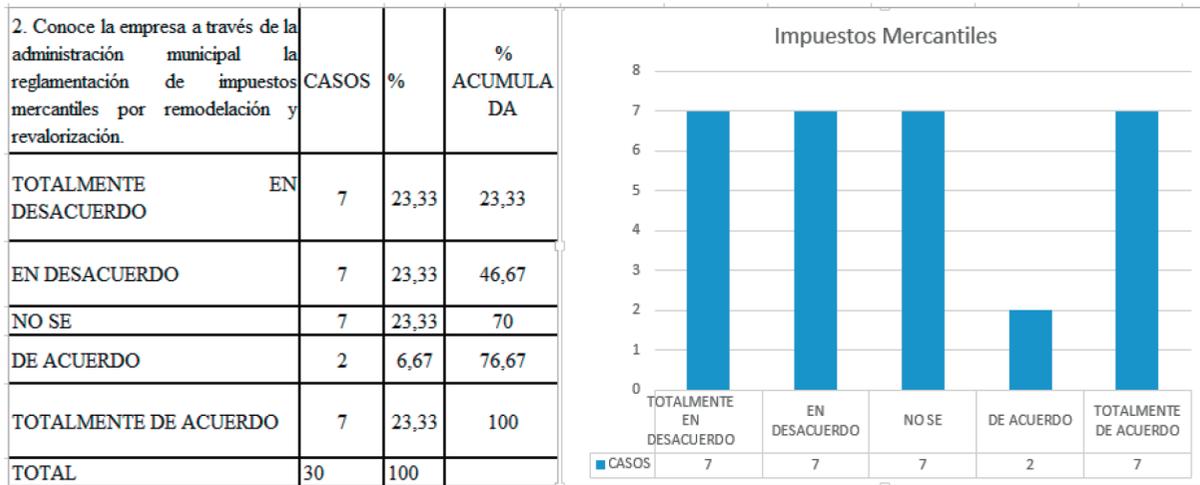


Figura 3. Pregunta 2

Fuente: elaboración propia.

Del total de las empresas, 21 desconocen la reglamentación de impuestos mercantiles por remodelación y revalorización, debido a que es la primera vez que afrontan un pro-

ceso de mejoramiento vial y peatonal en el sector, a su vez algunas de ellas no cuentan con un departamento o staff jurídico que los asesore con respecto al tema.

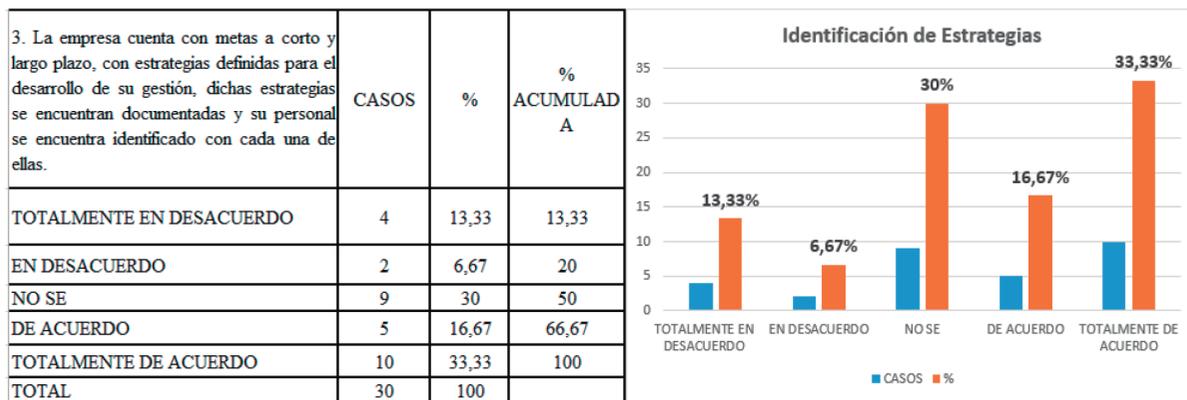


Figura 4. Pregunta 3

Fuente: elaboración propia.

El 50% de las empresas consultadas desarrollan una planeación estratégica, que

involucra a los colaboradores en el diseño y ejecución de los planes, objetivos y

mecanismos para su consecución, a partir de la lectura del entorno y la identificación de los recursos con los que cuentan

para ser competitivas en el mercado y capaces de adaptarse a situaciones cambiantes.

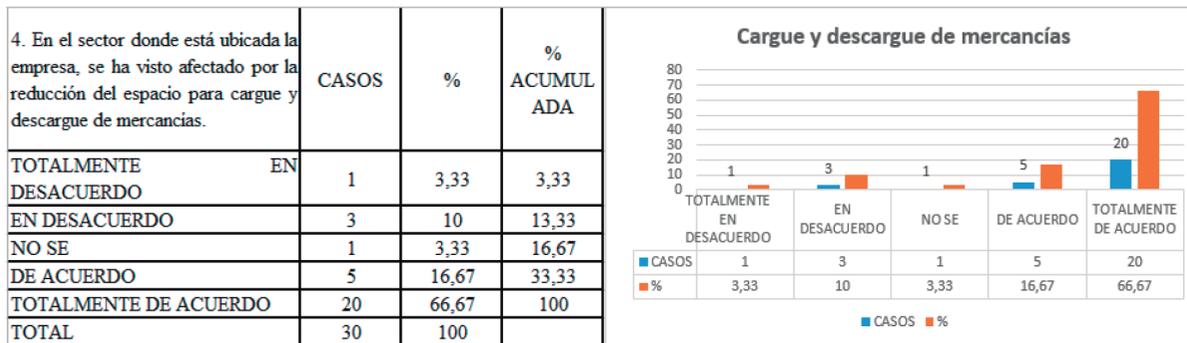


Figura 5. Pregunta 4

Fuente: elaboración propia.

De las 30 empresas consultadas, 25 de ellas refiere afectación directa en el proceso de recibir y cargue de mercancía, situación presenta-

da por la reacomodación y clara disminución de espacios dispuestos para adelantar dichas actividades de abastecimiento de mercancía.

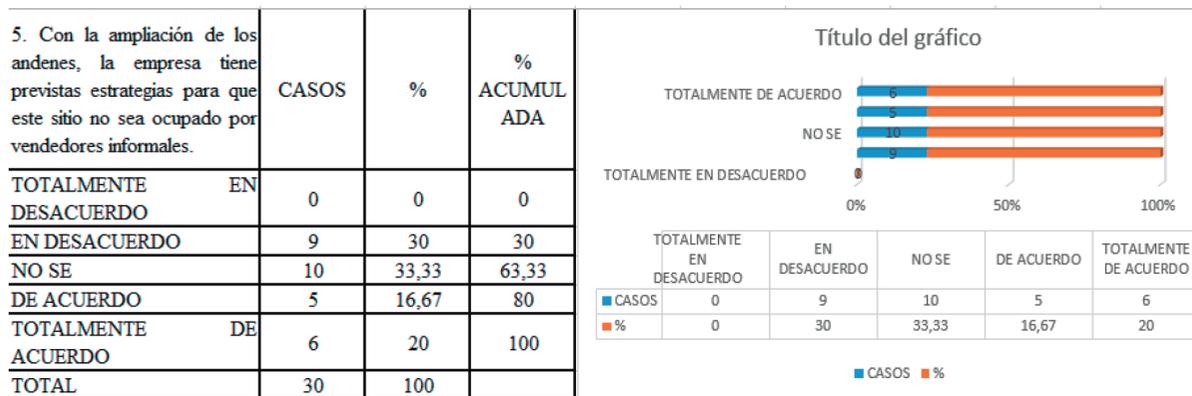


Figura 6. Pregunta 5

Fuente: elaboración propia.

El 30% de las organizaciones empresariales participantes en la encuesta no tienen establecido un plan de acción para que los

andenes no sean ocupados por vendedores informales y el 33% desconocen la existencia de dicho plan, debido a que los

andenes los conciben como franjas longitudinales ubicados a los costados de la vía pública, destinados a la circulación de peatones, bajo la autoridad del Ministerio de

Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial y sus instituciones delegadas para garantizar la correcta aplicación de la normatividad urbana.

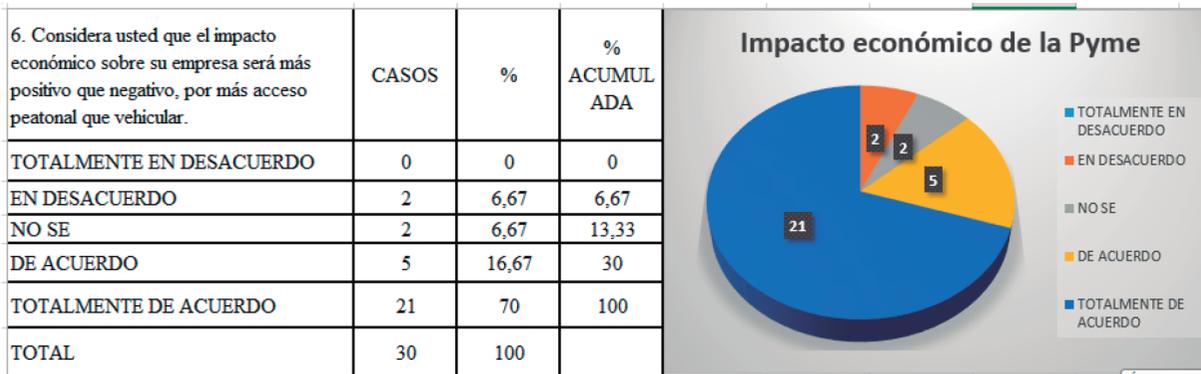


Figura 7. Pregunta 6

26 de las empresas consultadas afirman que la ampliación de las áreas comunes y de acceso peatonal se constituye en una opción favorable para sus negocios, debido a que posibilita brindar mayor comodidad en la movilidad de los clientes del sector que los frecuentan; a

su vez representa la posibilidad de promover espacios agradables de esparcimiento, cultura, encuentro e interacción familiar, que se traducen en masivas visitas de clientes nuevos a los establecimientos comerciales y un progresivo aumento de las ventas.

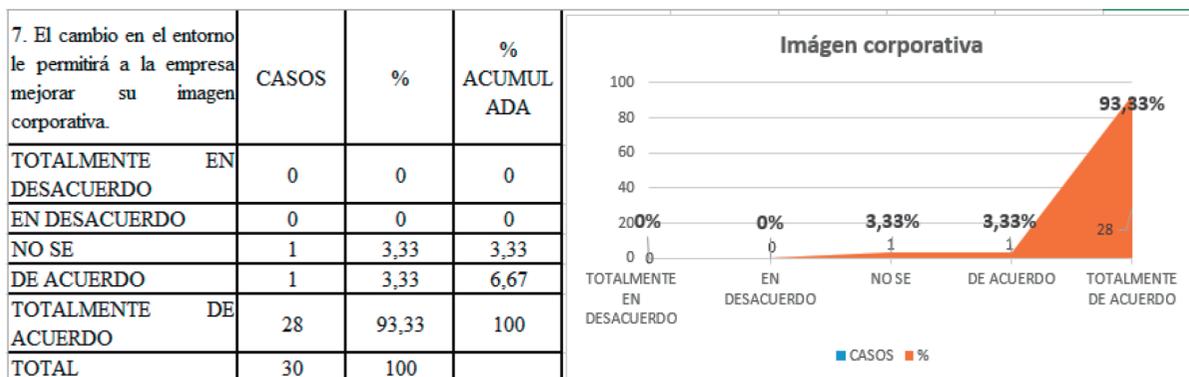


Figura 8. Pregunta 7

Fuente: elaboración propia.

La imagen corporativa de las empresas es fortalecida por la ubicación estratégica del establecimiento comercial, en especial si es de fácil acceso, favorece la movilidad y la seguridad, así como también genera incidencia

si genera recordación por su renovación a través de diseños arquitectónicos vanguardistas; por tal motivo, los empresarios (97 %) le apuestan a la ejecución de la obra vial y peatonal en su sector de influencia.

8. De acuerdo a la teoría de la competitividad, la empresa fundamenta su éxito en recursos estratégicos para aumentar sus ingresos.	CASOS	%	% ACUMULADA
TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	3,33	3,33
EN DESACUERDO	2	6,67	10
NO SE DE ACUERDO	4	13,33	23,33
DE ACUERDO	7	23,33	46,67
TOTALMENTE DE ACUERDO	16	53,33	100
TOTAL	30	100	

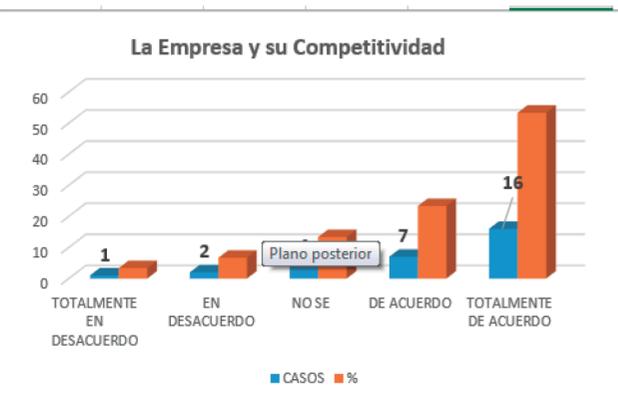


Figura 9. Pregunta 8

Fuente: elaboración propia.

23 de las empresas encuestadas creen firmemente que el factor clave de éxito de las organizaciones recae en la utilización de recursos estratégicos favorecidos por situaciones co-

yunturales externas o internas y de impacto en la competitividad en el mercado, en este caso particular el mejoramiento de la obra vial y peatonal que se adelanta en el sector.

9. Por el mejoramiento de la vía donde se encuentra la empresa y la implementación de zonas de descanso, afectarían la tranquilidad del sector por la proliferación de consumidores de diferentes sustancias psicoactivas.	CASOS	%	% ACUMULADA
TOTALMENTE EN DESACUERDO	3	10	10
EN DESACUERDO	3	10	20
NO SE DE ACUERDO	4	13,33	33,33
DE ACUERDO	5	16,67	50
TOTALMENTE DE ACUERDO	15	50	100
TOTAL	30	100	



Figura 10. Pregunta 9

Fuente: elaboración propia.

El 67% de los empresarios consultados identifica al consumo de sustancias psicoactivas como una problemática social latente, así

como el uso de zonas de descanso, plazuelas o áreas comunes por los consumidores de dichas sustancias.

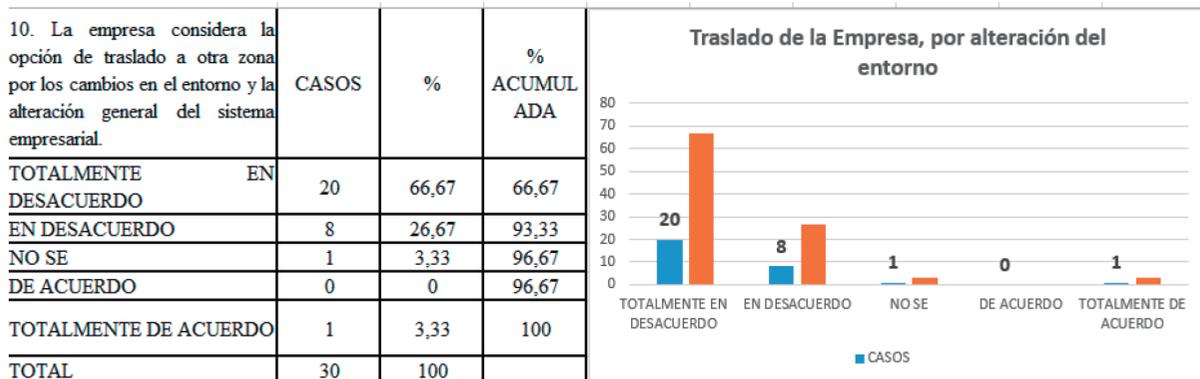


Figura 11. Pregunta 10

Fuente: elaboración propia.

28 de las empresas ubicadas en la calle 6, entre carrera 2 y 6, cuentan con los planes de contingencia necesarios para afrontar las afectaciones generadas por las obras viales y salir fortalecidos; sin embargo, uno de los empresarios manifiesta el traslado inminente a otra zona debido a que se ha visto ampliamente perjudicado por los cambios del entorno y la disminución de las ventas.

### Análisis de resultados

El análisis de las diferentes variables nos permite resaltar la importancia de que las pymes se informen acerca de la legislación colombiana y sus decretos vigentes, teniendo en cuenta que de la clasificación de las mismas derivan distintas obligaciones legales, empresariales, tributarias, entre otras, que si no se tienen en cuenta pueden ocasionar sanciones pecuniarias, afectando de

gran manera la rentabilidad y el flujo de efectivo de las empresas.

La teoría general de sistemas define que el sistema está integrado por sociedad, empresa, familia y ser humano, como un conjunto de elementos con atributos particulares, relacionados entre sí. En este sentido, si observamos el cruce de variables económicas y sociales se puede afirmar que las organizaciones empresariales consultadas poseen metas a corto y largo plazo, con estrategias definidas y reconocidas por el personal para el desarrollo de su gestión, las cuales están soportadas por una lectura de la realidad actual, destacándose hechos coyunturales inherente al mejoramiento de la vía donde se encuentran localizadas dichas empresas y la posterior implementación de zonas de descanso en el sector comercial; frente a dichos acontecimientos, los empresarios reconocen

la posibilidad de afectación de la tranquilidad en la zona debido a la proliferación de consumidores de diferentes sustancias psicoactivas. Sin embargo, dos organizaciones afirman que pese a contar con una planeación estratégica sustentada en la realidad actual, no consideran que será afectada la tranquilidad del sector con la presencia ascendente de consumidores de alucinógenos.

Con respecto a “la capacidad de los gerentes para analizar la situación actual de las unidades empresariales y su capacidad e idoneidad para someterlas al cambio conociendo los recursos que esta posee al igual aquellos que esta requiere para su óptimo desempeño” (Drucker, 1991); de acuerdo al análisis, cuatro de las empresas encuestadas manifiestan que cuentan con metas a corto y largo plazo, con estrategias definidas y reconocidas por el personal para el desarrollo de su gestión, entre ellas se destacan las acciones previstas para prevenir la ocupación de los nuevos andenes por vendedores informales una vez finalice la obra de infraestructura vial. En este mismo sentido, tres empresas destacan la existencia de una planeación a corto y largo plazo; sin embargo, no tienen proyectadas acciones para afrontar la posible ocupación del espacio público circundante a sus negocios por parte de vendedores informales.

De acuerdo con la teoría de la competitividad, la renovación y mejoramiento del entorno de los establecimientos comerciales se constituye en un aspecto fundamental para atraer a los clientes y aumentar los ingresos, postulado que validan 22 empresas consultadas.

## REFERENCIAS

- Bañón, A. R., & Aragón, A. S. (2006). *Competitividad y recursos estratégicos en las pymes*. Revista de Empresa, 32 a 47. Recuperado de [http://66.165.175.235/campus18\\_20151/file.php/8/Documentos\\_de\\_referencia/Competitividad\\_y\\_Recursos\\_Estrategicos\\_en\\_las\\_Pymes.pdf](http://66.165.175.235/campus18_20151/file.php/8/Documentos_de_referencia/Competitividad_y_Recursos_Estrategicos_en_las_Pymes.pdf)
- Cronbach, L. (1963). *Course Improvements Through Evaluation*. Teachers College Record, 64, 672.
- Cruz, Carmen. *Teoría General de Sistemas*. (s.f). Recuperado de [http://www.academia.edu/4563933/Teoria\\_General\\_de\\_Sistemas](http://www.academia.edu/4563933/Teoria_General_de_Sistemas)
- Drucker, P. (1991). *La gerencia de empresas*. Barcelona: Edhasa.
- En Colombia (2004). *Clasificación de las Pymes en Colombia*. Obtenido de <http://www.encolombia.com/economia/economiacolombiana/emp-turisticos/clasificaicondelasempresascolombianas/>
- FACSO. *Introducción a los conceptos básicos de la Teoría General de Sistemas*.(s.f). Recuperado de <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/03/frprinci.htm>
- Hurtado, B. (2011). Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Pymes y Corporaciones en Contextos de Globalidad. Palmira, Valle, Colombia. Obtenido de Datateca UNAD: [http://datateca.unad.edu.co/contenidos/107027/Documentos\\_pymes/Modulo\\_Pymes\\_y\\_Corporaciones\\_en\\_contextos\\_de\\_globalidad\\_Documento\\_Final.pdf](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/107027/Documentos_pymes/Modulo_Pymes_y_Corporaciones_en_contextos_de_globalidad_Documento_Final.pdf)

IPES. Investigación cuantitativa - Ipes. (s.f.).  
Obtenido de [http://ipes.anep.edu.uy/  
documentos/investigacion/materia-  
les/inv\\_cuanti.pdf](http://ipes.anep.edu.uy/documentos/investigacion/materiales/inv_cuanti.pdf)

Sampieri, Roberto, Collado, Carlos y Lucio,  
Pilar (1991). *Metodología de investi-  
gación*. Recuperado de [http://www.](http://www.terras.edu.ar/aula/tecnicatura/15/biblio/SAMPIERI-HERNANDEZ-R-Cap-1-El-proceso-de-investigacion.pdf)

[terras.edu.ar/aula/tecnicatura/15/  
biblio/SAMPIERI-HERNANDEZ-R-  
Cap-1-El-proceso-de-investigacion.  
pdf](http://www.terras.edu.ar/aula/tecnicatura/15/biblio/SAMPIERI-HERNANDEZ-R-Cap-1-El-proceso-de-investigacion.pdf)

Scriven, M. (1967). *The methodology of eva-  
luation. Perspectives of curriculum eva-  
luation*, 39-83.