



TRABAJO DE GRADO
Opción Investigación o Proyecto de Grado

Estrategias De Crecimiento Y Sostenibilidad Empresarial Del Comercio Mayorista En
Quibdó Chocó

Corporación Universitaria Remington.
Facultad de Ciencias Empresariales
Administración de Negocios Internacionales.

Nombres de los estudiantes: Anny Yicela Renteria Renteria
Nombre del Tutor del trabajo de grado. Lenys Esther Vasquez Lopez
Opción en la que realizó su trabajo de grado (Investigación o Proyecto de grado).

2025

Dedicatoria

A mi familia, por su amor incondicional, paciencia y apoyo constante durante todo este proceso. A mi madre, por ser mi mayor inspiración, enseñarme el valor del esfuerzo y la perseverancia y por brindarme las herramientas y el conocimiento necesario para alcanzar mis metas. A mis hermanos, por su aliento y compañía en cada paso del camino.

A mis amigos, por su amistad, motivación y momentos de alegría que hicieron más llevadera esta etapa. A aquellos que compartieron conmigo largas noches de estudio y me brindaron su apoyo incondicional.

A mí misma, por la dedicación, el esfuerzo y la perseverancia demostrados a lo largo de este camino. Por creer en mis capacidades y superar cada obstáculo con valentía y determinación. Por las largas noches de estudio, los sacrificios realizados y la satisfacción de ver este proyecto culminado. Este logro es un testimonio de mi compromiso y mi pasión por el conocimiento.

Agradecimientos

A mis profesores, en especial a la docente Lenys Ester Vásquez Lopez por su invaluable guía, conocimientos y dedicación durante la elaboración de este trabajo. A todos los profesores que me brindaron su apoyo y compartieron sus conocimientos a lo largo de mi carrera.

Tabla de Contenidos

| | |
|--|----|
| Resumen..... | 4 |
| 1. Introducción, Marco teórico o de referencia..... | 5 |
| 1.1. Contexto del sector mayorista y su rol en la economía Colombiana..... | 5 |
| 1.2. Una aproximación al Crecimiento y sostenibilidad Empresarial..... | 6 |
| 1.3. Factores de Crecimiento y sostenibilidad empresariales | 7 |
| 2. Planteamiento del problema..... | 9 |
| 3. Objetivos | 11 |
| 3.1. Objetivo General..... | 11 |
| 3.2. Objetivos específicos | 11 |
| 4. Metodología | 12 |
| 5. Resultados y Discusión..... | 13 |

Lista de Gráficos

| | |
|--|----|
| Gráfico 1 Clasificación del Sector Mayorista en Quibdó Choco. por tamaño Elaboración | 17 |
| Gráfico 2 Participación del sector mayorista en la dinámica comercial de la región | 18 |

Resumen

En un contexto complejo y sensible ante los desequilibrios de los factores macro y micro que afectan el crecimiento y la sostenibilidad de las empresas, estas deben enfrentar muchos desafíos para poder lograr una mejor capacidad productiva, la oferta de nuevos productos, el aumento del mercado, las ventas y sus utilidades, tal es el caso del comercio mayorista de Quibdó Chocó, Las estrategias o acciones que implemente en su gestión empresarial son una garantía para lograr sus propósitos y crecer. Es así como este proyecto busca determinar estrategias efectivas para el crecimiento y la sostenibilidad empresarial del sector mayorista del municipio de Quibdó, Chocó, considerando características socioeconómicas, tecnológica y de infraestructura que afectan el entorno empresarial de la región; Trabajando bajo una metodología cuantitativa de tipo descriptiva y propositiva, haciendo una revisión bibliográfica de fuentes secundaria, cámara de comercio, informes técnicos de entidades especializadas y artículos científicos. para la obtención de información del sector, y empresarios a través de encuesta. Los resultados se presentan desde el análisis de matrices como la DOFA Y PESTEL, para identificar los factores macro y micro que afectan dicho sector, adicional se muestra datos relacionados con la participación del sector mayorista en la dinámica económica de la región, así como los desafíos que están enfrentando y las oportunidades de desarrollo y sostenibilidad. De esta forma presentar estrategias que aporten al crecimiento y sostenibilidad. Buscando concluir sobre la necesidad e importancia de desarrollar estrategias que impacten en el crecimiento y sostenibilidad del sector mayorista en esta región del país.

Palabras clave: Crecimiento empresarial, sostenibilidad empresarial, comercio mayorista, estrategias empresariales.

1. Introducción, Marco teórico o de referencia

1.1.Contexto del sector mayorista y su rol en la economía Colombiana

En nuestro país, en el año 2022, las empresas mayoristas tuvieron la mayor participación en la producción bruta, 59,6%, seguido del comercio al por menor 30%, y la venta de vehículos automotores, motocicletas y demás accesorios, 10%. (DANE, 2023). Con una buena competencia, inversión en tecnología y logística. Aportando una empleabilidad por encima del 45%. Los importadores son los mayores actores del comercio mayorista, los almacenes de cadena y los compradores de productos nacionales, son actores fundamentales en la cadena de abastecimiento. Los productos de uso doméstico, la materia prima agropecuario y la maquinaria y equipo, es donde se dan las mayores ventas al por mayor.

A nivel de la región pacífica colombiana conformada por Chocó, Valle del Cauca, Nariño y Cauca. Tuvieron una participación del 13.2% en el PIB, en el año 2022. Siendo el sector comercio al por mayor y al por menor, el renglón que más impulsa la economía del pacífico colombiano, seguido de industria manufacturera y el renglón de la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca (Salazar Gaitán, 2024), sin embargo para el departamento del Chocó este comportamiento difiere, la minería y la agricultura históricamente han sido los sectores más influyentes. Se evidencian con cifras presentadas por el (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2024), la minería aporta el 17.4%, y el sector comercio, hoteles y reparaciones el 13.8% del producto interno bruto de este departamento.

Según datos del mismo ministerio para el año 2023 el sector comercio es uno de los que más genera empleo, 20% superado únicamente por el sector público, 25.5%. Los datos reflejan la incidencia del sector comercio en el mercado laboral de esta zona, donde el Chocó se ha caracterizado por ser uno de los departamentos con mayor pobreza del país. Las micro, pequeñas y medianas empresas son las que han venido, desde hace años, manteniendo la dinámica comercial (Cámara de Comercio del Chocó, 2014).

El Sector comercio es uno de los sectores con buen comportamiento, sin embargo el comercio minorista mostró una disminución en las ventas reales del 1.6% en abril de 2024,

con una reducción del personal ocupado del 0.6% en comparación con el mismo mes del año anterior. Esto refleja una tendencia general en la desaceleración del sector, influenciada por factores como las altas tasas de interés y la inflación persistente (DANE, 2024).

En este orden (Analdex, 2024), resalta que el sector comercio en Colombia debe adaptarse a nuevas realidades económicas, como la integración de tecnología y comercio electrónico, y la sostenibilidad. Se proyecta que las ventas en línea representarán el 25% del total de ventas en el sector minorista para 2025. La adopción de herramientas modernas de gestión empresarial y la conexión personal con las marcas también son claves para la competitividad del sector. En el Caso del Quibdó Chocó, de donde no se tienen muchos, datos se puede inferir en estas tendencias generales del país, El comercio local debe enfocarse en mejorar la calidad de los productos, adoptar tecnologías emergentes y establecer relaciones solidas con los clientes para mantenerse competitivo y fomentar el crecimiento económico local.

1.2.Una aproximación al Crecimiento y sostenibilidad Empresarial

El crecimiento empresarial es un término que ha sido abordado a lo largo de la historia por diferentes autores: Penrose en el año 1959, citado por (Korl et al., 2016), lo miraba como el proceso en el que las empresas acumulan capital a lo largo del tiempo, permitiendo expandir su tamaño y capacidades, enfatizando en que no es solo las ventas, sino la capacidad de la empresa para controlar los recursos y generar valor. Para (Chandler, 1969) es la expansión de las empresas hacia nuevos mercados con nuevos productos y tecnologías siendo más eficiente y logrando maximizar las utilidades. Con el tiempo el crecimiento empresarial ha ido tomando valores desde otros elementos. (Porter & Kramer, 1999) lo visiona desde la creación de ventajas competitivas a través de la diferencia en productos, servicio o costos, que generan valor para la empresa, estas ventajas se mantienen a través de las competencias internas que se convierte en superior para el cliente. (Blázquez et al., 2006) lo enfoca desde la necesidad que tiene las empresas, en la adaptación al cambio, de desarrollar y ampliar su capacidad productiva, desde la adquisición de nuevos recursos de acuerdo a su capacidad financiera, para soportar dichos cambios, Dado estos conceptos

desde diferentes autores, podemos concluir que el crecimiento empresarial es un proceso dinámico y continuo en el cual las organizaciones deben centrarse para mejorar sus estrategias y alcanzar éxito, Crecimiento que debe lograrse con el aumento de los volúmenes de ventas o la prestación de servicio, con un valor diferenciador e innovador.

1.3. Factores de Crecimiento y sostenibilidad empresariales

Continuando con (Blázquez Santana et al., 2006), El crecimiento empresarial depende de diversos factores, internos y externos, entre los internos está el tamaño de la empresa, la gestión del conocimiento, la motivación, el acceso a capital; los externos los analiza desde el entorno específico (proveedores, clientes y competidores) y entorno general (demanda, tecnologías, acceso a programas y recurso económicos, normas y apoyo gubernamental).

Entre estos factores internos en busca de un crecimiento empresarial han incorporado la innovación y las nuevas tecnología, visión y el liderazgo empresarial, la cultura organizacional, el valor del talento humano, las estrategias de marketing y la optimizaciones de operaciones y logística. Por parte de los factores externos tenemos un mayor conocimiento del consumidor en tendencias, gustos y preferencias; así como factores macroeconómicos y acceso a los mercados globales; factores socio culturales; las normatividades y políticas de apoyo. En la medida que las empresas quieran avanzar estos factores son determinantes, algunos con mayor peso en los resultados u objetivos organizaciones, cuando estos factores no están alineados con la visión empresarial, es cuando los empresas se ven frenadas en su crecimiento(Gonzales et al., 2023)

1.4. Estrategias de crecimiento y sostenibilidad empresarial

Considerando las estrategias de crecimiento empresarial como ese conjunto de acciones y objetivos que la empresa considera para la expansión del negocio, ya sea operativa, física, tecnológica o económica con el fin de ampliar la oferta y llegan a nuevos mercados (KOTLER & Armstrong, 2012).

En este orden (Puente Riofrío & Viñán Villagrán, 2017) presentan la siguientes estrategias:

- Estrategias de crecimiento intensivo: En este caso la empresa busca nuevas oportunidades para mejorar su resultados, a partir de lo que ya está haciendo.
- Estrategias de crecimiento integrado: Es la estrategia que aplican las empresas cuando buscan asociarse o comparar sociedades para fortalecerse, se puede dar hacia adelante, hacia atrás y horizontal
- Estrategia de crecimiento diversificado: Es cuando la empresa busca nuevas oportunidades fuera de los productos y mercados en los que se mueve actualmente, la diversificación se puede dar de manera concéntrica, horizontal o en conglomerado.

Por su parte (Porter, 1980) propone cinco estrategias genéricas que las empresas pueden implementar para alcanzar una ventaja competitiva sostenible:

- Liderazgo en costos: Ser el proveedor de menor costo en el mercado.
- Diferenciación: Ofrecer productos o servicios únicos y diferenciados que satisfagan las necesidades específicas de los clientes.
- Enfoque: Enfocarse en un nicho de mercado específico y satisfacer sus necesidades de manera superior.
- Costos-diferenciación: Ofrecer productos o servicios diferenciados a un precio competitivo
- Expansión: Expandirse a nuevos mercados o productos relacionados para aprovechar las economías de escala y alcance.

2. Planteamiento del problema.

El municipio de Quibdó es catalogado como uno de los menos desarrollados en la geografía colombiana. Está ubicado en el departamento del chocó, al occidente del país; su producción económica está basado especialmente en la pesca, la minería, la explotación forestal y el comercio (Lozano Montalvo, 2023). Con respecto al comercio al por mayor, según datos de la (Cámara de Comercio del Quibdó, 2022) representa el 37.7% de la economía de todo el departamento, siendo la actividad comercial la más predominante, comercializando productos elaborados por fuera del departamento, revendiendo productos elaborados en otras regiones, solo el 6% de los establecimientos se dedican a la industrialización.

Adicional posee una economía popular basado en el turismo de playa, ecoturismo, el cual está muy ligado al sector comercial, dándoles una dinámica económica. Así lo muestran datos del RUES- Confecámaras del año 2023, donde el sector comercio al por mayor y al por menor, junto con la reparación de vehículos es donde más hay empresas creadas. 5.260, seguido de alojamiento y servicios de comida, 1393 y la industria manufacturera con 759. Como se puede ver el sector comercio al por mayor, es uno de los más grandes y representativos, en la economía local, el cual enfrentan grandes problemas de diferente orden.

Las problemáticas sociales, asociados a fines políticos, grupos al margen de la ley y la inseguridad, son los factores que más han impedido el crecimiento del tejido empresarial de esta región. (Espectador, 2023), debido a la poca inversión de capital y la llegada de grandes empresas que dinamicen la economía en esta zona. Por otro lado, esta las vías de comunicación, el acceso a servicios públicos, infraestructura, que hacen insostenible la actividad comercial en esta región, hasta tal punto que hoy Quibdó, siendo una capital, no cuenta con una empresa reconocida a nivel nacional.

Desde la dinámica empresarial, el desarrollo ha sido mínimo para todos los sectores incluyendo el sector comercio mayorista, donde la falta de incorporación tecnológica en la gestión empresarial, el bajo conocimiento y preparación de los empresarios: y el poco impulso a la innovación ha llevado que estas empresas continúen en la misma dinámica

comercial, sin mayores oportunidades de acceder a un comercio digital, innovando en canales de comercialización que les permitan lograr una mayor dinámica de desarrollo empresarial.

En este orden de ideas el tejido empresarial del municipio de Quibdó, donde la actividad comercial al por mayor es la más presente, enfrentan en el día a día muchas barreras en su crecimiento y sostenibilidad. En este ámbito, la investigación busca determinar estrategias efectivas para el crecimiento y la sostenibilidad empresarial del sector mayorista del municipio de Quibdó, Chocó, considerando características socioeconómicas, tecnológica y de infraestructura que afectan el entorno empresarial de la región. Que de luz en información y conocimiento para que estas empresas puedan continuar en un ascenso económico y sostenible, favorable para la región.

Pregunta problematizadora: ¿Cómo pueden las empresas del sector comercio al por mayor en Quibdó Chocó, superar las barreras que obstaculizan su crecimiento y sostenibilidad, considerando los factores sociales, económicos, tecnológicos y de infraestructura que afectan su entorno empresarial?

En este contexto, resulta crucial desarrollar estrategias efectivas para el crecimiento y la sostenibilidad del sector mayorista en Quibdó, Chocó. Una investigación que aborde esta problemática es de gran importancia por las siguientes razones:

La contribución al fortalecimiento del sector mayorista de Quibdó Chocó, impulsar la economía local en un mercado competitivo con grandes oportunidades de abrir mercados y aumentar los ingresos, y un impacto en la generación de empleo, este sector es uno de los más dinámicos en la región, y esto puede llevar a mejorar la calidad de vida de la población(Loaiza & Cutipa , 2025). Esta región objeto de estudio es una de las más vulnerables del país, en temas de desarrollo regional.

Las estrategias de crecimiento y sostenibilidad empresarial permitirán a las empresas ser más eficiente, productivas e innovadoras, ser sostenibles garantizando el acceso a una mayor variedad de productos y precios justos, para los consumidores (Gonzales et al., 2023)..Con esto se beneficia todas las partes, mayorista y población en general y el mismo estado.

El estudio proporciona información valiosa sobre el sector mayorista en Quibdó Chocó, y estrategias que pueden ser exitosas para el crecimiento empresarial de la región, Información de interés para futuros estudios, desarrollo de programas y políticas que aporten a estos. Es poca la información científica y estudios técnicos que se tiene de este sector en la región.

3. Objetivos

3.1. Objetivo General

Determinar estrategias efectivas para el crecimiento y la sostenibilidad empresarial del sector mayorista del municipio de Quibdó, Chocó, considerando características socioeconómicas, tecnológica y de infraestructura que afectan el entorno empresarial de la región.

3.2. Objetivos específicos

- Analizar la situación actual del sector mayorista en Quibdó, Chocó, en términos de tamaño, estructura, competitividad y desafíos. Para comprender el panorama actual de este sector económico en esta región.
- Identificar las oportunidades y los factores clave de éxito para el crecimiento y la sostenibilidad de las empresas mayoristas en Quibdó, Chocó.
- Diseñar y evaluar estrategias de crecimiento y sostenibilidad empresarial adaptadas al contexto socioeconómico, tecnológico y sostenible del sector mayorista de Quibdó, Chocó.

4. Metodología

Diseño de Investigación:

El estudio se enmarca en una investigación cuantitativa, recopilar información sobre el número de empresas, su tamaño, los productos que comercializan, sus principales clientes, sus canales de distribución, fortalezas y debilidades, condiciones del entorno y principales desafíos. De tipo descriptivo y propositiva, describiendo los hallazgos encontrados y a partir de ellos el diseño y la evaluación de estrategias para el crecimiento y sostenibilidad de los mayoristas en el municipio de Quibdó Chocó

Entre las técnicas e instrumentos para recolectar la información está la aplicación de encuestas a una muestra representativa de empresas mayoristas, matrices de análisis como DOFA y PESTEL y el análisis de información secundaria proveniente de cámara de comercio, informes técnicos, de entidades especializadas y artículos científicos.

La población está conformada por empresas mayorista del municipio de Quibdó Chocó, tomando una muestra de 25 empresas, de manera aleatoria simple.

Las fases para el desarrollo del trabajo son la siguientes

Fase diagnóstica: Enfocada en el análisis externo (entorno y sector); amenazas y oportunidades de las empresas del comercio mayorista en Quibdó Chocó.

Fase de Formulación: Generar alternativas de estrategias, evaluar y seleccionar

Variables: Independiente: Condiciones del entorno, tecnologías, infraestructura, tamaño,, canales de comercialización, productos que comercializan.

Dependiente: Crecimiento empresarial y sostenibilidad

Aspectos Éticos.

La investigación se desarrollará considerando principios éticos como la privacidad de identidad de las empresa y la información suministrada, el consentimiento de los encuestados, buscando el bien común, y conforme a la normatividad de protección de datos, ley 1581 de 2012, decreto reglamentario 1377 de 2013 y demás normas concordantes a través de las cuales se establecen disposiciones generales en materia de Habeas Datas y conforme a los lineamientos del comité de ética de la Corporación Universitaria Remington

5. Resultados y Discusión

El siguiente es el análisis del entorno macro a través del uso de la matriz de Pestel y Dofa del departamento del Chocó que muestra los aspectos positivos y negativos del entorno empresarial, en el presente y futuro de esta región.

Matriz de Pestel

Factores Políticos.

- Programa Recuperemos a Quibdó que busca generar más empleo, la formalización de la economía y el fortalecimiento de unidades productivas.
- La exploración de fuentes de financiación y créditos por parte de la secretaria económico, turismo y competitividad para fortalecer el crecimiento y desarrollo sostenible del sector agropecuario.
- La inseguridad y la violencia que desincentivar la inversión en el sector mayorista
- Fortalecimiento de la institucionalidad y lucha de la corrupción fuente en este departamento.

Factores Económicos.

- Programa Invest In Chocó para promover la inversión en la región.
- Programa de Colombia productiva y el ministerio de comercio, industria y turismo para mejorar la productividad, calidad e ingresos de micronegocios.
- Las fluctuaciones en la economía nacional y regional que influyen en el poder adquisitivo de los consumidores y, por ende, en la demanda de productos mayoristas.
- El aumento excesivo de los precios puede erosionar los márgenes de ganancia de los mayoristas y afectar su capacidad de inversión
- La falta de infraestructura de transporte, como carreteras y puertos, incrementan el costo del transporte de mercancías y limita el acceso a nuevos mercados.

Factores Sociales.

- La alta tasa de estudiantes activos por fuera del sistema educativo que a futuro pueda afectar la disponibilidad de mano de obra calificada.
- Los altos índices de pobreza en la región limitada por el poco desarrollo económico.
- Los movimientos sociales que busca mayor inclusión y oportunidades económicas en el sector mayorista.
- La falta de acceso a servicios básicos, como agua potable y energía, pueden afectar el funcionamiento de las empresas mayoristas.
- Mayor colaboración en los sectores públicos y privados para crear un ambiente favorable para el desarrollo del sector mayorista.

Factores Tecnológicos.

- La implementación de tecnologías de la información y la comunicación para mejorar la eficiencia de las operaciones logísticas y reducir costos.
- Las expansiones de los sistemas de pago electrónicos han facilitado las transacciones comerciales, la eficiencia y la seguridad del sector mayorista.
- La adopción de tecnologías digitales, como plataformas de comercio electrónico y redes sociales, han proporcionado nuevas oportunidades para el sector mayorista.

Factores Ecológicos.

- Los factores climáticos como temperatura, precipitación y evaporación, así como el recurso hídrico, geología y fisiografía, que influyen en la disponibilidad y calidad de productos agrícolas y otros bienes comercializados por el sector mayorista.
- El Chocó es rico en recursos naturales, lo que puede ser una oportunidad para el desarrollo del sector mayorista, pero también es importante saber gestionarlos de forma sostenible y amigable.

Matriz Dofa**Oportunidades**

- El aumento del turismo en el Chocó representa una oportunidad para impulsar la demanda de productos de consumo, en especial alimentos y artesanías, beneficiando a los mayoristas.
- Avances tecnológicos, como el comercio electrónico, plataformas de pago digital y sistemas de logística puede mejorar la eficiencia, la accesibilidad y la competitividad del sector.
- El desarrollo de estrategias de cooperación con otros sectores productivos en la región puede impulsar el intercambio comercial y generar nuevas oportunidades de negocio.
- Crecimiento del consumo, debido al aumento de la población y el poder adquisitivo de los habitantes se presentan nuevas oportunidades para expandir los negocios.

Amenazas

- La inseguridad, la violencia y la falta de gobierno efectivo pueden desestabilizar el entorno comercial, dificultando la actividad de los mayoristas.
- Las fluctuaciones de la economía nacional y los cambios en las políticas gubernamentales pueden impactar negativamente la demanda de productos, afectando el sector mayorista.
- La entrada de productos importados de bajo costo puede impactar negativamente la competitividad de los mayoristas locales.
- El Chocó es una región vulnerable a los desastres naturales, como inundaciones y deslizamientos, que pueden afectar la operación del sector mayorista.

Fortalezas

- El departamento del chocó es rico en biodiversidad y recursos naturales, lo que puede proveer una amplia gama de productos para el sector mayorista.
- Baja productividad, que afecta significativamente el crecimiento económico llegando a demostrar que es mucho menor que otros departamentos, lo que puede afectar la oferta de productos para el mercado mayorista.

- Una ubicación estratégica, para servir como centro de distribución para el Chocó y regiones aledañas, lo que abre la posibilidad de conectar con mercados regionales y nacionales.
- Cultura comercial basada en un mercado activo, que puede fortalecer la capacidad de negociación y el conocimiento del mercado local.
- Resiliencia, demostrando una gran capacidad de adaptación a las dificultades económicas y a la inestabilidad social.
- Conocimiento del mercado local, de manera que los mayoristas tienen un entendimiento profundo de las necesidades y preferencias del consumidor local, lo que les permite ofrecer productos adecuados a la demanda.

Debilidades

- La falta de infraestructura vial y logística adecuada dificulta la distribución eficiente de mercancías, generando altos costos de transporte y limitando la capacidad de acceso a mercados más amplios.
- La falta de formación y capacitación en temas como gestión empresarial, logística, marketing y nuevas tecnologías limita el desarrollo competitivo del sector.
- La presencia de mercados informales con prácticas comerciales desleales puede generar una competencia desfavorable para los mayoristas formales.
- Nivel bajo de educación limitando la mano de obra calificada para el sector mayorista.
- Competencia de grandes cadenas de distribución puede representar una amenaza para los pequeños y medianos mayoristas.
- El acceso limitado al crédito puede dificultar la inversión en nuevas tecnologías y la expansión de los negocios.

Caracterización del sector mayorista en la ciudad de Quibdó Choco

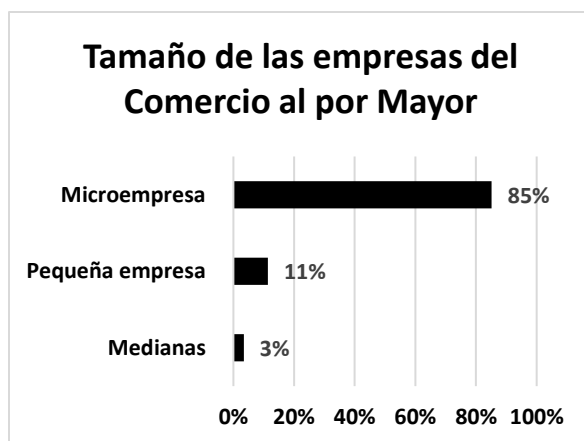


Gráfico 1 Clasificación del Sector Mayorista en Quibdó Choco. por tamaño
Elaboración propia: Fuente datos suministrado por a Cámara de Comercio de este departamento

Respecto a la caracterización del sector mayorista en Quibdó Chocó, los datos suministrados por la cámara de comercio, y analizados, muestran que en esta zona del país, el 85% corresponde a Microempresas, el 11% a pequeñas empresas, el 3% a medianas empresas y e 1% a tamaños no identificados, la mayor participación es del sector microempresarial.

La TABLA La participación del comercio al por mayor en la dinámica económica del municipio, incluyendo la reparación de vehículos, automotores y motocicletas equivale al 8%, por debajo del sector alojamiento y alimentación; actividades profesionales cuya cuota es del 10%. La mayor participación la tiene el comercio al por menor con un 35%, cabe aclarar que muchos de estos negocios venden al por mayor y al por menor, lo que estaría incrementando la participación del sector mayorista en esta zona del país.

Los datos relacionados con la distribución del comercio mayorista en Quibdo Choco, indican que los renglones con mayor participación son el comercio de materiales de construcción, ferreterías, productos metalíferos, productos alimenticios y farmacéuticos, suman más de 54% de participación en esta zona del país; mientras que el sector de calzado y maquinaria de equipos agropecuarios, son las de menos participación, con menos del 1%

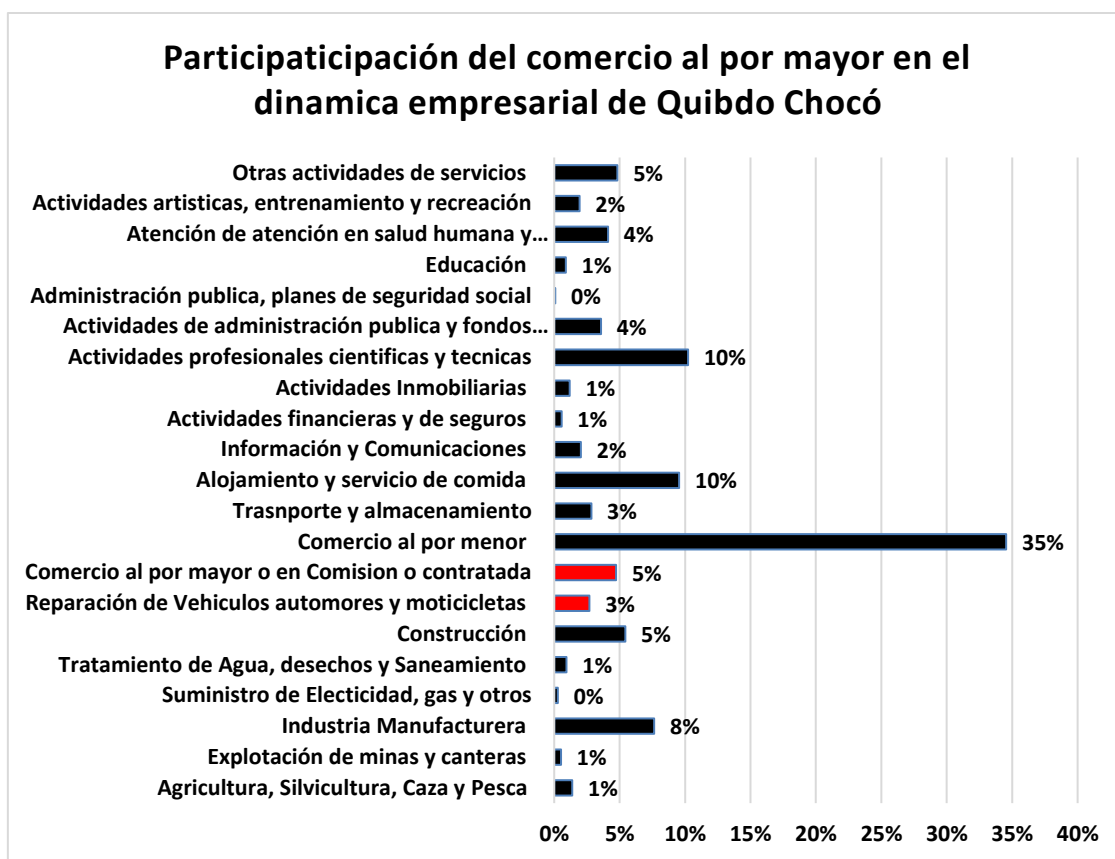


Gráfico 2 Participación del sector mayorista en la dinámica comercial de la región
Elaboración propia: Fuente datos suministrado por la Cámara de Comercio de este departamento

La predominancia del sector microempresarial, empresas con menos de 10 trabajadores, generalmente propiedad familiar; y del comercio como principal actividad economía en esta región del país señala varias características y desafíos importantes del desarrollo local, infraestructuras economías frágiles e informales, con gran dependencia del consumo interno, mas que de productos de mayor valor, a demás de la limita industrialización y especialización, donde renglones como la industria manufacturera solo llegan a un 8%. Y actividades profesionales científicas y técnicas alcanzan un 10%, visualizando poca generación de empleo de alta calidad y la perspectiva de un desarrollo económico desde otros renglones de la economía nacional.

Percepción de los empresarios mayorista frente a los desafíos del sector en la ciudad de Quibdó Choco.

La percepción más alta, 75%, la tiene sobre la inestabilidad en la seguridad de la región afectando el desarrollo de su empresa, seguido en un 55% en el acceso al sector financiero, y el tema de infraestructura y logística para la distribución de mercancía y competitividad del precio. Como tercero, un 45% de los mayoristas, consideran relevante es el acceso a las tecnologías para llegar a más mercados y tener mayor conectividad.

Con respecto a potencial de desarrollo sostenible, el 64% consideran que tienen un gran potencial de crecimiento y de expansión del mercado, sin embargo un 40% siguen considerando que se deben superar muchas limitantes y desafíos que actualmente enfrenta relacionados con la seguridad en la región, conectividad, diversificación de la economía. Aumento del empleo formal y de calidad y la transformación e incorporación de tecnologías.

Entre las estrategias propuestas para el crecimiento y sostenibilidad del sector mayorista en esta región del país, tenemos:

Primero, aprovechar las ventajas competitivas locales enfocadas en la biodiversidad y el potencial étnico con un Bio-comercio y marcas nativas de la región que transmitan autenticidad y responsabilidad social. Igualmente buscar el encadenamiento con el etnoturismo y el ecoturismo que vincule a microempresarios con operadores turísticos.

Como segundo esta las estrategias de sostenibilidad empresarial por medio del programas de capacitación contextualizada que incluyan saberes ancestrales, manejo de recursos, resiliencia y comercio justo, Adicional está el fortalecimiento de emprendimiento verde a través de escuelas verdes que fomente la educación en economía circular, manejo de residuos, eco-empaques para reducir el impacto ambiental

Tercero esta la integración de tecnologías inclusivas de bajo costos en la optimización de procesos administrativos y operativos en este sector, La incorporación de plataformas de mercados virtuales como Marketplace, redes sociales y otras plataformas de acceso libre para superar barreras físicas y abrirse a nuevos mercados

Como cuarta estrategia esta la transformación de los modelos de negocios en negocios generativos que priorice, además de lo económico, lo social y ambiental. lo ambiental, social, abriendo espacio a mercados verdes que permitan acceder a nichos de mayor valor

Por ultimo y no menos importante esta la articulación institucional, la organización de gremio y la gobernanza buscando mayores oportunidades en los programas y proyectos de orden local, nacional e internacional, por ser poblaciones especiales, así mismo facilitar el acceso a fondos y recursos.

Conclusiones

Hasta ahora podemos concluir, que la sostenibilidad empresarial para un crecimiento económico sostenible en un contexto complejo y sensible ante los desequilibrio de factores macro y micro, del entorno incidente en la gestión empresarial, requiere de encontrar la fórmula para superar barrera que retienen su crecimiento, aún cuando tienen un alto potencial de desarrollo, biodiversidad y sostenibilidad. Tal es el caso de sector mayorista en Quibdó Chocó, donde aspectos sociales, de infraestructura, logística, conectividad, tecnología y conocimiento requieren la participación de diferentes autores, principalmente del apoyo estatal, departamental, de programas efectivos, de entidades de carácter internacional y nacional y del compromiso de la región, para salir adelante.

La predominancia del sector microempresarial y comercial en Quibdó, Chocó, no es solo un síntoma de limitaciones estructurales, sino también una expresión de resiliencia histórica y un potencial económico único. Este modelo, aunque frágil y de baja productividad, constituye la columna vertebral de la subsistencia comunitaria y guarda en su informalidad saberes ancestrales y capacidades adaptativas profundas.

Entre las estrategias para superar este panorama se debe estar sustentado en pilares como la identidad de la región y su genta como ventaja competitiva; la diversidad y sostenibilidad como ejes estructurales, articulado con otros renglones como el turismo y la formación de ecosistemas estructurales generativos y la incorporación tecnológica como camino de la transformación, donde no es dejar de ser comerciantes, es dejar de ser revendedores para

convertirse en gestores de valor de lo propio, en profesionalizar su autenticidad, pasando de un sector económico con reflejo de marginalidad a un sector económico ejemplo de resiliencia, identidad y sostenibilidad,

El impulso del sector mayorista con estrategias que lleven a la búsqueda de nuevos productos que respondan a la demanda del mercado y aumenten la participación en este. Así mismo estimulen la innovación como factor diferenciador y de competitividad empresarial. La proyección en el aprovechamiento de las oportunidades y fortalezas que tienen para enfrentar entornos desafiantes.

Y así, al reflexionar sobre todo este proceso, me doy cuenta de que mi rol como investigador cualitativo va mucho más allá de la simple recolección y análisis de datos. Implica un compromiso profundo y continuo con la construcción de relaciones significativas, la búsqueda de la credibilidad y la garantía de que mi trabajo sea relevante y útil para aquellos a quienes pretendo servir. Este enfoque relacional no solo enriquece mi investigación, sino que también me transforma como persona, haciéndome más consciente, empático y conectado con el mundo que me rodea.

Referencias bibliográficos

Analdex, A. E. (2024, marzo 4). Informe Producto Interno Bruto de 2023. *Analdex - Asociación Nacional de Comercio Exterior*.
<https://www.analdex.org/2024/03/04/informe-producto-interno-bruto-de-2023/>

Blázquez Santana, F., Dorta Velázquez, J. A., & Martel, M. C. V. (2006). Concepto, perspectivas y medida del crecimiento empresarial. *Cuadernos de Administración*, 19(31), Article 31.
https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cuadernos_admon/article/view/5239

Cámara de Comercio del Chocó. (2014). *UNA MIRADA A LA DINÁMICA ECONÓMICA DEL CHOCÓ DURANTE EL AÑO 2014 DESDE LA CÁMARA DE COMERCIO*.
https://old.camarachoco.org.co/sites/default/files/adjuntos/estudio_economico_ccch-2014.pdf

Cámara de Comercio del Quibdo. (2022). *Boletín informativo No.2 Censo Empresarial en la ciudad de Quibdo*. https://camarachoco.org.co/wp-content/uploads/simple-file-list/boletin_n2.pdf

Chandler, Jr., A. D. (1969). *Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Industrial Enterprise*. MIT Press.

Departamento Nacional de Estadística DANE. (2023). *DANE - Encuesta anual de comercio (EAC)*. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-interno/encuesta-anual-de-comercio-eac>

Espectador, E. (2023, abril 15). *ELESPECTADOR.COM* [Text].
 ELESPECTADOR.COM. <https://www.elespectador.com/colombia/mas-regiones/opinion-el-choco-no-despega-sigue-viviendo-de-promesas-conflictos-y-pobreza/>

Gonzales Centon, J. M., Chávez Cubas, W., Berrio Huillcacuri, J., & Santos Maldonado, A. B. (2023). El crecimiento empresarial y su relación en la rentabilidad de una MYPE del rubro comercial en Arequipa, Perú. *Región Científica*, 2(2), Article 2.
<https://doi.org/10.58763/rc202387>

Korl, Y., Mahoney, J., Siemsen, E., & Tan, D. (2016). Penrose's The Theory of the Growth of the Firm: An Exemplar of Engaged Scholarship. *Production and Operations Management*, 25. <https://doi.org/10.1111/poms.12572>

KOTLER, P., & Armstrong, G. (2012). *MARKETING* (Decimocuarta). Pearson Educación.

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2024). *Perfiles Económicos Departamentales: Departamento de Chocó*. <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=f415cf51-fce4-4cee-99af-0a7dce231692>

Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press. <https://books.google.com.co/books?id=NI21AAAAIAAJ>

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (1999, noviembre 1). Philanthropy's New Agenda: Creating Value. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/1999/11/philanthropys-new-agenda-creating-value>

Puente Riofrío, M. I., & Viñán Villagrán, J. A. (2017). Estrategias de crecimiento empresarial y su incidencia en la rentabilidad empresarial. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 233. <https://ideas.repec.org//a/erv/observ/y2017i23338.html>

Salazar Gaitán, I. (2024, febrero 29). Sector comercio, manufactura y agricultura aportan 43% al PIB de la región Pacífico. *Diario La República*. <https://www.larepublica.co/especiales/sectores-que-impulsan-regiones/comercio-manufactura-y-agricultura-en-la-region-pacifico-3811063>.