

**UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL
DE LOS LLANOS OCCIDENTALES
“EZEQUIEL ZAMORA**



UNELLEZ

La Universidad que Siembra

Vicerrectorado de Infraestructura y Procesos Industriales
Programa Ciencias Sociales y Económicas
Subprograma Planificación del Desarrollo
Licenciatura en Planificación del Desarrollo

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO COMERCIAL
DE LA ZONA SUR DE LA CIUDAD DE SAN CARLOS
ESTADO COJEDES.**

Autores:

Jiménez Bolívar Fernanda Victoria.
Linares Hernández Oriana Gabriela.
Pérez Narváez Anderson Jesús.

Tutora:

Prof. Magaly Núñez

SAN CARLOS, FEBRERO DEL 2025

**UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL
DE LOS LLANOS OCCIDENTALES
“EZEQUIEL ZAMORA**



UNELLEZ

La Universidad que Siembra

Vicerrectorado de Infraestructura y Procesos Industriales
Programa Ciencias Sociales y Económicas
Subprograma Planificación del Desarrollo
Licenciatura en Planificación del Desarrollo

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO COMERCIAL
DE LA ZONA SUR DE LA CIUDAD DE SAN CARLOS
ESTADO COJEDES.**

Trabajo de Grado Presentado para Optar al Título de Licenciados en
Planificación del Desarrollo.

Autores:

Jiménez Bolívar Fernanda Victoria
C.I. 30511771

Linares Hernández Oriana Gabriela
C.I. 29998699

Pérez Narváez Anderson Jesús
C.I. 29525677

Tutora:

Prof. Magaly Núñez

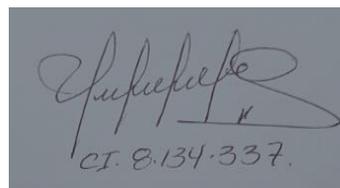
SAN CARLOS, FEBRERO DEL 2025

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Yo, **MAGALY RAMONA NÚÑEZ BRIZUELA**, cédula de identidad **N.º 8134337**, hago constar que he leído el proyecto del, Trabajo Especial de Grado, titulado: **PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO COMERCIAL DE LA ZONA SUR DE LA CIUDAD DE SAN CARLOS. ESTADO COJEDES**, presentado por los ciudadanos (as): **FERNANDA VICTORIA JIMÉNEZ BOLÍVAR**; portadora de la cedula de identidad venezolana **N.º 30.511.771**; **ORIANA GABRIELA LINARES HERNÁNDEZ**; portadora de la cedula de identidad venezolana **N. 29.998.699** y **ANDERSON JESÚS PÉREZ NARVÁEZ**, portador de la cedula de identidad venezolana **N.º 29.525.677**; para optar al título de **Licenciadas y Licenciados en Planificación del Desarrollo**; y acepto asesorar a las estudiantes, en calidad de tutora, durante el periodo de desarrollo del trabajo hasta su presentación y evaluación.

En la ciudad de San Carlos, a los 18 días del mes de febrero del año 2025

Nombre y Apellido: Magaly Núñez



C.I: 8.134.337
Firma de aprobación de la tutora

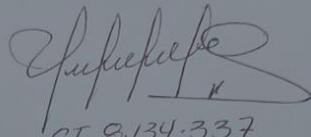
Fecha de entrega: 18/02/2025

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, **MAGALY RAMONA NÚÑEZ BRIZUELA**, cédula de identidad N°. **8134337**, hago constar que apruebo la defensa pública del trabajo de aplicación titulado: **PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO COMERCIAL DE LA ZONA SUR DE LA CIUDAD DE SAN CARLOS. ESTADO COJEDES**, presentado por las ciudadanas (os): **FERNANDA VICTORIA JIMÉNEZ BOLÍVAR**; portadora de la cedula de identidad venezolana N. **°30.511.771**; **ORIANA GABRIELA LINARES HERNÁNDEZ**; portadora de la cedula de identidad venezolana N. **29.998.699** y **ANDERSON JESÚS PÉREZ NARVÁEZ**, portador de la cedula de identidad venezolana N.° **29.525.677** para optar al título de Licenciadas y Licenciado en Planificación del Desarrollo y apruebo el trabajo de grado para la defensa y presentación pública para su evaluación.

En la ciudad de San Carlos, a los 18 días del mes de febrero del año 2025

Nombre y Apellido: Magaly Núñez

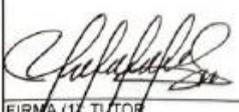
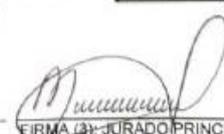


CI. 8.134.337.

C.I: 8.134.337
Firma de aprobación de la tutora

Fecha de entrega: 18/02/2025

ACTA DE DEFENSA

 UNELLEZ LA UNIVERSIDAD QUE MEMBRERA	UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL DE LOS LLANOS OCCIDENTALES "EZEQUIEL ZAMORA" VICERRECTORADO DE INFRAESTRUCTURA Y PROCESOS INDUSTRIALES		
ACTA DE DEFENSA PROGRAMA CIENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS			
PARTICIPANTES DE LICENCIATURA EN:	PLANIFICACIÓN DEL DESARROLLO		
	FECHA DE APROBACIÓN:	18/02/2025	
AUTOR (ES):			
JIMÉNEZ, FERNANDA; C.I. 30511771 <small>Apellido, Nombre y Cédula de Identidad</small>			
LINARES, ORIANA; C.I. 29998699 <small>Apellido, Nombre y Cédula de Identidad</small>			
PÉREZ, ANDERSON; C.I. 29525677 <small>Apellido, Nombre y Cédula de Identidad</small>			
TÍTULO DEL TRABAJO DE APLICACIÓN O DE GRADO:			
PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO COMERCIAL DE LA ZONA SUR DE LA CIUDAD DE SAN CARLOS. ESTADO COJEDES			
PROFESIONALES EVALUADORES DEL TRABAJO DE APLICACIÓN O DE GRADO:			
1.- TUTOR:	NÚÑEZ BRIZUELA <small>Apellidos</small>	MAGALY RAMONA <small>Nombres</small>	C.I. 8.134.337 <small>Cédula de Identidad</small>
2.- JURADO PRINCIPAL - COORDINADOR:	Salas <small>Apellidos</small>	Leibiz Norayma <small>Nombres</small>	9.876.084 <small>Cédula de Identidad</small>
3.- JURADO PRINCIPAL:	Loreto Rodriguez <small>Apellidos</small>	Neidys Coromoto <small>Nombres</small>	V-19.314.245 <small>Cédula de Identidad</small>
OBSERVACIONES			
LOS PROFESIONALES EVALUADORES DECIDIERON:			
APROBAR	<input checked="" type="checkbox"/>	REPROBAR	<input type="checkbox"/>
			
FIRMA (1): TUTOR	FIRMA (2): JURADO PRINCIPAL COORDINADOR	FIRMA (3): JURADO PRINCIPAL	

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, quien en silencio me ha dado la fortaleza ante aquellos días de angustia donde sentía que no podía seguir avanzando, demostrándome que con fe todo es posible.

A mis padres, especialmente a mi mamá, por su apoyo incondicional, quién me ha otorgado tranquilidad con sus palabras y quién desde el día uno siempre estuvo creyendo en mí, en mis capacidades y en que iba a lograr llegar hasta este momento tan importante.

A mis hermanos, especialmente a mi hermano mayor, quién a su manera de ser se ha mantenido al tanto de mí, apoyándome y formando parte de toda esta trayectoria.

A mí novio, quien con su paciencia y amor me ha comprendido como a nadie durante este proceso tan lleno de altibajos, siendo también mi compañero académico y una figura de apoyo en todos los aspectos. Y con quién desde el inicio siempre añoré vivir y cumplir esta meta junto a él.

A mis suegros, quienes desde siempre han reposado su confianza en mí y quienes también han sido un soporte durante todo este camino, siendo tan amables, atentos y amorosos conmigo, como si fuera una hija más, y ellos, como otros padres para mí.

Con mucho esfuerzo, cariño y amor.

Fernanda Jiménez.

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradezco a Dios, porque de alguna manera me ha ayudado a mantenerme de pie cuando muchas veces pretendí desistir.

A mí mamá, quién siempre me ha apoyado y motivado a seguir adelante, cumplir mis metas y a formar a la persona que hoy soy. Gracias mamá, por celebrar cada pequeño paso y por ayudarme a confiar más en mí.

A mí novio, por estar presente y siendo el mayor de los apoyos durante todo este camino. Le agradezco tanto por ayudarme a sentir seguridad en mí misma y por despejar mi mente en aquellos días donde todo parecía ser difuso y complejo.

A la profesora y tutora Magaly Núñez, a quien le agradezco de sobremanera por aceptar tomar este compromiso de acompañarnos tanto a mí como a mis compañeros durante este proceso, haciéndonos sentir apoyados y seguros con sus orientaciones. Y a la profesora Lesbia Salas, porque siempre nos ha apoyado tanto a mí como a mis compañeros. Depositando su fe, vocación y cariño en nosotros, lo que nos motivaba a seguir avanzando y amando cada vez más nuestra carrera.

A mí compañera Oriana Linares, por su apoyo y compañía durante toda esta trayectoria. Y mi compañero Francisco Molina, por su virtud de compañerismo, agradeciendo netamente su dedicación y palabras para motivarme a seguir adelante, brindando su apoyo y conocimientos para lo que fuese.

A la universidad UNELLEZ, por abrirme sus puertas como casa de estudio, y a los demás profesores, quienes les agradezco por su docencia y vocación impartida durante esta trayectoria, cuyo aprendizaje atesoraré y llevaré siempre conmigo como souvenir de esta aventura académica.

Con mucho esfuerzo, cariño y amor.

Fernanda Jiménez.

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado principalmente a Dios, por brindarme fuerzas, fortaleza y entendimiento a lo largo de esa carrera.

A mis padres, Aida Hernández y Sergio Linares, por su paciencia y comprensión y sobre todo por apoyarme a seguir estudiando, por demostrarme con sus herramientas de amor y cariño a que puedo superarme a mí misma.

A mi hijo, Luciano Gabriel, que me estuvo acompañando en estos procesos desde mi vientre y es mi principal motor para seguir adelante.

A mi familia, por creer en mí y estar al pendiente de mis estudios, por mostrar empatía y ser mi refugio en momentos de crisis.

A mi pareja, por su paciencia y comprensión en momentos de desesperación. Por su amor incondicional y ayuda en los días donde más lo necesite.

A mis profesores, por sus enseñanzas y dedicación a lo largo de esta carrera, especialmente a las profesoras Magaly Núñez y Lesbia Salas.

A mis compañeros, Fernanda Jiménez, Anderson Pérez y Francisco Molina, por acompañarme en este proceso y sobre todo por su compañerismo y cariño.

Con amor y cariño

Oriana Linares

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradecer a Dios, por ser mi guía y fortaleza en este camino académico, por darme la sabiduría y la paciencia para superar los desafíos y por bendecirme con la oportunidad de crecer y aprender.

A mis padres, por su amor incondicional, su apoyo constante y por ser mi ejemplo de esfuerzo y dedicación. Sin su sacrificio y aliento, este logro no sería posible. A mi novio, por su comprensión, paciencia y por ser mi fuente de motivación en los momentos más difíciles. Su apoyo incondicional ha sido fundamental en este viaje.

A mis tíos, por su aliento, consejos y por estar presentes en cada paso que ha dado. Su apoyo tiene mucho significado para mí.

A mis profesores, por su dedicación, paciencia y por compartir su conocimiento conmigo. Su guía y apoyo han sido fundamentales en mi formación académica. A mis compañeras, por compartir este viaje conmigo, por su amistad, apoyo mutuo y por los momentos inolvidables que hemos vivido juntas.

A la Universidad UNELLEZ, por brindarme las herramientas y el entorno propicio para crecer académicamente. Su compromiso con la excelencia educativa ha sido fundamental en mi desarrollo.

Con amor y cariño

Oriana Linares

DEDICATORIA

Primeramente, quiero dedicar este trabajo a mis padres, por su amor incondicional y apoyo constante. Su ejemplo y sacrificio han sido mi mayor inspiración. Por inculcarme valores, por sacrificar tanto por mi educación y por creer en mí incluso en los momentos más difíciles. Su ejemplo de esfuerzo y perseverancia ha sido una fuente constante de inspiración y motivación.

A mi pareja, por su paciencia, comprensión y cariño. Y animándome a seguir adelante. Por estar a mi lado, por sus palabras de aliento y por ser mi mayor apoyo emocional. Tu presencia ha hecho que este viaje sea más llevadero y significativo. Este logro es tan tuyo como mío.

Y, por supuesto, este logro también va dedicado a la memoria de mi querida abuela Hildred. Aunque no pudo estar presente físicamente, sé que su amor y apoyo me acompañaron en cada paso del camino. Me hubiera encantado compartir este momento junto a ella, pero su espíritu vive en mí y en cada uno de mis éxitos.

Finalmente, este trabajo también va dedicado a mi mascota Milly, mi fiel compañera de estudio. Sus ronroneos y su presencia constante fueron una fuente de motivación durante largas noches de estudio.

Atentamente
Anderson Pérez.

AGRADECIMIENTO

Este trabajo de grado es fruto de muchos esfuerzos y apoyo incondicional. Por ello, quiero expresar mi más profundo agradecimiento a todos aquellos que han estado a mi lado en este camino tan especial e importante para mí.

A mis padres, quienes con su amor y guía han sido el pilar fundamental en mi vida. Gracias por creer en mí y por brindarme su constante apoyo y motivación. Este logro es tanto mío como de ustedes.

A mi pareja, cuya paciencia y comprensión han sido indispensables. Gracias por tu inquebrantable apoyo, por tus palabras de aliento y por ser mi refugio en los momentos de dificultad. Tu amor ha sido mi mayor inspiración y poder cumplir esta meta junto a ti es mi más sublime recompensa.

A mis compañeros, es especial a mi compañero Francisco Molina, por su colaboración y amistad durante este proceso. Tu apoyo y disposición ha sido invaluable y esencial para alcanzar este objetivo.

A mis profesores, en especial a las profesoras Magaly Núñez y Lesbia Salas, quienes con su dedicación y sabiduría me han guiado a lo largo de este proceso académico. Por compartir sus conocimientos y por su compromiso con mi formación. Sus enseñanzas han dejado una huella imborrable en mi vida y han sido fundamentales para mi crecimiento personal y profesional.

A todos ustedes, mi más sincero agradecimiento. Este trabajo es un reflejo de lo que juntos hemos logrado. Mi compromiso es seguir trabajando con pasión y dedicación para honrar su apoyo y contribuir a un futuro mejor.

Atentamente

Anderson Pérez.

ÍNDICE GENERAL

ACEPTACIÓN DEL TUTOR	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
ACTA DE DEFENSA.....	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
DEDICATORIA	viii
AGRADECIMIENTO.....	ix
ÍNDICE GENERAL.....	x
INDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xv
RESUMEN.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I. EL PROBLEMA.....	2
1.1. Planteamiento del problema.....	2
1.2. Formulación del problema	10
1.3. Objetivos de la Investigación	11
1.3.1. Objetivo General	11
1.3.2. Objetivos Específicos	11
1.4. Justificación de la Investigación	11
1.5. Alcance y limitaciones	12
1.5.1. Alcance.....	12
1.5.2. Limitaciones.....	13
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	14
2.1. Antecedentes Investigativos	14
2.1.1. Antecedentes Nacionales.....	15
2.1.2. Antecedente Internacional.....	16
2.2. Bases teóricas	18
2.2.1 Diagnosticar la situación actual en los espacios geográficos	19

2.2.2 Zona Sur de la ciudad de San Carlos.....	20
2.2.3 Zonas con disponibilidad comercial.....	21
2.2.4 Caracterizar los espacios con disponibilidad comercial.....	23
2.2.5 Plan estratégico para el desarrollo comercial.....	24
2.2.6 Componentes clave de un plan estratégico para el desarrollo comercial.....	24
2.2.7 Importancia del plan estratégico para el desarrollo comercial.....	25
2.3. Bases legales.....	25
2.3.1 Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999) según Gaceta Oficial N° 36.860 Extraordinario.....	26
2.3.2 Ley Orgánica de la Ordenación del Territorio (1983) según Gaceta Oficial N° 3.238 Extraordinario.....	26
2.3.3 Reforma a la Ordenanza sobre el Instituto Autónomo Municipal de Mercado. Gaceta Municipal N° 594 Extraordinario.....	27
2.3.4 Reforma Total a la Ordenanza de Impuesto sobre Actividades Económicas e Industria, Comercio, Servicios o Índole Similar del Municipio San Carlos estado Bolivariano de Cojedes. Gaceta Municipal N° 670 Extraordinario.....	28
2.4. Sistema y operacionalización de variables.....	29
2.4.1. Sistema de variables.....	29
2.4.2. Operacionalización de las variables.....	30
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO.....	32
3.1 Enfoque o paradigma de la investigación.....	32
3.2 Tipo de investigación.....	33
3.3 Diseño de investigación.....	34
3.4 Población y muestra.....	34
3.4.1 Población.....	34
3.4.2. Muestra.....	35
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	36
3.5.1. Observación directa.....	37
3.5.2. El cuestionario.....	37
3.6. Validez y confiabilidad del instrumento.....	38
3.6.1. Validez.....	38
3.6.2. Confiabilidad del instrumento de recolección de datos.....	39
3.7. Técnica de procesamiento y análisis de datos.....	41
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.....	42
CAPÍTULO V. LA PROPUESTA.....	50

5.1. Presentación	50
5.2. Objetivos de la propuesta	51
5.2.1. Objetivo general	51
5.2.2. Objetivos específicos.....	51
5.3. Misión y Visión de la Propuesta	51
5.3.1 Misión	51
5.3.2. Visión	51
5.4. Ubicación Geográfica.....	52
5.5. Accesibilidad.....	52
5.6. Contexto Económico	52
5.7. Fases del Plan.....	53
5.7.1. Fase I. Evaluar el potencial comercial de la zona sur de la ciudad de San Carlos	53
5.7.2. Fase II. Fomentar la capacitación empresarial mediante programas de capacitación para emprendedores y pequeñas empresas.	60
5.7.3. Fase III. Establecer alianzas mediante redes colaborativas y de apoyo entre empresas locales, instituciones gubernamentales y entidades bancarias para el desarrollo comercial	63
5.7.4. Fase IV. Desarrollar la Infraestructura Comercial de la Zona Sur de San Carlos.	64
5.7.5. Fase V. Establecer una estructura de monitoreo y evaluación para medir el impacto de las iniciativas implementadas.	66
5.8. Mapa estratégico de la propuesta.	71
5.9. Cronograma de ejecución de la propuesta.....	71
5.10. Costos estimados de la implementación de la propuesta.....	72
5.11. Análisis FODA.....	74
5.12. Conclusiones y recomendaciones.....	74
5.12.1. Conclusiones	74
5.12.2. Recomendaciones.....	75
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	76
ANEXO A. Instrumento aplicado	81
ANEXO B. Validación del Instrumento	83
ANEXO C. Validación del Instrumento	84
ANEXO D. Validación del Instrumento	85
ANEXO E. Confiabilidad del Instrumento.	86

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Sistema de variables.....	30
Tabla 2. Operacionalización de las variables	31
Tabla. 3. Criterios de decisión para la confiabilidad de un instrumento.....	40
Tabla 4. Variable: Desarrollo Comercial. Dimensión: Entorno comercial y Político.	42
Tabla 5. Variable: Desarrollo Comercial. Dimensión: Análisis de Mercado.	44
Tabla 6. Variable: Plan Estratégico. Dimensión: Objetivos.....	46
Tabla 7. Variable: Plan Estratégico. Dimensión: Infraestructura Urbana.	47
Tabla 8. Variable: Plan Estratégico. Dimensión: Capacitación.	48
Tabla. 9. Plan de acción estratégico para el desarrollo comercial de la Zona Sur de San Carlos, estado Cojedes.....	60
Tabla. 10. Plan de acción estratégico para el desarrollo comercial de la Zona Sur de San Carlos, estado Cojedes.....	62
Tabla. 11. Plan de acción estratégico para el desarrollo comercial de la Zona Sur de San Carlos, estado Cojedes.....	63
Tabla. 12. Plan de acción estratégico para el desarrollo comercial de la Zona Sur de San Carlos, estado Cojedes.....	66
Tabla 13. Plan de acción estratégico para el desarrollo comercial de la Zona Sur de San Carlos, estado Cojedes.....	70
Tabla 14. Cronograma de ejecución de la propuesta.....	71
Tabla 15. Costos estimados de la implementación de la propuesta.	72

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Análisis gráfica 1. Variable: Desarrollo Comercial. Dimensión: Entorno comercial y Político.	43
Análisis gráfica 2. Variable: Desarrollo Comercial. Dimensión: Análisis de Mercado.	44
Análisis gráfica 3. Variable: Plan Estratégico. Dimensión: Objetivos.	46
Análisis gráfica 4. Variable: Plan Estratégico. Dimensión: Infraestructura urbana.	47
Análisis gráfica 5. Variable: Plan Estratégico. Dimensión: Capacitación.	48

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Zona Sur de San Carlos Estado Cojedes.....	52
Figura 2: Localización del primer espacio. Zona Sur, San Carlos. Edo. Cojedes.....	54
Figura 3: Localización del segundo espacio. Zona Sur, San Carlos. Edo. Cojedes.	55
Figura 4: Localización del tercer espacio. Zona Sur, San Carlos. Edo. Cojedes.	56
Figura 5: Localización del cuarto espacio. Zona Sur, San Carlos. Edo. Cojedes.....	57
Figura 6: Localización del quinto espacio. Zona Sur, San Carlos. Edo. Cojedes.	58
Figura 7: Localización del sexto espacio. Zona Sur, San Carlos. Edo. Cojedes.	59
Figura 8. Mapeo estratégico de la propuesta.....	71
Figura 9. Análisis FODA.	74

Universidad Nacional Experimental
de los Llanos Occidentales
"EZEQUIEL ZAMORA"



La Universidad que siembra

Vicerrectorado de Infraestructura
Y Procesos Industriales
Programa Ciencias Sociales y Económicas
Carrera: Planificación del Desarrollo

PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO COMERCIAL DE LA ZONA SUR DE LA CIUDAD DE SAN CARLOS. ESTADO COJEDES.

Autores:

Jiménez Bolívar Fernanda Victoria.
C.I. 30.511.771

Linares Hernández Oriana Gabriela
C.I. 29.998.699

Pérez Narváez Anderson Jesús.
29.525.677.

Tutora:

Magaly Núñez
AÑO. 2025

RESUMEN

La presente investigación se enfoca en proponer un plan estratégico para impulsar el desarrollo comercial en la zona sur de la ciudad de San Carlos, Estado Cojedes. Está concebida bajo el enfoque cuantitativo, utilizando un modelo de proyecto factible y un diseño de campo. La población estuvo conformada por 321.140 habitantes del Municipio San Carlos de Austria y se seleccionó una muestra aleatoria de 123 habitantes a los que se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas. La confiabilidad del instrumento se calculó mediante la fórmula de Kuder y Richardson, arrojando un resultado de 0.71. La investigación identificó una falta de información sobre las tendencias de consumo y preferencias del mercado, lo que limita la capacidad de los comerciantes para adaptarse y satisfacer las necesidades de la población. Los resultados destacan la importancia crítica de un plan estratégico para el desarrollo comercial de la zona sur de San Carlos, que incluya estrategias concretas para mejorar la competitividad del comercio local, fortalecer la economía de la región, generar empleo y elevar la calidad de vida de los habitantes, así como fomentar la capacitación empresarial. Se propone la implementación de este plan de desarrollo comercial como una solución integral para abordar los desafíos identificados, sirviendo como una hoja de ruta para guiar las acciones de los comerciantes, atraer inversiones y promover un entorno comercial dinámico y próspero en la zona sur de San Carlos.

Palabras claves: Plan Estratégico. Desarrollo Comercial. Economía local

INTRODUCCIÓN

El desarrollo comercial es un aspecto fundamental para el crecimiento y la sostenibilidad de cualquier organización. En un contexto económico globalizado y altamente competitivo, los comercios enfrentan retos constantes que requieren una planificación cuidadosa y una ejecución estratégica. Este trabajo de investigación se centra en la elaboración de un plan estratégico para el desarrollo comercial de la zona sur de la ciudad de San Carlos estado Cojedes, que sirva como guía para mejorar la posición de mercado de un comercio y optimizar sus operaciones.

La rápida evolución del entorno comercial, impulsada por la tecnología, los cambios en los hábitos de consumo y la globalización, ha hecho que los comercios deban adaptarse y reinventarse continuamente. Un plan estratégico bien estructurado no solo proporciona un marco para la toma de decisiones informadas, sino que también permite identificar y aprovechar oportunidades emergentes.

El objetivo principal de esta investigación es analizar los componentes clave de un plan estratégico para el desarrollo comercial, así como su importancia en la formulación de estrategias efectivas. Se abordarán los siguientes objetivos: diagnosticar la situación actual de los espacios geográficos de la zona sur de la ciudad de San Carlos con disponibilidad comercial; caracterizar los espacios con disponibilidad comercial de la zona sur de la ciudad de San Carlos; seguidamente diseñar el plan estratégico para el desarrollo comercial de la zona sur de la ciudad de San Carlos del estado Cojedes.

Al finalizar este trabajo de investigación, se espera proporcionar una comprensión integral de como un plan estratégico puede contribuir al desarrollo comercial exitoso de las empresas y comercios locales, así como ofrecer recomendaciones prácticas para su implementación. Con ello, se busca no solo enriquecer el conocimiento teórico sobre el tema, sino también ofrecer herramientas útiles para profesionales en el campo del desarrollo comercial.

CAPÍTULO I.

1. EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema.

A nivel mundial, la implementación de planes estratégicos para el desarrollo comercial enfrenta numerosos desafíos y oportunidades, especialmente en los países en desarrollo. La tendencia global muestra un aumento continuo en la necesidad de estrategias comerciales efectivas. Por lo que, es crucial implementar planes estratégicos que aborden estas problemáticas de manera efectiva y sostenible.

En consecuencia, surgen múltiples iniciativas que adoptan diferentes formas, como políticas, planes de acción, programas de capacitación y proyectos de infraestructura. De allí que, uno de los desafíos principales de los países en desarrollo es atender la creciente demanda de estrategias comerciales efectivas. Destacándose, como elementos causales: el crecimiento de la población, el aumento del consumo y la globalización.

En este sentido, a medida que la población mundial creció, la demanda de bienes y servicios también aumentó, impulsando el consumo global. Este incremento en el consumo fue facilitado por la globalización, que permitió una mayor interconexión entre los mercados y una distribución más eficiente de productos a nivel mundial. Del mismo modo, la globalización no solo amplió los mercados, sino que también intensificó la competencia y la innovación, lo que llevó a un crecimiento económico significativo en muchas regiones.

Sin embargo, este crecimiento también creó vulnerabilidades, puesto que la interdependencia económica significó que las crisis en una región podían tener efectos dominó en otras, un claro ejemplo de esto fue la crisis financiera de 2008, originada en Estados Unidos con el estallido de la burbuja inmobiliaria y la crisis subprime (Coll, 2020).

Conforme a lo anterior, el comercio mundial sufrió consecuencias devastadoras: una drástica reducción en el comercio exterior, una disminución de la inversión extranjera directa y una fragilidad en las cadenas de suministro globales. Posteriormente, la irrupción de la pandemia de COVID-19 en 2020

exacerbó estas dificultades, provocando la interrupción de gran parte de las actividades productivas en Asia, Europa, América y, posteriormente, en el resto del mundo, debido a los cierres generalizados de fronteras. Esto dio lugar a un marcado aumento del desempleo y una consecuente reducción de la demanda de bienes y servicios. Así, “en 2020 el producto mundial registraría su mayor contracción desde la Segunda Guerra Mundial”, según el Banco Mundial (2020), citado en CEPAL (2020, p. 02).

A pesar de que ha transcurrido más de una década desde la crisis antedicha y la economía global ha mostrado cierta recuperación, los efectos de la crisis del COVID-19 siguen siendo visibles en el desarrollo comercial, incluso cuatro años después de su llegada. Esto ha resultado en un cambio en las dinámicas comerciales, obligando a las empresas a adaptarse a nuevas realidades y priorizando la perspectiva de estrategias clave para enfrentar proyecciones desafiantes. Por consiguiente, las organizaciones en la actualidad se desenvuelven en un entorno muy complejo y dinámico, lo que requiere de las mismas tener la capacidad de formular estrategias cuya implementación les permita lograr una ventaja competitiva y sostenible (Rojas y Pérez, 2023:87).

Aunado a lo anterior, la persistencia de estas condiciones complejas, exacerbadas por eventos como las crisis financieras y las pandemias, subraya la importancia crítica de contar con planes estratégicos no sólo sólidos, sino también altamente flexibles y adaptativos para navegar en un entorno global cada vez más incierto y volátil.

Por otro lado, según Lacey (2024) la Reunión Anual de Davos del Foro Económico Mundial subrayó la importancia del comercio y la inversión en un contexto global incierto. Además, el último Global Trade Update de la ONU Comercio y Desarrollo (2024) mostró un crecimiento impulsado por China, India y Estados Unidos. No obstante, un blog de la Organización Mundial del Comercio, redactado por Ossa (2024) estimó un crecimiento del 2.7% para los años 2024 y 2025, los datos del Global Trade Update destacan la fragilidad de este crecimiento. Así, factores externos como las tensiones en regiones conflictivas como en Medio Oriente y la inflación, contrastan con las tendencias positivas, mostrando el impacto tangible de estos desafíos en el comercio mundial actual.

En el contexto de América Latina, el desarrollo comercial presenta un panorama complejo y multifacético, caracterizado por una serie de desafíos estructurales y coyunturales que afectan su crecimiento y competitividad en el mercado global. En pocas palabras, América Latina no ha logrado aumentar significativamente su participación en el comercio mundial a lo largo de los años. A pesar de algunos esfuerzos, sigue exportando aproximadamente el mismo porcentaje de productos a nivel global.

Ahora bien, esta problemática radica en que por lo general muchos países latinoamericanos dependen de la exportación de materias primas (como minerales o productos agrícolas), cuyos precios pueden fluctuar mucho en el mercado internacional. Además, la competencia de otras regiones, como Asia, ha sido muy fuerte. Asia, especialmente China, ha aumentado mucho sus exportaciones en los últimos años, lo que ha dejado a América Latina en una posición menos favorable.

Asimismo, en los años 2000, América Latina vivió un auge económico gracias al incremento en los precios de las materias primas, lo que permitió un crecimiento sostenido y una reducción de la pobreza. Sin embargo, esta bonanza también expuso la dependencia de la región en la exportación de productos básicos, lo que la hizo vulnerable a las fluctuaciones del mercado global. Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2021:11), se estimó que el valor de las exportaciones regionales disminuyó un 13% en 2020 debido a la pandemia de COVID-19, mientras que las importaciones se redujeron en un 20%.

En la última década, la región ha enfrentado nuevos retos, como la necesidad de diversificar sus economías y mejorar la competitividad. La integración regional se ha identificado como una estrategia clave para impulsar el comercio y la recuperación económica post-pandemia. La CEPAL destaca que profundizar la integración regional puede ayudar a mitigar los impactos negativos y fomentar un crecimiento más inclusivo y sostenible.

En este mismo orden de ideas, se comprende que América Latina no está aprovechando todas las oportunidades que ofrece el comercio mundial. Si no logra aumentar sus exportaciones y diversificar sus productos, podría quedar rezagada en términos de crecimiento económico y desarrollo. Inclusive, según Saniguetti P. et al., (2021, p. 06) si obviamos a México de las estadísticas, los números porcentuales

disminuirían con respecto a la participación de las exportaciones de la región, ya que México tiene una economía más diversificada y una mayor integración con Estados Unidos y Canadá. Esto significa que otros países de América Latina tienen aún más dificultades para competir en el mercado global.

Además, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2024) reportó que “el valor de las exportaciones de América Latina y el Caribe se contrajo un 2,2% en 2023”, reflejando una desaceleración en los volúmenes de exportación y una caída en los precios de las materias primas. Este contexto destaca la importancia de implementar políticas que promuevan la innovación y la diversificación económica como estrategia para reducir la vulnerabilidad de la región ante las crisis externas.

Por otra parte, el desarrollo comercial en Brasil, Argentina y Colombia ha seguido trayectorias distintas, influenciadas por sus políticas económicas, recursos naturales y contextos internacionales. En Brasil, el superávit comercial brasileño sufrió una caída del 41,6% en septiembre. Sin embargo, las exportaciones de café lograron destacarse, alcanzando cifras de 4,46 millones en exportaciones de sacos de café, lo que representó un incremento impulsado por la demanda sostenida en mercados clave como Estados Unidos, Alemania y Japón (Infobae, 2024).

Pese a estas cifras positivas, el sector mantuvo desafíos logísticos. Según Infobae (ob.cit), Márcio Ferreira, presidente de Cecafé, señaló que la insuficiente infraestructura y la falta de espacio en los puertos brasileños han impedido la exportación de numerosos sacos de café, provocando demoras en las entregas y perjudicando la competitividad de Brasil como proveedor mundial de café.

Como resultado, queda evidenciada la influencia de factores como la volatilidad de la demanda internacional y las limitaciones en la oferta impuestas por condiciones adversas, los cuales, junto con deficiencias en la logística e infraestructura, obstaculizan el desarrollo comercial de naciones como Brasil.

Aunado a lo anterior, las PYMES son también indicadores de este desarrollo. Aunque Brasil concibe una próspera economía y un dinámico mercado que lo convierten en un destino atractivo para las empresas que desean expandir sus operaciones, también concibe desafíos como la burocracia, complejidades fiscales, corrupción e informalidad en las regulaciones normativas (TMF Group, 2023).

Seguidamente, según el Centro de Economía Internacional (2023, p. 01), Argentina ha mostrado un notable desempeño en su comercio exterior, alcanzando máximos históricos en 2022 con exportaciones de 88.446 millones de USD e importaciones de 81.523 millones de USD. Sin embargo, Jofré (2024) señala que “en Argentina el Índice de Precios al Consumidor cerró con un 211,4% en 2023, con un gran impacto en diciembre, donde superó el 25%, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC)”. A partir de esto, se comprende que la inflación en Argentina ha sido un problema persistente y significativo, lo que representa un verdadero desafío para el desarrollo comercial. Por ende, se produce un entorno inestable e impredecible que dificulta la planificación a largo plazo y desalienta la inversión tanto nacional como extranjera.

Del mismo modo, el comercio empresarial del país también ha contraído ciertas complicaciones. La contracción del 17,8% en la actividad de las PYMES durante julio, acumulando una caída del 18,6%, ha generado serias dificultades al comercio interno del país. Ante esto, las pequeñas y medianas empresas han solicitado con urgencia una reducción de la carga fiscal tanto a nivel nacional como provincial y municipal, con la finalidad de poder mantener sus operaciones, invertir y mejorar su competitividad (Infobae, 2024).

Por su parte, Colombia ha experimentado un desarrollo económico sostenido en las últimas décadas, y su sector exportador ha jugado un papel importante en ese crecimiento. Los datos de 2020, según la Cartilla Anual de la Secretaría General Andina (2021, p. 03), muestran que el país exportó principalmente petróleo, hulla bituminosa o carbón mineral, oro, café sin tostar y plátanos frescos a países fuera de la Comunidad Andina (CAN). Empero, esto también convierte a Colombia dependiente de las materias primas, lo que genera un desafío para el comercio exterior por las vulnerabilidades a las fluctuaciones de los precios internacionales y a la demanda global.

Adicionalmente, también exportó para sus principales socios comerciales miembros de la CAN (Ecuador, Perú y Bolivia), lo que resulta positivo en términos de alianzas comerciales, sin embargo, actualmente Colombia mantiene relaciones tensas con algunas naciones como Nicaragua, El Salvador e Israel, con este último actualmente se restringió la exportación de carbón, tras un Decreto por parte del

Gobierno de Colombia, cuya acción ha sido criticada ya que dichas exportaciones acumulaban alrededor de 400 millones de dólares (Alguero, 2024).

Por último, a nivel interno, las PyMES cumplen un papel crucial en el flujo económico y comercial de Colombia, donde la gran mayoría de las empresas son micro, pequeñas o medianas. Sin embargo, estas empresas enfrentan obstáculos significativos, como trámites burocráticos excesivos, altas cargas tributarias y dificultades para acceder a financiamiento (Dávila, 2020:44-45). Estos desafíos dificultan la eficiencia de las PyMES, a pesar de su importante contribución a la economía.

En concordancia, estos datos son útiles para comprender las dinámicas del comercio en América Latina, identificando oportunidades y desafíos que requieren diseñar estrategias comerciales más efectivas para el desarrollo económico y comercial. De este modo, se observa que países de la región como Brasil, Argentina y Colombia demuestran una notable capacidad de adaptación al comercio global. Aunque han logrado avances, necesitarán construir estrategias más robustas para seguir progresando.

En el contexto venezolano, se enfrenta actualmente una serie de problemas estructurales, derivados de una compleja dinámica social, política y económica. Uno de los problemas más acentuados en la economía de Venezuela es la excesiva dependencia de la exportación de materias primas, especialmente del petróleo. Esta dependencia genera una gran vulnerabilidad ante las fluctuaciones del mercado internacional del petróleo, lo que afecta significativamente la estabilidad económica del país. Ante esto, Morillo (2007, p. 41) señala que Venezuela debería “empeñarse por producción de bienes y servicios de alto valor agregado capaces de satisfacer las necesidades nacionales, y la exportación”.

A pesar de contar con las mayores reservas probadas de petróleo del mundo, estimadas en 309.000 millones de barriles según el CIA World Factbook citado en BBC News, (2019), Venezuela no ha logrado traducir esta riqueza en mejoras significativas para sus ciudadanos ni mucho menos en un desarrollo sólido del sector comercial.

Sumado a lo anterior, la alta dependencia de este recurso no sólo forma parte de esta problemática, sino también otros factores como las políticas de sanciones y

bloqueos económicos impuestos por disputas políticas que, como consecuencia, según Espinoza y Sidorenko (2020, p. 88) “reduce el atractivo inversor de su economía para los inversores lo cual lleva a la disminución de la afluencia de inversión extranjera directa (IED) a la economía nacional”.

Por otro lado, la incesante inflación ha mermado drásticamente el poder adquisitivo de los ciudadanos, lo que constituye uno de los principales obstáculos para la actividad comercial del país. A pesar de las medidas implementadas, como la inyección de dólares al mercado cambiario, no han logrado mejorar la situación, agravada por la devaluación de la moneda local y la disminución del salario mínimo a menos de tres dólares mensuales (Singer 2024). Esta crisis económica generalizada ha generado una profunda incertidumbre entre la población, lo que, como ya se mencionó, reduce el atractivo inversor.

Asimismo, las deficiencias en la provisión de servicios públicos, especialmente del servicio eléctrico, ha generado interrupciones significativas en los procesos productivos venezolanos. Pereira y Chirinos (2024) afirman que, en febrero de este año, el Observatorio Venezolano de Conflictividad Social (OVCS) documentó reclamos sucesivos por cortes de energía recurrentes, en donde comerciantes y servidores públicos denuncian a diario la interrupción de sus actividades y el deterioro de equipos eléctricos.

En este sentido, las deficiencias en la infraestructura vial también forman parte de estas problemáticas, limitando la movilidad de bienes y servicios comerciales. En base a esto, Casanova (2023) sostiene que “el deterioro por falta de mantenimiento alcanza el 85% en aproximadamente 90.00 km de red vial entre calles, avenidas y troncales que recorren el país”.

Por último, como resaltan Cazorla et al. (2012), citado en Montilla (2015, p. 98), estos obstáculos son parte del día a día de las PYMES venezolanas, que constituyen el 91,6% del tejido empresarial en el país, encontrándose sumidas en una serie de desafíos que comprometen su viabilidad. A las dificultades ya mencionadas, se suman la escasez de financiamiento, las políticas y regulaciones cambiantes que impactan su seguridad jurídica y la brecha digital (Burgos, 2023). Esta última, a pesar de ser fundamental para la competitividad, representa un reto significativo debido a la falta de apoyo y capacitación, ya que muchos empresarios

desconocen la importancia de la tecnología y su impacto en los beneficios económicos para destacar en el mercado (Montilla, 2015).

En síntesis, la compleja dinámica socioeconómica que ha caracterizado a Venezuela en los últimos años ha generado una serie de desafíos estructurales, como la dependencia excesiva del petróleo, sanciones y bloqueos económicos, inflación y deficiencias en la infraestructura y los servicios públicos. Es imperativo definir acciones concretas orientadas a la identificación de nichos de oportunidad y diseñar estrategias productivas que impulsen la recuperación y desarrollo comercial de la nación.

Una vez examinados en detalle los puntos previos, es posible establecer que la ciudad de San Carlos, ubicada en el estado Cojedes, enfrenta una serie de desafíos que limitan su desarrollo comercial y económico. A pesar de su rica biodiversidad y recursos naturales, la falta de un plan estratégico claro y bien definido ha llevado a una ineficiencia en la utilización de estos recursos, lo que se traduce en un bajo crecimiento económico y en la incapacidad de atraer inversiones.

Dado el panorama actual, el sector comercial de la Zona Sur de San Carlos se caracteriza por una estructura fragmentada y poco organizada, donde predominan pequeños negocios que operan de manera aislada. Esta situación se ve agravada por la falta de capacitación empresarial, el escaso acceso a financiamiento y la ausencia de políticas públicas que fomenten el desarrollo del comercio local. Además, la competencia de mercados externos y la crisis económica nacional han impactado negativamente en la actividad comercial, generando un ambiente de incertidumbre y desconfianza entre los emprendedores locales.

En este sentido se ha identificado como problema la inexistencia de un plan estratégico para el desarrollo comercial de la Zona Sur de la ciudad de San Carlos, estado Cojedes; cuyas causas y/o efectos se evidencian por:

1. Falta de un diagnóstico situacional en los espacios geográficos de la Zona Sur de la ciudad de San Carlos, con disponibilidad comercial.
2. Poca caracterización de los espacios con disponibilidad comercial.
3. Falta de un diseño de Plan Estratégico para el desarrollo comercial.

Bajo este contexto, surgen las consecuencias del problema, las cuales pueden afectar no solo a la economía, sino también a la cohesión social, el medio ambiente

e incluso hasta la salud pública. Por lo tanto, es crucial abordar el problema de manera integral y estratégica para mitigar los efectos negativos que se han señalado, tales como:

1. Desconocimiento de los espacios geográficos de la Zona Sur de la ciudad de San Carlos con disponibilidad comercial.
2. Desaprovechamiento del potencial comercial de los espacios geográficos de la Zona Sur de la ciudad de San Carlos.
3. Pérdida de visión para el diseño de un plan estratégico para el desarrollo comercial.

En virtud de lo anterior, es fundamental reconocer y actuar sobre estas cuestiones para fomentar un desarrollo sostenible y equitativo en la región, cuyas consecuencias se han agravado por no existir una orientación hacia un enfoque colaborativo entre los comerciantes y las autoridades locales; lo que, dificulta la implementación de iniciativas que beneficien a la comunidad en su conjunto.

Supeditado a ello, se debe tener presente que muchos emprendedores o comerciantes carecen de las habilidades necesarias para gestionar sus negocios de manera efectiva, aunado a la dificultad para acceder a financiamiento y recursos técnicos que impide que los negocios locales puedan expandirse o mejorar su operatividad, limitando la capacidad para competir en un mercado cada vez más exigente.

Finalmente, por la falta de información sobre tendencias de consumo y preferencias del mercado se limita la capacidad de los comerciantes para adaptarse y ofrecer productos y servicios que realmente satisfagan las necesidades de la población y que estén en la planificación gubernamental.

1.2. Formulación del problema

Las preguntas de investigación son el corazón de cualquier estudio, ya que indican lo que se pretende conocer y hacia dónde dirigir el proceso investigativo. Por lo que respecta, según Arias (2006) “formulación del problema es la concreción del planteamiento en una pregunta precisa y delimitada en cuanto espacio, tiempo, y población (si fuera el caso)”. (p. 41).

Sobre la base de lo anterior, en el transcurso del trabajo de investigación, se pudo observar que en la Dirección Municipal de la Alcaldía de San Carlos no existe

un plan estratégico municipal, ni mucho menos un planteamiento para el desarrollo comercial de la zona sur. Dicha observación, aunque resulta desconcertante, es también percibida como una oportunidad fundamental para destacar la necesidad de contar con un plan estratégico para el desarrollo comercial, ya que esto contribuye al incremento de la productividad y competitividad del sector comercial en la zona sur de la ciudad. Por lo tanto, se parte de la interrogante generadora: ¿Cómo proponer un plan estratégico para el desarrollo comercial de la Zona Sur en la ciudad de San Carlos del estado Cojedes?

Bajo esta interrogante generadora se desglosan las siguientes interrogantes específicas: ¿Cómo proponer un Plan Estratégico para el Desarrollo Comercial de la Zona Sur de la ciudad de San Carlos del estado Cojedes?; ¿De qué manera se puede realizar un diagnóstico situacional de los espacios geográficos de la Zona Sur de la ciudad de San Carlos, que contemple la disponibilidad comercial?; ¿Cómo caracterizar los espacios con disponibilidad comercial en la Zona Sur, de la ciudad de San Carlos? y ¿Cómo diseñar un plan estratégico para el desarrollo comercial que responda a las necesidades de la Zona Sur, de la ciudad de San Carlos?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo General

Proponer un Plan Estratégico para el Desarrollo Comercial de la Zona Sur de la ciudad de San Carlos estado Cojedes.

1.3.2. Objetivos Específicos

1. Diagnosticar la situación actual en los espacios geográficos de la Zona Sur de la ciudad de San Carlos, con disponibilidad comercial.
2. Caracterizar los espacios con disponibilidad comercial de la Zona Sur de la ciudad de San Carlos.
3. Diseñar el Plan Estratégico para el desarrollo comercial de la Zona Sur de la ciudad de San Carlos del estado Cojedes.

1.4. Justificación de la Investigación

Ante este panorama, es crucial desarrollar un plan estratégico que no solo aborde estos problemas, sino que también promueva un desarrollo comercial sostenible y equitativo en la zona sur de la ciudad. Este plan debe incluir un diagnóstico exhaustivo de la situación actual, la identificación de oportunidades de

mejora y la formulación de estrategias que fomenten la colaboración entre los diferentes actores del sector comercial.

Aunado a ello, la implementación de un plan estratégico permitirá a la zona sur de San Carlos no solo mejorar su competitividad, sino también fortalecer la economía local, generar empleo y mejorar la calidad de vida de sus habitantes. En este sentido, la investigación se propone como un primer paso hacia la construcción de un futuro más próspero y sostenible para la zona señalada, alineando los esfuerzos de la comunidad con las necesidades del mercado y las tendencias globales.

Es por ello que, el alcance de la presente investigación es proporcionar a la Alcaldía de San Carlos, en el estado Cojedes, las herramientas necesarias para implementar un plan estratégico comercial integral en la zona sur de la ciudad. Dada la alta densidad poblacional de esta área, caracterizada por un gran número estratégica para fomentar el desarrollo económico local y mejorar la calidad de vida de los habitantes a través de la optimización del acceso a bienes y servicios, reduciendo al mismo tiempo la necesidad de desplazamientos hacia los centros urbanos más distantes.

Adicionalmente, dispone de un aporte académico, ya que esta investigación describe diferentes conceptos de términos referentes a la problemática planteada, además, la misma servirá como un aporte a futuras investigaciones en la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora. Y por ende, se situó bajo la línea de investigación titulada: Planificación, de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora.

1.5. Alcance y limitaciones

1.5.1. Alcance

El alcance de la investigación se centra en la propuesta de un plan estratégico para el desarrollo comercial de la zona sur de la ciudad de San Carlos del estado Cojedes, con la finalidad de impulsar el desarrollo de nuevas empresas en esta zona en la cual se concentra la mayor parte de la población sancarleña siendo esta favorecida con esta investigación; Seguidamente, iniciando con un diagnóstico situacional de los espacios geográficos en la zona sur de la ciudad para la

exploración, seguido de una caracterización de los espacios con poca disponibilidad comercial en la zona sur de la ciudad para su desarrollo y optimización.

De esta manera, el límite fijado como alcance de esta investigación es elaborar un plan estratégico para el desarrollo comercial de la zona sur de la ciudad de San Carlos del Estado Cojedes. Además, la misma servirá como un aporte a futuras investigaciones en la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora.

1.5.2. Limitaciones

Una de las limitaciones de este plan estratégico para el desarrollo comercial de la zona sur de la ciudad de San Carlos del estado Cojedes, es la falta de datos disponibles para los investigadores, lo cual se ha convertido en un reto. Además de que en la Dirección Municipal de la alcaldía aún no poseen el plan de desarrollo municipal, para los investigadores es una problemática ya que se desconoce los lineamientos establecidos para el comercio del municipio.

Otra limitante que se presenta en esta investigación es el alcance geográfico que delimita el estudio a una región específica que no puede representar la totalidad de la situación comercial de toda la ciudad, afectando la generalización de los resultados. Seguidamente, la complejidad de los mercados comerciales los cuales son complejos y multifacéticos. Puede ser difícil captar todas las variables y factores que afectan el desarrollo comercial.

Las restricciones de tiempo pueden impedir un análisis exhaustivo o la recolección de datos a largo plazo, lo cual es importante para observar tendencias y cambios en el desarrollo comercial. Consecuentemente, esto puede llevar a decisiones estratégicas subóptimas basadas en información incompleta o desactualizada.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

Al marco teórico, también se le conoce como marco referencial y representa la base teórica, contextual o legal de los conceptos utilizados para el planteamiento del problema en la investigación. Por lo que, implica la recopilación de información, para evidenciar el aporte novedoso que el proyecto hará. Al respecto Palella y Martins (2012, p. 62) refieren que:

Una vez que se ha seleccionado el problema, y definido los objetivos y los supuestos teóricos del estudio, el investigador debe realizar una descripción del objeto en la cual exponga sus rasgos más relevantes. Basándose en esta composición, el investigador está en condiciones de construir el marco teórico y de plantear las hipótesis, de ser necesario.

En otras palabras, se destaca un aspecto fundamental en el proceso de investigación evidenciado en la importancia de una descripción clara y detallada del objeto de estudio. Este paso es crucial porque permite al investigador no solo entender mejor el fenómeno que está analizando, sino también establecer un marco teórico sólido que guiará el desarrollo de la investigación.

De manera que, al describir el objeto de estudio, el investigador debe identificar y resaltar los rasgos más relevantes que lo caracterizan. Esto no solo ayuda a clarificar el enfoque de la investigación; sino que, la descripción actúa como un puente entre la teoría y la práctica, permitiendo que los supuestos teóricos se fundamenten en observaciones concretas en el área del conocimiento plan estratégico y desarrollo comercial.

2.1. Antecedentes Investigativos

Para Palella y Martins (ob.cit: 63) en parafraseo subrayan la relevancia de los antecedentes en el proceso investigativo; ya que, al considerar los trabajos de investigación previos, el investigador puede situar su estudio dentro de un marco más amplio de conocimiento, lo que le permite identificar vacíos en la literatura existente y justificar la necesidad de su propia investigación.

Además, el hecho de que estos antecedentes puedan ser tanto nacionales como internacionales sugiere que el investigador tiene acceso a una amplia gama de perspectivas y enfoques sobre el problema en cuestión. Esto no solo enriquece el

análisis, sino que también puede ofrecer diferentes metodologías y resultados que podrían ser aplicables o adaptables al nuevo estudio. A continuación, se presentan los antecedentes desglosados como nacionales de la siguiente manera.

2.1.1. Antecedentes Nacionales

García y Vargas (2023) en su trabajo de investigación titulado: Lineamientos para el plan de desarrollo estatal y su vínculo con la planificación institucional. Año 2023. Caso: Consejo Legislativo del Estado Bolivariano de Cojedes. (CLEBC); se planteó como propósito el generar lineamientos para el plan de desarrollo estatal y su vínculo con la planificación institucional. Año 2023. Caso: Consejo Legislativo del Estado Bolivariano de Cojedes. (CLEBC); la metodología desarrollada fue bajo un enfoque cuantitativo, con una investigación descriptiva con un modelo de campo bajo un diseño no experimental y el diseño de una propuesta como proyecto factible.

La población fue de 10 trabajadores del CLEBC, por lo que la muestra consideró a toda la población. La confiabilidad de consistencia interna fue de 0,98 bajo la fórmula de alfa de Cronbach dado que se aplicó un instrumento bajo una escala de respuesta valorativa según la Escala de Likert. Dentro de los resultados se destaca que, la participación de la sociedad en el desarrollo de las políticas públicas integra el poder popular y el trabajo del planificador es el eje medular para el diseño de las políticas orientadas a lograr un sostenido y a la vez ordenado mejoramiento de los procesos que se llevan a cabo dentro de las instituciones dependientes de la gobernación, de manera que las funciones del área de gestión social del Consejo Legislativo a través de los planes y/o programas sociales permite mejorar la calidad de vida de la sociedad Cojedeña, mediante la aprobación presupuestaria de los planes estatales.

En consecuencia, se estructura una propuesta operativa, consistente en presentar lineamientos enmarcados en la Línea 3 del plan de desarrollo estatal: “Un gobierno para su gente”. 2023. Los principales resultados indican que casi siempre el Plan de desarrollo Estatal coordina las acciones del gobierno a través de la aplicación de políticas públicas existiendo en el Consejo una continua búsqueda para alcanzar los objetivos fijados en los programas del Plan de desarrollo Estatal.

Entre tanto que, siempre el plan estratégico de la institución está diseñado en el marco del Tercer Plan Socialista de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2019-2025; y en él se dividen elementos como la Plenitud Social, Calidad de Vida, Soberanía Socialista, Sostenible y Sustentable y participación protagónica del Poder Popular, donde el indicador programas línea 3, refleja que casi siempre la atención dada mediante los programas buscan atender la línea número tres (03) del Plan de desarrollo Estatal, de forma adecuada.

En referencia a la planificación institucional en la dimensión contexto institucional casi siempre el Plan de Desarrollo Estatal menciona la innovación en las instituciones, considera pertinente la revisión y modificación de la estructura organizacional actual, considerando elevar a direcciones: Planificación y Presupuesto, Gestión Social y Atención al Ciudadano.

En este sentido, casi siempre existen alianzas o convenios entre el Consejo Legislativo y otras instituciones para la ejecución de acciones en beneficio de las necesidades Cojedeñas, como parte del indicador autonomía: alianza institucional, en cuanto a la consideración de las acciones políticas dentro de las directrices del Tercer Plan Socialista de Desarrollo Económico y Social de la Nación (2019- 2025) casi siempre se rigen en base a ello.

Este antecedente nacional genera lineamientos claros para el plan de desarrollo estatal, lo que proporciona un marco estructurado que puede facilitar la implementación de políticas públicas efectivas. Esta claridad es fundamental para guiar a los responsables de la toma de decisiones y asegurar que todos los actores involucrados estén alineados con los objetivos del desarrollo.

2.1.2. Antecedente Internacional

El antecedente del Ayuntamiento la Rinconada (2021) titulado: Plan estratégico de comercio La Rinconada. Del Gobierno de España para impulsar un Plan Estratégico de Comercio para su localidad, entendiendo que el sector del comercio de cercanía es un motor de desarrollo económico y social para su modelo de calidad de vida urbana.

Sobre esta base el plan fija el papel del abastecimiento de la población, creación y mantenimiento del empleo, dinamización social y apuesta por un modelo de consumo sostenible que realiza este sector comercial es fundamental para el

desarrollo económico y social de La Rinconada. Concibiendo que los comerciantes son los principales destinatarios de este plan municipal, su participación y compromiso con la ejecución son los que pueden garantizar el buen éxito.

Para la metodología de realización de esta estrategia, se ha utilizado el manual promovido por la Junta de Andalucía para la realización de este tipo de iniciativas, contemplando la realización de un diagnóstico cuantitativo y cualitativo de la oferta comercial para a partir de ahí, construir un mapa estratégico de líneas, objetivos y actuaciones en un entorno de participación activa del sector comercial, con más de 100 personas relacionadas con el comercio, específicamente el del pequeño comercio de cercanía.

En este marco el Plan Estratégico de Comercio ha contado con un amplio compromiso y dedicación por parte del Ayuntamiento y los comercios mediante la realización de 8 reuniones técnicas del Ayuntamiento con el equipo redactor, 3 sesiones presenciales de participación grupal con los comercios, 2 consultas de participación digital con los comercios, llamadas telefónicas individuales a los comercios para solicitar su participación, entrevistas Delphi individuales con representantes de los comercios, así mismo la difusión a través de los diferentes canales de comunicación municipales: redes sociales, WhatsApp y Web y la distribución de una carta física a los comercios informando del proceso y solicitando su participación presencial y digital.

Además, tras haber realizado un diagnóstico de la situación comercial de La Rinconada, haber debatido con los agentes públicos y privados relacionados con el comercio del municipio sobre sus retos, posibilidades y propuestas de actuación se ha establecido un mapa estratégico compuesto por: 1 Objetivo central; 5 Líneas estratégicas; 16 Objetivos y 26 Actuaciones.

Se persigue, conformar un motor comercial propio reconocible, colaborativo, profesionalizado y competitivo en los entornos digitales y físicos, dotado de recursos de sostenibilidad, que aumente su rentabilidad y viabilidad en un modelo urbano de calidad de vida. Las líneas estratégicas se presentan como aglutinadoras de las principales prioridades y necesidades que el sector debe acometer:

1. Digitalización
2. Identificación de la marca, Comercio de La Rinconada

3. Promoción

4. Cooperación de las y los comerciantes

5. Sostenibilidad y movilidad

Se desarrolla todo este Mapa con amplio detalle de las 26 actuaciones y sus correspondencias con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, los ejes de la Agenda Urbana Española y los mecanismos de financiación del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Gobierno de España.

Para finalizar, el Plan realiza una propuesta de Gobernanza sobre la política pública de promoción del comercio basada en la configuración de una Mesa de Comercio Consultiva en la que se presenta este Plan tras su aprobación municipal, para que pueda ser evaluado y mejorado de manera continua, constituyendo un efectivo impulso a su ejecución sustentado en la participación y compromiso del sector.

Como resultado se destaca que, la situación de mercado de comerciantes ha empeorado sustancialmente por un cambio en la situación económica y social europea. Sin embargo, La Rinconada para seguir siendo una población competente en la gestión de sus barrios y competitiva en el sector comercial necesita de la permanencia de los comercios minoristas que garanticen el suministro de bienes y servicios, dotando de vida a las calles y barrios. El comercio minorista es parte de un ecosistema de equilibrio socioeconómico que debe permitir a La Rinconada seguir teniendo un sistema de calidad de vida urbana, para sus habitantes, comerciantes, trabajadores/as y visitantes. Para ello el comercio de cercanía debe seguir siendo un negocio rentable.

Como aporte para la investigación en curso se destaca que El Plan Estratégico de Comercio de La Rinconada representa un enfoque integral y colaborativo para revitalizar el comercio local, resaltando su importancia en el desarrollo de un entorno urbano sostenible y de calidad de vida. Al fomentar la participación activa de los comerciantes y alinear las estrategias con objetivos más amplios, el plan busca no solo la recuperación, sino también el futuro sostenible del comercio en la localidad y sirve como guía para otros proyectos.

2.2. Bases teóricas

Para realizar cualquier investigación es necesaria la utilización de diferentes tipos de informaciones que permitan el desarrollo de la misma. Por ello, las bases teóricas son el resultado de una esmerada revisión bibliohemerográfica, que como tal, refiere a la exposición de un conjunto actualizado de conceptos, definiciones, principios, etc., que sustentan la teoría principal del objeto de estudio (Silva, 2014) p. 65.

A continuación, se presentará un detallado análisis de las diversas teorías y conceptos que han sustentado esta investigación. Estas ideas, provenientes de autores en el campo, han servido como pilares fundamentales para el desarrollo del presente estudio, proporcionando un marco teórico sólido y amplio.

2.2.1 Diagnosticar la situación actual en los espacios geográficos

El diagnóstico de la situación actual en los espacios geográficos es un proceso esencial para el desarrollo de un plan estratégico comercial, especialmente en áreas específicas como la zona sur de la ciudad de San Carlos. Este diagnóstico no solo se enfoca en la ubicación física, sino también en las características socioeconómicas, culturales y estructurales que influyen en la dinámica comercial.

Asimismo, el espacio geográfico es un entramado complejo de lugares interconectados, formando un sistema dinámico, caracterizado por una organización particular, tanto en su interior como en relación con otros espacios. No es solo un conjunto de elementos físicos (montañas, ciudades, campos), sino también un sistema de relaciones moldeado por factores sociales, económicos y naturales. Esta dualidad permite analizar tanto las particularidades de un lugar específico como sus conexiones a nivel regional, nacional o global.

En el contexto de desarrollo comercial, es esencial considerar cómo las características de una zona influyen en las oportunidades y desafíos comerciales de la misma. Por ejemplo, la accesibilidad y conectividad de una zona con otras áreas pueden afectar el flujo de bienes y personas, impactando la viabilidad comercial. Por ello, un diagnóstico situacional debe analizar estos factores geográficos y su interacción con el entorno comercial para identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

En resumen, la relatividad de los espacios geográficos en el diagnóstico situacional proporciona una visión integral y contextualizada, esencial para la

formulación de estrategias efectivas que promuevan el desarrollo comercial sostenible y competitivo. Como señala Harvey (2007), citado en Abraham (2018) "el derecho a la ciudad es mucho más que la libertad individual de acceder a los recursos urbanos: es un derecho a cambiarnos cambiando la ciudad". El espacio geográfico, comprendido como un conjunto dinámico y complejo, donde la naturaleza y la sociedad se interrelacionan constantemente, es clave para entender y planificar la transformación del desarrollo comercial de cualquier área en cuestión (Vargas, 2012) p. 320.

2.2.2 Zona Sur de la ciudad de San Carlos

La Zona Sur se refiere a la región situada en el hemisferio sur de la ciudad de San Carlos de Austria, en el estado Cojedes. Esta área se caracteriza por su alta densidad poblacional, albergando un considerable número de urbanizaciones. Entre las más destacadas se encuentran: Conjunto Residencial Ezequiel Zamora, Urbanización Aeropuerto, Urbanización La Unión, Urbanización Los Samanes (sectores I y II), Urbanización Herrereña (sectores I y II), Urbanización Los Chaguaramos, y Urbanización Monseñor Padilla. Además, nuevas urbanizaciones como Villas del Sur y pequeños poblados cercanos emergieron recientemente en esta zona.

Asimismo, la infraestructura vial de la Zona Sur es adecuada, con las urbanizaciones mencionadas conectadas a través de la avenida principal Rómulo Betancourt. La zona también cuenta con diversas instituciones educativas que cubren todos los niveles de enseñanza, un Aeropuerto Nacional, un Instituto Autónomo de Protección Civil y un Centro de Diagnóstico Integral (CDI) que ofrece atención médica gratuita. Además, cuenta con iglesias para el encuentro espiritual de la comunidad.

De tal manera, el desarrollo comercial de la zona Sur se mantiene en crecimiento, con la presencia de pequeños comercios que incluyen panaderías, tiendas de productos para vehículos y el hogar, ferreterías, agropecuarias, un supermercado, una bloquera, licorerías y locales de víveres, hortalizas y frutas. También hay servicios de recarga de agua potable y pago de servicios públicos, entre otros.

Aunque el sistema comercial de la zona está compuesto por un número limitado de locales, predominan aquellos que comercializan una amplia variedad de productos, conocidos como "bodegas" o "bodegones". Muchos de estos establecimientos son emprendimientos familiares o de asociados y gozan de una alta receptividad por parte de los residentes locales, siendo los puntos de mayor consumo y cercanía.

No obstante, la zona Sur sigue siendo una región en constante evolución, en donde la atracción de inversores, motivados por la alta densidad poblacional, ha llevado al establecimiento de nuevos locales, especialmente en el sector de venta y servicio de comida rápida. A pesar de estos avances, muchos residentes aún prefieren desplazarse al casco central de la ciudad para realizar sus compras.

Este hecho sugiere un potencial de crecimiento aún mayor para el sector comercial de la zona Sur. Si bien la zona cuenta con una buena oferta de bienes y servicios básicos, podría ampliarse la variedad y cantidad de establecimientos, especialmente en lo que respecta a comercios de mayor envergadura y especializados. Esto permitiría no solo satisfacer las necesidades de la creciente población local, sino también atraer a consumidores de otras zonas.

En este sentido, el desarrollo de la zona Sur se inscribe en una tradición de planificación urbana en Venezuela. Debido a la Ley Orgánica de Ordenación Urbanística, vigente desde 1987, se ha logrado una mejor organización y desarrollo de las áreas urbanas, como la zona Sur de San Carlos (Ornés, 2009). No obstante, es necesario seguir trabajando en la planificación y promoción del crecimiento comercial de la misma. Puesto que, la zona Sur de San Carlos es una área en constante transformación, con un gran potencial de crecimiento. Además de consolidar su rol como núcleo residencial, la zona Sur podría convertirse en una importante zona comercial, mejorando la calidad de vida de sus habitantes y fortaleciendo la economía local.

2.2.3 Zonas con disponibilidad comercial

Las zonas con disponibilidad comercial se refieren a áreas geográficas específicas que presentan condiciones favorables para la instalación y operación de actividades comerciales. Estas zonas se caracterizan por una serie de factores que

las hacen atractivas para la inversión y el desarrollo de negocios, contribuyendo al crecimiento económico y al dinamismo del área.

Primero, la infraestructura es un componente clave y como tal, según Pérez y Merino (2020) “alude a los servicios públicos en el sentido más amplio”. Las zonas con disponibilidad comercial suelen contar con una infraestructura adecuada, que incluye vías de acceso en buen estado, servicios públicos eficientes (agua, electricidad, telecomunicaciones) y facilidades de transporte. Esta infraestructura facilita el flujo de bienes y personas, lo que es esencial para el éxito de las actividades comerciales.

Segundo, la conectividad y la accesibilidad juegan un papel fundamental, cuya conceptualización, según Santos y De las Rivas (2008) la definen de la siguiente manera:

El concepto de conectividad aparece relacionado fundamentalmente con la estructura viaria y expresa el número de conexiones directas que tiene cada área urbana con el resto, mientras que el concepto de accesibilidad expresaría la facilidad de viajar a cada unidad espacial. (p. 18).

Partiendo de lo anterior, se cree que para que se desenvuelva un desarrollo comercial deben haber zonas conectadas con otras partes de la ciudad y con regiones circundantes. De este modo, la proximidad a centros de transporte constituirá un factor crucial para la transitabilidad de los habitantes, ya que no sólo facilita el movimiento de personas, sino que también favorece el flujo logístico de mercancías y servicios, dinamizando así la economía local.

Tercero, la demografía y el mercado objetivo son consideraciones fundamentales. Las zonas con disponibilidad comercial suelen estar ubicadas en áreas con una densidad poblacional significativa y con un perfil demográfico que coincide con el mercado objetivo de los negocios. Para Da Silva (2021) esto funciona como una segmentación que toma en cuenta los factores sociales y demográficos de las personas como la edad, el género, el empleo, el nivel de ingresos y las preferencias de consumo de la población local.

Cuarto, la regulación y el apoyo gubernamental también influyen en la disponibilidad comercial. Las políticas locales que promueven el desarrollo económico, como incentivos fiscales, facilidades para la obtención de permisos y

apoyo a emprendedores, son determinantes para que una zona sea considerada apta para el comercio.

Finalmente, también se plantea que la competencia y la sinergia comercial son aspectos a tener en cuenta. Las zonas con una concentración de negocios complementarios pueden crear un entorno atractivo para nuevos comercios, generando sinergias que beneficien a todos los actores involucrados.

En pocas palabras, el término "zonas con disponibilidad comercial" en el contexto del diagnóstico situacional de espacios disponibles en la Zona Sur de la ciudad de San Carlos se refiere a la valoración de áreas estratégicamente ubicadas y equipadas para fomentar el desarrollo comercial, apoyadas por una infraestructura robusta, accesibilidad, un mercado objetivo adecuado, políticas favorables y un entorno competitivo y sinérgico.

2.2.4 Caracterizar los espacios con disponibilidad comercial

Caracterizar los espacios con disponibilidad comercial implica realizar un análisis detallado de todos los locales, edificios o terrenos que podrían ser utilizados para actividades comerciales en esa área. Esto es importante porque permite identificar oportunidades, tomar decisiones estratégicas y planificar el desarrollo urbano de manera efectiva.

Por consiguiente, al conocer las características de cada espacio, se pueden identificar las mejores opciones para atraer nuevos negocios y fomentar el crecimiento económico de la zona. La información obtenida ayuda a tomar decisiones informadas sobre qué tipo de negocios se pueden establecer, qué infraestructura se necesita y qué incentivos se pueden ofrecer. Además, es fundamental para planificar el desarrollo urbano, asegurando que los espacios comerciales se integren con el entorno y satisfagan las necesidades de la comunidad.

Por otra parte, se debe analizar el potencial de cada espacio para albergar diferentes tipos de negocios, según Medina (2006, p. 107) en parafraseo, indica que es prioritario tomar en cuenta varias condiciones dentro de la zona, a través de un análisis de entorno y mercado. Por ejemplo, las condiciones sociales y culturales de la zona, bajo interrogantes como: ¿Cuál es la condición social y económica de la zona?; ¿Cómo es la dinámica productiva y de consumo de este sector de la ciudad?

Otras condiciones que destaca Medina son las condiciones físicas y topográficas, las condiciones de acceso y la tipología de clientes: ¿Cómo es la condición física del terreno (plano, pendiente, levemente inclinado...)?; Desde otra parte de la ciudad ¿cómo se llega?; ¿Se llega de forma masiva y utilizando las diferentes modalidades de transporte público?; ¿Cuál es el nicho de consumidores (su condición social, su poder adquisitivo) para el cual fue pensado?

Finalmente, una vez llegado a este punto, con el objetivo de optimizar el desarrollo comercial en la Zona Sur, es necesario iniciar con una caracterización detallada de sus espacios. Este análisis debe incluir una evaluación del entorno urbano (transporte, densidad, competencia) y un inventario completo de los espacios disponibles, considerando sus características físicas, ubicación y potencial de uso. Los resultados de este análisis servirán como base para diseñar un plan estratégico que maximice las oportunidades de desarrollo comercial.

2.2.5 Plan estratégico para el desarrollo comercial

Un plan estratégico para el desarrollo comercial es un conjunto de acciones planificadas que buscan potencializar la actividad comercial de una determinada área o zona geográfica, ya sea un distrito, una comuna o un municipio. Según Lumpkin y Dess (2003) citado por Bezir y Paredes (2018) definen el plan estratégico como “el conjunto de análisis, decisiones y acciones que una organización lleva a cabo para crear y mantener ventajas comparativas sostenibles a lo largo del tiempo”

Construido con la visión de un futuro próspero, el Plan Estratégico para el desarrollo comercial de la zona sur de la ciudad de San Carlos es el resultado de un proceso participativo que involucra a todos los actores locales. Este plan se enfoca en identificar oportunidades, optimizar recursos y superar desafíos para potencializar el crecimiento económico sostenible y mejorar la calidad de vida de la comunidad, a través de acciones estratégicas basadas en un profundo conocimiento del territorio y sus necesidades.

2.2.6 Componentes clave de un plan estratégico para el desarrollo comercial

1. Introducción: Se proporciona una descripción general del plan y su propósito.
2. Misión y Visión: Se describen las metas y objetivos del plan.

3. **Análisis de Situación:** Se realiza un diagnóstico exhaustivo del entorno comercial actual, incluyendo el análisis de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (análisis FODA). Este análisis ayuda a comprender el contexto en el que operan los establecimientos y a identificar áreas de mejora.
4. **Definición de Objetivos:** Se establecen metas claras y alcanzables a corto, mediano y largo plazo. Estos objetivos deben ser específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un tiempo definido (SMART).
5. **Estrategias y Acciones:** Se desarrollan estrategias específicas para alcanzar los objetivos planteados. Estas estrategias pueden incluir la promoción de inversiones, la mejora de infraestructuras, la capacitación de recursos humanos, y la implementación de tecnologías avanzadas.
6. **Plan de Implementación:** Se detalla un cronograma de actividades, asignación de responsabilidades y recursos necesarios para ejecutar las estrategias. Este plan debe ser realista y adaptable a cambios imprevistos.
7. **Monitoreo y Evaluación:** Se establecen mecanismos para evaluar el progreso y el impacto de las acciones implementadas. Esto incluye indicadores de desempeño y revisiones periódicas para ajustar el plan según sea necesario.

2.2.7 Importancia del plan estratégico para el desarrollo comercial

Un plan estratégico para el desarrollo comercial es crucial para asegurar un crecimiento ordenado y sostenible. Permite a los comercios y a las autoridades locales coordinar esfuerzos, optimizar recursos y responder de manera efectiva a los cambios del mercado. Además, fomenta la innovación y la competitividad, contribuyendo al bienestar económico y social de la comunidad.

2.3. Bases legales

Las bases legales son esenciales en un plan estratégico para el desarrollo comercial, ya que garantizan la legitimidad y el cumplimiento de todas las normativas vigentes. En este sentido, este marco legal es un pilar fundamental que sostiene y guía todo el proceso de planificación estratégica, asegurando su éxito y viabilidad a largo plazo.

2.3.1 Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999) según Gaceta Oficial N° 36.860 Extraordinario

Título VI del Sistema Socioeconómico. Capítulo I, del Régimen Socio Económico y de la Función del Estado en la Economía, en su artículo 299 establece:

El régimen socioeconómico de la República Bolivariana de Venezuela se fundamenta en los principios de justicia social, democracia, eficiencia, libre competencia, protección del ambiente, productividad y solidaridad, a los fines de asegurar el desarrollo humano integral y una existencia digna y provechosa para la colectividad. El Estado conjuntamente con la iniciativa privada promoverá el desarrollo armónico de la economía nacional con el fin de generar fuentes de trabajo, alto valor agregado nacional, elevar el nivel de vida de la población y fortalecer la soberanía económica del país, garantizando la seguridad jurídica, solidez, dinamismo, sustentabilidad, permanencia y equidad del crecimiento de la economía, para lograr una justa distribución de la riqueza mediante una planificación estratégica democrática participativa y de consulta abierta.

En concordancia, en su artículo 301 dispone la protección y promoción de la inversión nacional y extranjera, lo cual es esencial para el desarrollo comercial:

El Estado se reserva el uso de la política comercial para defender las actividades económicas de las empresas nacionales públicas y privadas. No se podrá otorgar a personas, empresas u organismos extranjeros regímenes más beneficiosos que los establecidos para los nacionales. La inversión extranjera está sujeta a las mismas condiciones que la inversión nacional.

Seguidamente, se destaca el artículo 308, el cual puntualiza que el Estado protegerá y promoverá la pequeña y mediana industria, las cooperativas, las cajas de ahorro, así como también la empresa familiar, la microempresa y cualquier otra forma de asociación comunitaria para el trabajo, el ahorro y el consumo, bajo régimen de propiedad colectiva, con el fin de fortalecer el desarrollo económico del país, sustentándolo en la iniciativa popular. Además, asegura la capacitación, la asistencia técnica y el financiamiento oportuno.

2.3.2 Ley Orgánica de la Ordenación del Territorio (1983) según Gaceta Oficial N° 3.238 Extraordinario

Título I, Disposiciones Generales, en su artículo 2 ratifica lo siguiente:

El régimen socioeconómico de la República Bolivariana de Venezuela se fundamenta en los principios de justicia social, democracia, eficiencia, libre competencia, protección del ambiente, productividad y solidaridad, a los fines de asegurar el desarrollo humano integral y

una existencia digna y provechosa para la colectividad. El Estado conjuntamente con la iniciativa privada promoverá el desarrollo armónico de la economía nacional con el fin de generar fuentes de trabajo, alto valor agregado nacional, elevar el nivel de vida de la población y fortalecer la soberanía económica del país, garantizando la seguridad jurídica, solidez, dinamismo, sustentabilidad, permanencia y equidad del crecimiento de la economía, para lograr una justa distribución de la riqueza mediante una planificación estratégica democrática participativa y de consulta abierta.

Asimismo, el Capítulo VI de la Administración Regional, específicamente en los artículos 61 y 62, establece las bases para la planificación y ordenación territorial en Venezuela. Estos artículos son fundamentales para entender cómo se debe estructurar un plan estratégico para el desarrollo comercial de la Zona Sur de San Carlos.

En primera parte, el Artículo 61 define las regiones como las unidades básicas para la planificación del desarrollo económico, social y físico del país. Esto incluye la ordenación territorial y urbana, así como la organización de las actividades de la Administración Pública a nivel nacional, estatal y municipal. Para el presente plan estratégico, esto implica que cualquier desarrollo comercial debe estar alineado con las políticas y planes regionales establecidos. La zona sur de San Carlos debe ser considerada dentro del contexto más amplio de la región a la que pertenece.

Por otra parte, el Artículo 62 establece que los límites de las regiones serán definidos por decreto presidencial y deben coincidir, en la medida de lo posible, con los límites político-territoriales de los estados que conforman la región. Además, se especifican dos criterios para el establecimiento de estos límites: primero, que las regiones deben tener condiciones físicas, económicas y socioculturales similares; y segundo, que deben ser territorios integrados funcionalmente con al menos un centro de servicio que actúe como integrador y promotor del desarrollo.

2.3.3 Reforma a la Ordenanza sobre el Instituto Autónomo Municipal de Mercado. Gaceta Municipal N° 594 Extraordinario

Según el capítulo II. De los Objetivos, en su artículo 4 esboza que el Instituto Autónomo Municipal de Mercado (IMERCA) tiene como objetivo fundamental:

1. Regularizar el funcionamiento de todos los mercados municipales.

2. Promover el uso de actividades económicas y productivas en beneficio del consumidor.
3. Establecer las reglas que permitan la asignación o adjudicación del derecho de adquirir locales y bodegas dentro de los mercados municipales.
4. Adjudicar locales, bodegas de los mercados municipales. La adjudicación del derecho de adquirir locales y bodegas por intermedio de las normas establecidas en el presente instrumento, no implica la transferencia de tales bienes municipales al beneficiario.
5. Compra y venta de productos de consumo humano y animal en las distintas formas y especies.

De tal manera, en el capítulo XII de los mercados municipales, en el artículo 26 de la misma, consigna que “la ampliación, mejora o eliminación de algún local, así como la construcción de nuevas instalaciones serán siempre de la competencia de IMERCA. Previa aprobación del alcalde”.

2.3.4 Reforma Total a la Ordenanza de Impuesto sobre Actividades Económicas e Industria, Comercio, Servicios o Índole Similar del Municipio San Carlos estado Bolivariano de Cojedes. Gaceta Municipal N° 670 Extraordinario

Capítulo V, de la Licencia única de las Actividades Económicas. En su artículo 14, del ejercicio de la Actividad Económica acuerda lo siguiente:

Para el ejercicio de actividades económicas comerciales, servicios o de índole similar en inmuebles ubicados en la jurisdicción del Municipio, por parte de personas naturales o jurídicas, de público o privado u organizaciones de cualquier naturaleza que constituyan una unidad económica, deberán solicitar y obtener previamente a su inicio, la correspondiente Licencia. De igual forma deberán realizarlo quienes posean establecimiento permanente en inmuebles ubicados en otros Municipios y dispongan a realizar en forma habitual actividades gravadas conforme a esta ordenanza en la jurisdicción del Municipio San Carlos.

En adición a esto, en el artículo 4, del Hecho Imponible. Capítulo II, Hecho Imponible y la Territorialidad del Impuesto, norma lo siguiente:

El hecho imponible del impuesto lo constituye el ejercicio en forma habitual o transitoria, eventual o permanente de actividades económicas, industriales, comerciales, de servicios o de índole similar con fines de lucro, en la jurisdicción del Municipio San Carlos, aun cuando dichas actividades se realicen sin la previa obtención de la

licencia, sin menoscabo de las sanciones que por esta razón sean aplicables; y en atención a la normativa para evitar la múltiple tributación contenida en el ordinal 5 del artículo 30 de la Ley de Coordinación y Armonización de las Potestades Tributarias de los Estados y Municipios.

En este sentido, especifica que a los efectos de esta ordenanza, considera que la Actividad Comercial es “toda actividad que tenga por objeto la circulación y distribución de productos y bienes, para la obtención de ganancias o lucro y cualquier otra derivada de los actos de comercio distintos a servicios”.

2.4. Sistema y operacionalización de variables

2.4.1. Sistema de variables

El término variable es introducido por Silva (2014, p. 65) de la siguiente manera: “Se entiende por variables a los factores o aspectos que influyen en el problema bajo estudio y cuyas propiedades pueden adquirir diversos valores”. Del mismo modo, para Mayorga (2002), citado en Silva (2014, p. 66), las variables de investigación son una expresión concreta del marco teórico y están constituidas por todos los elementos que se entrelazan alrededor del objeto o hecho. Es decir, son elementos interdependientes que pueden ser medidos, cuantificados y cualificados.

En este mismo orden de ideas, la base de la revisión bibliográfica relacionada con el marco teórico de la investigación, se constituye con la adecuación conceptual para identificar y definir las propiedades que caracterizan a las variables al contexto específico de la investigación, mientras que la definición operacional establece cómo transformar los conceptos abstractos en indicadores medibles, respecto de una variable, las cuales pueden ser de tipo independiente y/o dependiente.

2.4.1.1. Variable Independiente

Simboliza los tratamientos o condiciones que el investigador controla para probar sus efectos sobre algún resultado, también se manipula en el proceso de un experimento para estudiar su efecto sobre la variable dependiente. En este caso se ha identificado: Plan Estratégico, que según Lumpkin y Dess (2003) citado por Bezir y Paredes (2018) definen que es “el conjunto de análisis, decisiones y acciones que una organización lleva a cabo para crear y mantener ventajas comparativas sostenibles a lo largo del tiempo”.

2.4.1.2. Variable Dependiente

Es la variable que se ve influenciada o afectada por cambios en la variable independiente, de manera que, según Salkind (2000), como se citó en Silva (2014), se puede entender como “los resultados que podrían depender del tratamiento experimental o de lo que el investigador modifica o manipula” (p. 66). En este caso se ha identificado como variable dependiente: Desarrollo Comercial, la cual según Rojas (2021) “se refiere al crecimiento de la incidencia que la empresa tiene en el mercado”.

Tabla 1. Sistema de variables

Variable	Definición operacional
Desarrollo comercial	Se refiere al crecimiento de la incidencia que la empresa o negocio tiene en el mercado, lo cual implica un conjunto de acciones estratégicas para aumentar su presencia, influencia y fortalecer su posición competitiva.
Plan estratégico	El conjunto de análisis, decisiones y acciones que una organización lleva a cabo para crear y mantener ventajas comparativas sostenibles a lo largo del tiempo, por lo que son los pasos y estrategias que se establecen para consolidar un desarrollo comercial eficiente y oportuno.

Fuente: Jiménez, Linares y Pérez (2024).

2.4.2. Operacionalización de las variables

La operacionalización de variables es el puente entre la teoría y la práctica en la investigación. Consiste en traducir un concepto teórico en indicadores observables y medibles. A través de este proceso, se establecen las operaciones específicas que permitirán asignar valores numéricos o categorías a las variables, facilitando así su análisis cuantitativo o cualitativo.

Esto implica definir las dimensiones y los indicadores que conforman cada variable, así como determinar los niveles de medición adecuados. Por tanto, la operacionalización de variables en el proceso de investigación es esencial para garantizar que los datos recopilados sean significativos y precisos. En consecuencia, Silva (2014:78) sustenta lo siguiente:

De manera habitual, el marco teórico se cierra con la operacionalización de variables, que consiste en descomponer las variables investigadas según su grado de abstracción. Partiendo de la definición general, se procede a localizar variables intermedias (dimensiones) y, luego, a encontrar en ellas atributos más concretos (indicadores).

Aunado a lo anterior, conviene recalcar que la operacionalización de variables es un procedimiento estratégico que facilita la elaboración de un mecanismo que permita medir de la manera más precisa las variables sometidas a

estudio, y de igual modo, con el de facilitar la toma de decisiones en cuanto a selección del instrumento adecuado mediante el cual se hará la medición.

Por consiguiente, en la creación de la matriz de operacionalización de variables, se elabora una tabla con cinco columnas que describen cada variable de manera observable y comprobable. Esto permite identificar las variables y determinar los indicadores que representan el concepto. La tabla incluye: objetivos específicos, nombre de la variable, dimensiones, indicadores e ítems. Esta tabla plasma de forma descriptiva cada aspecto a medir en la investigación.

Tabla 2. Operacionalización de las variables

Objetivo general: Proponer un plan estratégico para el desarrollo comercial de la Zona Sur de la ciudad de San Carlos estado Cojedes.

Objetivos	Variables	Dimensión	Indicadores	Ítems	
Diagnosticar la situación actual en los espacios geográficos de la Zona Sur de la ciudad de San Carlos, con disponibilidad comercial.	Desarrollo Comercial	Entorno Comercial	Locales Comerciales	1	
		Político	Regulaciones de impuestos.	2	
			Políticas de apoyo gubernamental.	3	
Caracterizar los espacios con disponibilidad comercial de la Zona Sur de la ciudad de San Carlos.		Análisis de Mercado	Marketing		4
			Publicidad		5
			Redes Sociales		6
			Productos y servicios		7
			Precios		8
			Ubicación		9
			Poder adquisitivo		10
			Preferencia del consumidor		11
Diseñar el Plan Estratégico para el desarrollo comercial de la Zona Sur de la ciudad de San Carlos del estado Cojedes.	Plan estratégico	Objetivos	Desarrollo económico local	12	
			Ampliación de espacios comerciales.	13	
			Crecimiento de actividad comercial.	14	
		Infraestructura urbana	Servicios Públicos.	15	
			Vialidad y transporte.	16	
		Capacitación	Educación financiera y empresarial.	17	
	Apoyo emprendedor.	18			

Fuente: Jiménez, Linares y Pérez (2025).

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

En el desarrollo de una investigación, es fundamental establecer un marco metodológico sólido que permita guiar el proceso de manera estructurada y coherente. Este marco no solo facilita la organización del estudio, sino que también asegura la validez y confiabilidad de los resultados obtenidos. La formulación del marco metodológico en una investigación tiene como objetivo “descubrir los supuestos del estudio para reconstruir datos a partir de conceptos teóricos operacionalizados” (Azüero, 2018:110).

En otras palabras, el marco metodológico no sólo establece las bases teóricas de la investigación, sino que también guía el proceso de recolección y análisis de datos, asegurando que estos sean relevantes y estén alineados con los objetivos del estudio. Además, actúa como un puente entre la teoría y la práctica, facilitando la aplicación de conceptos abstractos en contextos específicos. Esto es crucial para la validez y la confiabilidad de los resultados obtenidos, ya que permite a los investigadores articular claramente sus enfoques y métodos, lo que a su vez contribuye a la transparencia y la reproducibilidad de la investigación

Por tanto, este proceso busca describir detalladamente cada aspecto relacionado con la metodología de la investigación. Incluye el enfoque o paradigma de investigación, el tipo de investigación, el diseño, la población y la muestra, así como la validez y confiabilidad del instrumento, entre otros aspectos metodológicos.

3.1 Enfoque o paradigma de la investigación

La investigación cuantitativa se fundamenta en la sistemática recolección y análisis de datos numéricos, con el propósito de generar conocimiento objetivo y generalizable. A través de instrumentos de medición rigurosos, como encuestas, se cuantifican variables y se establecen relaciones causales, permitiendo la formulación de hipótesis precisas y la contrastación empírica de teorías.

De este modo, en una interpretación de la cita de Hernández et al. (2010), mencionado por Torres (2016: 2), se describe que el enfoque cuantitativo inicia con la identificación y formulación de un problema, seguido de una revisión de la

literatura relevante para construir un marco teórico-referencial. A partir de estos elementos, se formulan hipótesis de investigación que precisan las variables fundamentales, definidas tanto conceptual como operacionalmente. Este proceso genera un conjunto de indicadores utilizados para construir los reactivos de los instrumentos de investigación, los cuales son siempre estructurados. Los datos obtenidos con estos instrumentos se procesan mediante recursos estadísticos avanzados, con el objetivo de confirmar o refutar las hipótesis planteadas inicialmente.

De tal manera, la investigación cuantitativa no solo permite la validación empírica de teorías y la formulación de hipótesis precisas, sino que también proporciona una base sólida para la toma de decisiones informadas en diversos campos del conocimiento. Su rigor metodológico y capacidad para generar datos objetivos y generalizables la convierten en una herramienta indispensable para el progreso y la implementación de soluciones prácticas. Así, la cuantificación de variables y el análisis estadístico avanzado se erigen como pilares fundamentales en la construcción de un conocimiento robusto y aplicable a la realidad contemporánea.

3.2 Tipo de investigación

La investigación se enmarca en una modalidad cuantitativa, de campo y descriptiva, tal como lo define Arias (2012: 24): "la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo con el fin de establecer su estructura o comportamiento...". Además, este enfoque se alinea con la concepción de proyecto factible propuesta por la UPEL (2016: 21), el cual busca ofrecer soluciones mediante la propuesta de un modelo operativo viable ante problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales. En este caso, la investigación se materializa en la elaboración de un plan estratégico para el desarrollo comercial de la zona sur de la ciudad de San Carlos, constituyendo un aporte significativo para la comunidad.

De tal manera, al ser una investigación cuantitativa, se emplearán encuestas para recolectar datos numéricos de comerciantes y consumidores, permitiendo un análisis detallado de la situación actual. Asimismo, su carácter descriptivo se manifiesta en el objetivo de caracterizar y analizar el ambiente económico y social

de la zona, identificando sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Esta visión integral será fundamental para la construcción del plan estratégico.

Por lo tanto, es importante destacar que, si bien el enfoque es descriptivo, los resultados obtenidos pueden sentar las bases para futuras investigaciones más profundas. Al proporcionar una caracterización detallada del contexto, se facilita la identificación de nuevas interrogantes y el diseño de estudios más complejos.

Finalmente, la combinación de estos enfoques metodológicos ofrece una herramienta robusta para comprender la realidad de la Zona Sur de la ciudad de San Carlos, del estado Cojedes. Los resultados de esta investigación generarán un conocimiento sólido y fundamentado que permitirá tomar decisiones informadas y diseñar estrategias efectivas para promover el desarrollo comercial de la región.

3.3 Diseño de investigación

El diseño de la investigación es de campo, ya que la recolección de datos se obtiene directamente de la realidad natural donde ocurren los hechos (Ramírez, 1998, citado en Palella y Martins, (2006:97). Al aplicar el instrumento de investigación cuantitativa en el lugar donde se desarrollan las actividades comerciales y sociales, se garantiza la relevancia y la validez de la información recopilada. Este enfoque, además, permite una observación directa y no intrusiva de los fenómenos estudiados.

Por consiguiente, los investigadores recopilan la información sin modificar las condiciones existentes, lo que caracteriza a este tipo de estudio como una investigación no experimental. En consecuencia, en la investigación no experimental no se manipula una variable específica en un grupo de individuos para compararlo con otro grupo sin intervención. De este modo, se optó por un diseño no experimental de campo, determinado por la observación de fenómenos preexistentes, sin intervención del investigador.

3.4 Población y muestra

3.4.1 Población

La población es un conjunto único, conformado por individuos que, a pesar de sus diferencias, comparten una serie de características comunes. Estas características permiten delimitar y estudiar a este grupo determinado como una

totalidad, convirtiéndose en el foco de la investigación. A juicio de Palella y Martins (2006: 115), la población es:

El conjunto de unidades de las que se desea obtener información y sobre las que se van a generar conclusiones. Asimismo, representa un conjunto finito o infinito de elementos, personas o cosas pertinentes a la investigación y que generalmente suele ser inaccesible.

En otras palabras, la población es el conjunto universal de unidades de análisis que poseen un atributo común. Por tanto, el tamaño de una población viene dado por la cantidad de elementos que la componen; por lo que se simboliza la misma con la letra N, correspondiendo al número total de elementos que la integran.

Respecto a esta definición Silva (2014: 97), señala que “la población para los fines de investigación es la serie completa de unidades de análisis con características comunes que se va a investigar”. De tal manera, la población encuestada para esta investigación se obtuvo de la base de datos del INE (2020) sobre la población total del Municipio San Carlos del Estado Cojedes, que asciende a 321.140 habitantes. Así, la población de esta investigación estuvo conformada por los habitantes que residen en la zona Sur de la ciudad de San Carlos de Austria, funcionando como base para el desarrollo de la presente investigación.

3.4.2. Muestra

Para Arias (2012:207) la muestra es parte de un colectivo que corresponde a la población y se considera que “es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible”. En resumen, la muestra es un conjunto de unidades representativas de la población, que selecciona el investigador con la finalidad de examinar y obtener la información precisa; teniendo en cuenta este tamaño poblacional es importante definir un tamaño de muestra adecuado para la encuesta que consta de 18 Ítems.

En este contexto, dado el conocimiento sobre la cantidad total de 321.140 habitantes y basándose en la concepción de que la muestra es un subconjunto definido de la población, se utiliza la fórmula de cálculo poblacional. Partiendo del hecho de que la población del municipio San Carlos, al que pertenece la Zona Sur, es de 321.140 habitantes.

Ahora bien, es importante destacar que se optará por un muestreo aleatorio simple, en la cual los encuestados serán seleccionados completamente al azar de la

población total del grupo objetivo. En este contexto, Palella y Martins (2006, p. 119) indican que: "También hay fórmulas especiales para poblaciones finitas, en las que se introduce un error de estimación calculado sobre la base del tamaño de la población". De esta manera, para poblaciones finitas, el cálculo de la muestra puede realizarse aplicando la fórmula representada en la siguiente ecuación:

$$n = \frac{N}{e^2(N-1)+1}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N = Total del tamaño de la población

e = Error de estimación

Seguidamente, la población en cuestión asciende a 321.140 habitantes que residen en la Zona Sur. Al considerar un error de estimación de 0,09, con el cálculo de la muestra sustituyendo los valores en la fórmula, se obtiene lo siguiente:

$$n = \frac{321.140}{(0,09)^2(321.140-1)+1}$$

$$n = \frac{321.140}{(0,0081)(321.139)+1}$$

$$n = \frac{321.140}{2602,2259} = 123,40$$

$$n \approx 123$$

Como producto de lo anteriormente expuesto, la presente investigación se llevó a cabo con una muestra de 123 habitantes de la zona sur de la ciudad de San Carlos, quienes desempeñan roles tanto de comerciantes como de consumidores en la zona señalada. A estos participantes se les sometió una encuesta conformada por dieciocho (18) preguntas.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Una vez que se ha identificado el problema, se determinan los indicadores teóricos y se diseña la investigación, se procede a preparar las técnicas necesarias para la recolección de datos y los instrumentos adecuados para obtener dicha

información. Por lo tanto, cada tipo de investigación necesita técnicas específicas y cada técnica define sus propios instrumentos, herramientas o medios a utilizar.

En este mismo orden de ideas, la recolección de datos según Arias (2012), es el “procedimiento o forma particular de obtener datos o información” (p. 67), lo que implica la aplicación de técnicas específicas para obtener dicha información. Por su parte, técnicas predominantes como la observación directa y la encuesta, se ejecutan mediante instrumentos de recolección como fichas, formatos de cuestionarios, guías de entrevistas, etc., (Arias, ob cit:111). Por ello, es esencial guiar este proceso, especificando las fuentes de datos y los métodos de recolección.

3.5.1. Observación directa

La observación es el primer paso en la construcción del conocimiento, puesto que permite acceder a la realidad de forma objetiva. Esta actividad, inherente al ser humano, se ha sistematizado en el método científico como una técnica esencial para recolectar datos relevantes y contrastables. Al respecto, Silva (2014:109) aporta lo siguiente:

La observación directa es la técnica más importante en la investigación científica, por cuanto conecta al investigador con la realidad, es decir, al sujeto con el objeto o problema. Es la inspección que se hace directamente a un fenómeno dentro del medio en que se presenta con el propósito de contemplar todos los aspectos inherentes a su comportamiento y características dentro de ese campo.

En síntesis, la observación directa es una técnica indispensable en la investigación, ya que establece un vínculo profundo entre el investigador y la realidad del fenómeno estudiado. Facilita una inspección minuciosa de todos los aspectos y características del fenómeno en su entorno natural, proporcionando una comprensión exhaustiva y precisa de su comportamiento y contexto. Este proceso implica la definición de los aspectos a observar, la metodología para el registro de datos y los procedimientos para su análisis posterior.

3.5.2. El cuestionario

Para Arias (2012) el cuestionario “es la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas.” (p.74). Asimismo, Palella y Martins (2006) sugieren que “las preguntas han de ser formuladas de manera clara y concisa; pueden ser cerradas, abiertas o semiabiertas procurando que la respuesta no sea ambigua”. (p. 143).

En otras palabras, la claridad y precisión en la formulación de preguntas es crucial por qué; las preguntas son la base sobre la cual se construye todo el proceso investigativo. Cuando las preguntas son claras y concisas, se minimiza la ambigüedad en las respuestas, lo que a su vez permite obtener datos más confiables y significativos.

Desde esta postura, este enfoque no solo se aplica a la investigación académica, sino que también es relevante en la vida cotidiana y en la comunicación efectiva. En cualquier contexto, ya sea en entrevistas, encuestas o incluso en conversaciones informales, formular preguntas de manera clara puede facilitar un diálogo más productivo y enriquecedor.

Además, la distinción entre preguntas cerradas, abiertas y semiabiertas permite a los investigadores adaptar su enfoque según el tipo de información que buscan, por ello, las preguntas cerradas son útiles para obtener datos específicos y cuantificables. Esta flexibilidad en la formulación de preguntas es una herramienta poderosa que puede enriquecer tanto la investigación como la interacción humana en general.

Sobre esta base, el cuestionario es de tipo dicotómico constando de dieciocho (18) interrogantes con alternativas de respuesta (Si) y (No) que se aplica en el lugar donde están registrados los sujetos son parte de la muestra de la investigación, en este caso los habitantes de la Zona Sur de la ciudad de San Carlos, siendo aplicado por los investigadores, por lo que se requiere la validación del mismo por parte de un panel de expertos.

3.6. Validez y confiabilidad del instrumento

3.6.1. Validez

Para determinar la validez de un instrumento, es necesario considerar diversos criterios y modalidades. En este contexto específico, la validación se realizará a través de la validación de juicios de expertos, que busca evaluar en qué medida los ítems del instrumento representan el dominio o universo de contenido de la característica que se desea medir.

La validez de contenido es crucial, ya que asegura que los elementos del instrumento sean relevantes y apropiados para la medición del fenómeno en cuestión. Esto implica que la opinión de expertos en el área es crucial para asegurar

que el instrumento sea adecuado y relevante para el propósito de la investigación.

Al respecto, Palella y Martins (2012:161) indican que:

En la mayoría de los casos se recomienda determinar la validez mediante la técnica del juicio de expertos, que consiste en entregarle a tres, cinco o siete expertos siempre números impares) en la materia objeto de estudio y en metodología y/o instrucción de instrumentos un ejemplar de (los) instrumentos(s) con su respectiva matriz de respuesta acompañada de los objetivos de la investigación, el sistema de variables y una serie de criterios para calificar las preguntas. Los expertos revisan el contenido, la redacción y la pertinencia de cada reactivo, y hacen recomendaciones para que el investigador efectúe las debidas correcciones, en los casos que lo consideren necesario.

En otras palabras, la retroalimentación de expertos no solo ayuda a identificar posibles sesgos en la redacción o en la formulación de preguntas, sino que también puede revelar aspectos del contenido que quizás no se habían considerado inicialmente. Esto fomenta un proceso de mejora continua que es esencial para la investigación de manera rigurosa. Además, la inclusión de criterios claros para calificar las preguntas asegura que la evaluación sea sistemática y transparente, lo que aumenta la confianza en los resultados obtenidos.

3.6.2. Confiabilidad del instrumento de recolección de datos

La confiabilidad de un instrumento de recolección de datos se refiere a la capacidad de dicho instrumento para obtener resultados consistentes y estables a lo largo del tiempo. En otras palabras, si se utiliza el mismo instrumento en las mismas condiciones, debería producir resultados similares o idénticos en diferentes ocasiones. Esto es fundamental para asegurar que los datos recopilados sean coherentes y libres de errores.

La confiabilidad se puede evaluar a través de diferentes métodos, como la prueba y re-prueba, donde se aplica el mismo instrumento a los mismos sujetos en dos momentos diferentes y se comparan los resultados. También se puede medir mediante la consistencia interna, que evalúa si los artículos del instrumento están correlacionados entre sí y miden el mismo constructo. Al respecto, Al respecto, Palella y Martins, (2012:164) definen la confiabilidad como:

La ausencia de error aleatorio en un instrumento de recolección de datos. Representa la influencia del azar en la medida: es decir, es el grado en el que las mediciones están libres de la desviación producida

por los errores causales. Además, la precisión de una medida es la que asegura su repetibilidad (si se repite, siempre da el mismo resultado).

En otras palabras, la confiabilidad es un pilar esencial para la validez de cualquier investigación. Si un instrumento no es confiable, los datos obtenidos pueden estar influenciados por factores aleatorios que distorsionan la realidad, lo que puede llevar a conclusiones erróneas. Esto es relevante en campos donde las decisiones se basan en los resultados de investigaciones y datos empíricos, donde las decisiones políticas y empresariales se basan en análisis de datos económicos y tendencias del mercado, los coeficientes pueden oscilar entre 0 y 1.

Son muchos los procedimientos que existen para su cálculo y todos usan fórmulas que producen un coeficiente de confiabilidad, en este caso se determinó a través del coeficiente de confiabilidad de consistencia interna, el cual permite determinar el grado en que los ítems de la encuesta están relacionados entre sí. De tal forma que los criterios de decisión para la confiabilidad de un instrumento son presentados por Palella y Martins (2012:169).

Tabla. 3. Criterios de decisión para la confiabilidad de un instrumento.

Rango	Confiabilidad (Dimensión)
0,81 - 1	Muy alta
0,61 – 0.80	Alta
0,41 -0,60	Media*
0,21 -0,40	Baja*
0 – 0,20	Muy baja*

* Se sugiere repetir la validación del instrumento puesto que es recomendable que el resultado sea mayor o igual a 0,61

Fuente: Palella, S. y Martins, F. (2012:169).

Ahora bien, para el cálculo del coeficiente de consistencia interna del instrumento se emplea la fórmula de Kuder y Richardson (1937), dado que la misma está formulada bajo un modelo, que permite estimar la confiabilidad de la consistencia interna de una prueba de tipo dicotómica, siendo conocida como fórmula K20; y se representa de la siguiente manera:

$$KR - 20 = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum p_i q_i}{\sigma^2} \right)$$

Donde

K20= coeficiente de confiabilidad.

n = número de encuestados.

S_i^2 = varianza total de la prueba.

$\sum P * Q$ = sumatoria de la varianza individual de los ítems.

Sustituyendo, los valores en la fórmula se tiene los siguientes resultados:

$$K20 = 1,0588 \left[1 - \left(\frac{1,73}{5,22004} \right) \right]$$

$$K20 = 1,0588 *(0,6685849150581222) = 0,7078977080635398$$

K20= \approx 0.71; siendo una confiabilidad Alta

3.7. Técnica de procesamiento y análisis de datos

Definitivamente, una vez que se ha aplicado la encuesta, se organizan las respuestas obtenidas; ya que es mediante el análisis estadístico se infieren las relaciones entre las variables que permiten el análisis de los datos en función del problema trazado, para su posterior conclusión. De manera que, una vez concluida la tarea de tabulación de los resultados, mediante frecuencias absolutas y relativas, se describen los datos y se realiza el posterior análisis en función de la representación de estos.

Todo ello, permite convertir los datos en hallazgos y conclusiones. Al respecto, Hernández, Fernández, y Baptista (2010), consideran que “un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir.” (p. 217). Es decir, que la distribución de frecuencias se representa en una tabla resumen que muestra los datos agrupados por cada variable con sus respectivas frecuencias.

Es aquí donde se emplean las herramientas propias de la estadística descriptiva, tales como la distribución de frecuencias absolutas y porcentuales; y posteriormente, la presentación de los datos a través de tablas; para su ulterior análisis e interpretación.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

El análisis e interpretación de datos es un proceso iterativo que involucra la exploración, descripción y modelización de la información recopilada. A través de técnicas estadísticas y visualización de datos, buscamos identificar relaciones causales, tendencias y patrones que nos permitan generalizar los resultados y hacer inferencias sobre la población de estudio. De este modo, (Silva, 2014) asegura lo siguiente:

Una vez concluido el proceso de recaudación de información, tenemos un conjunto de datos crudos, conocidos también como información bruta, que es necesario tabular o sintetizar; es decir, reunirla, clasificarla, organizarla y presentarla en cuadros estadísticos, gráficas o relaciones de datos con la finalidad de facilitar su análisis e interpretación. (p.118)

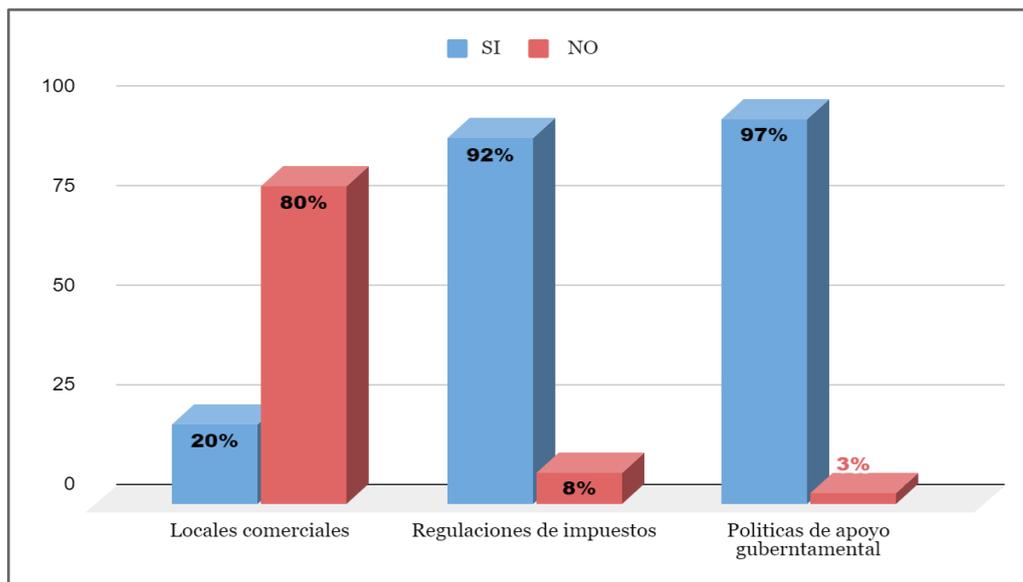
En esencia, el análisis de datos es un proceso que va más allá de la simple recopilación de información. Implica la aplicación de técnicas estadísticas para explorar, describir y modelar los datos. La interpretación, por su parte, es la fase en la que se otorga sentido a los resultados obtenidos. Se trata de conectar los hallazgos con el marco teórico de la investigación y de extraer conclusiones que puedan generalizarse a una población más amplia.

En este mismo orden de ideas, se comprende que analizar e interpretar datos requiere una combinación de habilidades técnicas y pensamiento crítico. Por lo que, los investigadores deberán seleccionar las herramientas estadísticas adecuadas y, posteriormente, traducir los resultados en conclusiones sólidas y comprensibles. Sin más preámbulo, se presenta el siguiente análisis e interpretación de los resultados obtenidos:

Tabla 4. Variable: Desarrollo Comercial. Dimensión: Entorno comercial y Político.

Nº	Indicador	Respuestas		Total	%		Total %
		SI	NO		SI	NO	
1	Locales Comerciales	25	98	123	20	80	100
2	Regulaciones de impuestos	113	10	123	92	8	100
3	Políticas de apoyo.	119	4	123	97	3	100

Fuente: Jiménez, Linares y Pérez (2025).



Análisis gráfica 1. Variable: Desarrollo Comercial. Dimensión: Entorno comercial y Político. Con respecto a la distribución de frecuencia en la variable de Desarrollo Comercial, se observa de manera clara y contundente la percepción y necesidades de los habitantes de la zona sur de la ciudad de San Carlos respecto al desarrollo comercial y las políticas públicas necesarias para fortalecer la economía local.

En primer lugar, es evidente que la mayoría de los encuestados (80%) considera que los locales comerciales en la zona no son suficientes. Esto deja ver una carencia de infraestructura comercial adecuada para satisfacer las demandas de la población, lo cual podría estar limitando tanto el acceso a bienes y servicios como la generación de empleo.

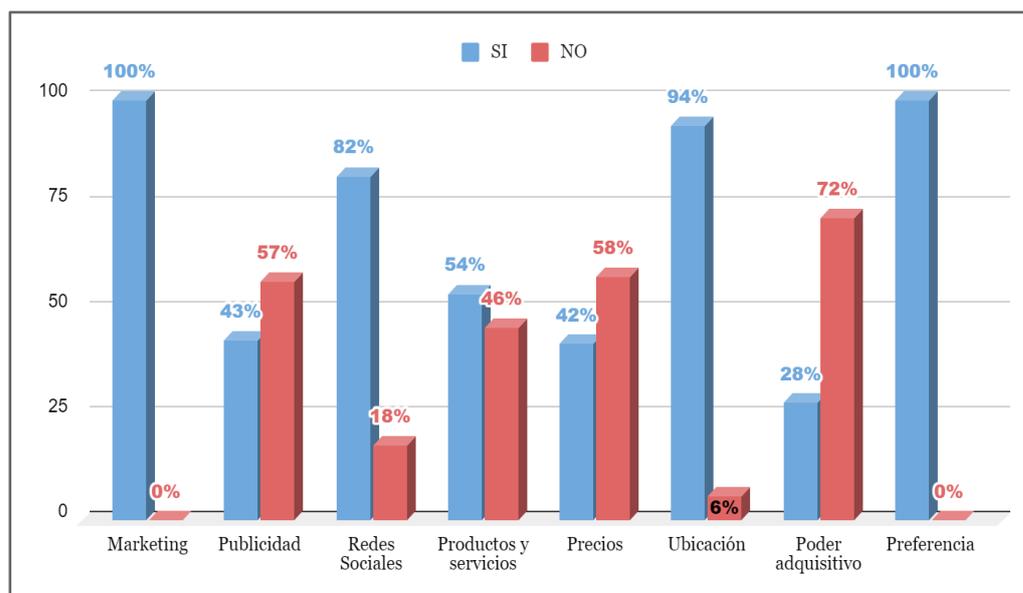
Además, el 92% de los encuestados percibe que las regulaciones de impuestos actuales afectan considerablemente a los comerciantes. Esto indica que la carga impositiva puede estar desalentando el emprendimiento y la sostenibilidad de los pequeños negocios, lo que a su vez contribuye a la fragmentación y falta de organización en la estructura comercial de la zona.

Asimismo, un abrumador 97% de los encuestados cree que se deberían aplicar políticas de apoyo gubernamental para los comerciantes locales. Esta respuesta demuestra un fuerte consenso sobre la necesidad de intervención por parte de las autoridades para proporcionar un entorno más favorable para el comercio.

Tabla 5. Variable: Desarrollo Comercial. Dimensión: Análisis de Mercado.

N°	Indicador	Respuestas		Total	%		Total %
		SI	NO		SI	NO	
4	Marketing	123	0	123	100	0	100
5	Publicidad	53	70	123	43	57	100
6	Redes Sociales	101	22	123	82	18	100
7	Productos y servicios	66	57	123	54	46	100
8	Precios	52	71	123	42	58	100
9	Ubicación	116	7	123	94	6	100
10	Poder adquisitivo	34	89	123	28	72	100
11	Preferencia	123	0	123	100	0	100

Fuente: Jiménez, Linares y Pérez (2025).



Análisis gráfica 2. Variable: Desarrollo Comercial. Dimensión: Análisis de Mercado. En este apartado, los datos recopilados ofrecen una visión clara de las percepciones y necesidades de los habitantes de la zona sur de San Carlos. Por lo que, es evidente que el 100% de los encuestados consideran necesario que los locales comerciales implementen estrategias de marketing, y que las preferencias de los consumidores son esenciales para el desarrollo de nuevos establecimientos comerciales.

Este resultado subraya la importancia de aplicar técnicas de marketing efectivas para la implementación de estrategias basadas en el estudio de los intereses y comportamientos de compra de los consumidores, lo cual es clave para consolidar relaciones con clientes potenciales, mediante el desarrollo de campañas

de promoción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades y deseos de los mismos.

Por otro lado, los resultados muestran una división significativa en la efectividad de la publicidad de tipo tradicional como radio, folletos y vallas publicitarias. Pues la mayoría de los encuestados (57%) indican que, aunque la publicidad tradicional aún tiene relevancia, existe una percepción creciente de que puede no ser tan efectiva como otras formas de promoción. Por lo tanto, este dato invita a reconsiderar y diversificar las estrategias publicitarias, explorando métodos más innovadores y adaptados a las tendencias actuales de consumo.

Ahora bien, la utilización de redes sociales para informarse sobre productos y servicios locales arrojan una alta tendencia, con un 82% de los encuestados afirmando su uso. Esto realza la importancia de una presencia activa en estas plataformas para los comerciantes locales, comprendiendo que las redes sociales no solo son una herramienta de promoción, sino también un canal directo de comunicación y retroalimentación con los consumidores.

Seguidamente, la satisfacción con la variedad de productos y servicios ofrecidos en los locales comerciales de la zona sur tiene un margen de mejora, ya que un 46% de los encuestados no está satisfecho. Tal percepción puede guiar el diseño de estrategias para diversificar y mejorar la oferta, adaptándose mejor a las demandas del mercado y aumentando así la competitividad local.

En cuanto a la percepción de los precios, un 58% considera que no son justos, lo que podría afectar negativamente la disposición de los consumidores a comprar localmente. Esto motiva la necesidad de revisar las políticas de precios, buscando un equilibrio que beneficie tanto a los comerciantes como a los consumidores.

En concordancia, la ubicación de los locales comerciales es también un componente crucial en la decisión de compra, con un 94% de los encuestados afirmando su influencia. La ubicación recuerda que una planificación estratégica de la localización puede maximizar el flujo de clientes y mejorar así el rendimiento de los negocios.

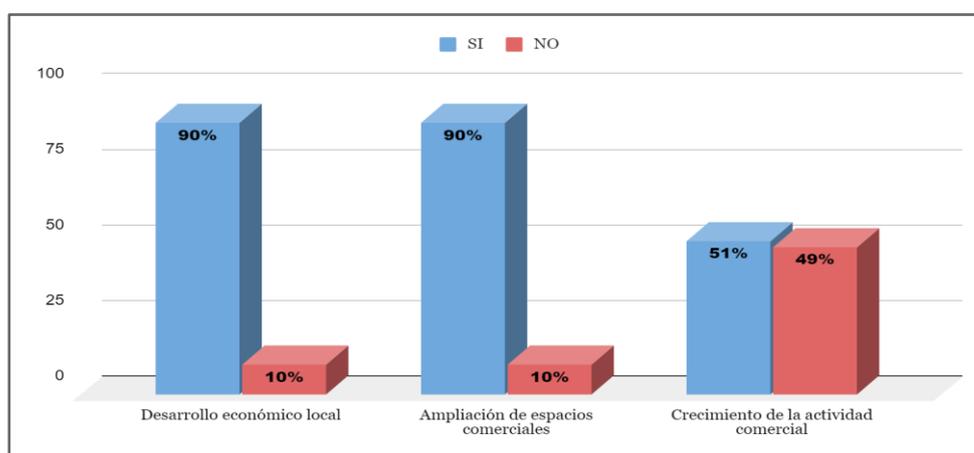
Finalmente, el 72% de los encuestados cree que el poder adquisitivo de los consumidores ha disminuido en los últimos años, lo que sugiere que las estrategias comerciales deben adaptarse a las condiciones económicas locales. Lo que conduce,

nuevamente, al desarrollo de estrategias que se alineen con la realidad económica de la población, ofreciendo alternativas accesibles y atractivas.

Tabla 6. Variable: Plan Estratégico. Dimensión: Objetivos.

N°	Indicador	Respuestas		Total	%		Total %
		SI	NO		SI	NO	
12	Espacios con disponibilidad comercial	111	12	123	90	10	100
13	Ampliación de espacios comerciales.	111	12	123	90	10	100
14	Crecimiento de actividad comercial.	63	60	123	51	49	100

Fuente: Jiménez, Linares y Pérez (2025).



Análisis gráfica 3. Variable: Plan Estratégico. Dimensión: Objetivos.

Dentro del marco del plan estratégico para el desarrollo comercial de la zona sur de San Carlos, uno de los objetivos específicos es impulsar la ocupación de espacios comerciales como motor del desarrollo económico local. El hecho de que el 90% de los encuestados están de acuerdo con que esta ocupación contribuye al desarrollo económico subraya la validez de esta estrategia. Este apoyo generalizado refuerza la necesidad de continuar promoviendo la ocupación de estos espacios, aprovechando las oportunidades que generan para el crecimiento sostenible y la mejora de la calidad de vida en la comunidad. La implementación de acciones que faciliten el acceso y la ocupación de estos espacios debe ser prioritaria para asegurar el cumplimiento de los objetivos del plan estratégico.

Ahora bien, el Plan Estratégico también se enfoca en crear un entorno comercial que sea atractivo y multifuncional. Esto se respalda gracias a que una

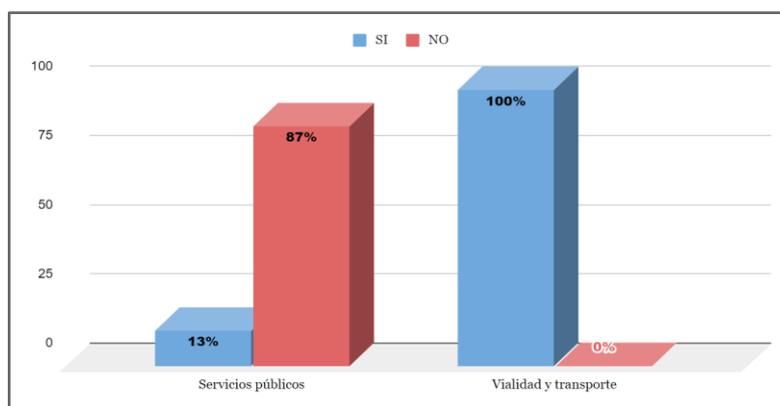
gran mayoría de los encuestados (90%) apoya la idea de incluir áreas recreativas en la ampliación de espacios comerciales. Este dato resalta la necesidad de crear un entorno más atractivo y multifuncional, que no solo promueva el comercio, sino también mejore la calidad de vida de los residentes y fomente la cohesión comunitaria.

Por último, la ligera mayoría (51%) que percibe un crecimiento de actividad comercial sugiere que puede haber indicios de expansión comercial en la zona sur. Esto podría manifestarse en la apertura de nuevos negocios, aumento de la oferta de productos y servicios, o mayor afluencia de clientes. Sin embargo, es visible que un 49% no percibe este crecimiento, lo que indica que éste no es un fenómeno generalizado o fácilmente perceptible para todos los habitantes de la zona. Supeditado a ello, se interpreta que podría haber factores que limitan el crecimiento, como la situación económica general, la competencia, o la falta de inversión.

Tabla 7. Variable: Plan Estratégico. Dimensión: Infraestructura Urbana.

N°	Indicador	Respuestas		Total	%		Total %
		SI	NO		SI	NO	
15	Servicios Públicos.	16	107	123	13	87	100
16	Vialidad y transporte.	123	00	123	100	0	100

Fuente: Jiménez, Linares y Pérez (2025).



Análisis gráfica 4. Variable: Plan Estratégico. Dimensión: Infraestructura urbana. Se observa que es necesario contar con una infraestructura urbana adecuada que soporte el crecimiento comercial. Puesto que, los resultados demuestran que solo el 13% de los encuestados considera que los servicios públicos en la zona sur son adecuados para apoyar el comercio local,

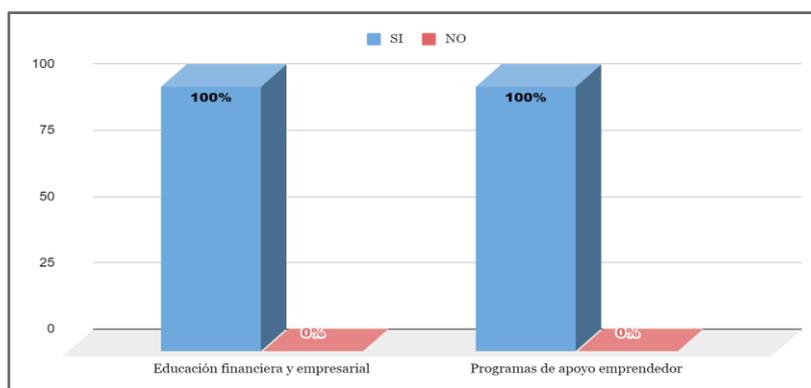
mientras que el 87% no lo cree así. Esto evidencia una carencia en la infraestructura de servicios públicos, y cuya problemática, no es ajena a la situación general en Venezuela, donde las fallas en el servicio eléctrico, por ejemplo, son denunciadas a diario. San Carlos, y específicamente la Zona Sur, no son la excepción de este padecimiento.

Por otra parte, el 100% de los encuestados consideran que la vialidad y el transporte facilitan el acceso a los locales comerciales, siendo así un resultado positivo. Esto sugiere que la infraestructura vial y de transporte existente cumple efectivamente con su objetivo de facilitar el acceso a las áreas comerciales, lo cual es propicio para el dinamismo económico y la accesibilidad de los consumidores. Sin embargo, es importante que se mantenga y se mejore continuamente esta infraestructura para asegurar que siga siendo adecuada ante un posible crecimiento en la demanda y el tráfico.

Tabla 8. Variable: Plan Estratégico. Dimensión: Capacitación.

N°	Indicador	Respuestas		Total	%		Total %
		SI	NO		SI	NO	
17	Educación financiera y empresarial.	123	0	123	100	0	100
18	Apoyo emprendedor.	123	0	123	100	0	100

Fuente: Jiménez, Linares y Pérez (2025).



Análisis gráfica 5. Variable: Plan Estratégico. Dimensión: Capacitación. El análisis de los datos recabados permite afirmar que la educación financiera y empresarial emerge como motor del desarrollo económico. La valoración unánime (100%) de los encuestados respecto a esta temática pone de manifiesto la necesidad de invertir en programas de capacitación continuos. De esta

manera, se sentarán las bases para fomentar un ecosistema empresarial más sólido y resiliente, capaz de generar valor a largo plazo y contribuir al bienestar de la comunidad.

Asimismo, esta totalidad de los resultados refuerza la hipótesis de que la implementación de programas de capacitación especializada resulta indispensable, ya que pueden fortalecer el tejido empresarial local, dotando tanto a comerciantes como a consumidores de las herramientas necesarias para tomar decisiones financieras informadas y optimizar el desempeño de sus negocios. Lo que, a su vez, subraya la necesidad de fomentar el espíritu emprendedor y apoyar a los nuevos negocios en su desarrollo, es decir, el 100% de los encuestados también alegan positivamente en la implementación de programas de apoyo emprendedor en la Zona Sur de la ciudad de San Carlos.

En conclusión, el plan estratégico para el desarrollo comercial en la Zona Sur demuestra ser un marco sólido para abordar estos desafíos y oportunidades evidenciados en los resultados analizados. La alta aprobación para impulsar la ocupación de espacios comerciales y crear entornos multifuncionales subraya la importancia de este plan. Además, la necesidad de educación financiera y empresarial, junto con programas de apoyo al emprendimiento, es vital para construir una base sólida de conocimiento y habilidades que respalden el crecimiento económico sostenible y un entorno más productivo, competitivo y renovado.

CAPÍTULO V

5. LA PROPUESTA

TÍTULO: PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO COMERCIAL DE LA ZONA SUR DE LA CIUDAD DE SAN CARLOS, ESTADO COJEDES: FOMENTANDO EL CRECIMIENTO ECONÓMICO LOCAL.

5.1. Presentación

Con la propuesta denominada plan estratégico para el desarrollo comercial de la zona sur de San Carlos: Fomentando el crecimiento económico local; se busca no solo aumentar la competitividad y la productividad de las empresas locales, sino también asegurar que el desarrollo económico beneficie a toda la comunidad, promoviendo un entorno que fomente el bienestar social. La estrategia se enfocará en la colaboración entre actores locales, la implementación de iniciativas económicas y el fortalecimiento de la infraestructura comercial, con el fin de crear un ecosistema económico resiliente.

Indiscutiblemente, se plantea que las autoridades locales son fundamentales para la implementación de políticas y regulaciones que faciliten el desarrollo económico; siendo este un apoyo articulado esencial para la creación de un entorno favorable para las empresas; dado que, los empresarios y emprendedores son actores clave, responsables de la generación de empleo y la producción de bienes y servicios. Su participación activa en la capacitación y en redes colaborativas es vital para el éxito de la estrategia.

Por otro lado, se requerirán recursos, conocimientos y programas de capacitación con el fin de fomentar la inclusión social y el desarrollo en la comunidad, es allí donde las universidades y centros de formación técnica pueden colaborar en la capacitación empresarial y en la investigación, aportando conocimientos que beneficien a los emprendedores locales. Además de integrar los intereses de la comunidad, ya que es esencial para fomentar la participación ciudadana y asegurar que las iniciativas respondan a las necesidades locales.

Ahora bien, sin las instituciones bancarias y sus políticas crediticias no se logra articular el eje financiero, que es importante para proporcionar financiamiento a emprendedores y pequeñas empresas, lo que les permite crecer y expandirse. Es

así como se fomentará un desarrollo económico que no solo sea competitivo, sino que también beneficie a toda la comunidad y promoviendo el bienestar social.

5.2. Objetivos de la propuesta

5.2.1. Objetivo general

Desarrollar un plan estratégico para el desarrollo comercial de la zona sur de la ciudad de San Carlos, estado Cojedes: Fomentando el crecimiento económico local; mediante la promoción de prácticas comerciales responsables, la diversificación de la economía local y la inclusión social.

5.2.2. Objetivos específicos

1. Evaluar el potencial comercial de la zona sur de la ciudad de San Carlos.
2. Fomentar la capacitación empresarial mediante programas de capacitación para emprendedores y pequeñas empresas en áreas como gestión financiera, marketing digital y formalidades legales.
3. Establecer alianzas mediante redes colaborativas entre empresas locales, instituciones gubernamentales y entidades bancarias para el desarrollo comercial integral de la zona sur de San Carlos.
4. Promover el desarrollo de infraestructura comercial mejorando la construcción de locales en la zona sur de San Carlos, incluyendo mercados, centros de distribución y espacios públicos, para facilitar el comercio y la interacción comunitaria.
5. Establecer una estructura de monitoreo y evaluación para medir el impacto de las iniciativas implementadas y ajustar la estrategia según sea necesario.

5.3. Misión y Visión de la Propuesta

5.3.1 Misión

Fomentar el crecimiento económico y equitativo en la zona sur de San Carlos, impulsando la competitividad de las empresas locales mediante una estrategia comercial integral que promueva la colaboración entre actores clave, el desarrollo de iniciativas económicas innovadoras y el fortalecimiento de la infraestructura comercial.

5.3.2. Visión

Consolidar un ecosistema económico resiliente en la zona sur de San Carlos, donde los comercios locales sean líderes en productividad y competitividad,

generando empleo y bienestar social para toda la comunidad, en un entorno que promueva la inclusión social.

5.4. Ubicación Geográfica

La propuesta para el “Plan estratégico para el desarrollo comercial de la Zona Sur de San Carlos, Estado Cojedes” se sitúa en la región sur de San Carlos, capital del municipio San Carlos en el estado Cojedes, Venezuela. Esta área se caracteriza por su diversidad geográfica y su potencial económico, lo que la convierte en un lugar estratégico para el desarrollo de iniciativas comerciales.

5.4.1. Coordenadas de ubicación

San Carlos se encuentra aproximadamente en las coordenadas 9.75° N de latitud y 68.55° W de longitud.



Figura 1: Zona Sur de San Carlos Estado Cojedes.

Fuente: Google Maps (2025).

5.5. Accesibilidad

La zona sur de San Carlos está conectada por importantes vías de transporte como la troncal 5, y esencialmente por la Av. Rómulo Betancourt, sector Aeropuerto, y la arteria vial 25 de mayo; que facilitan el acceso a la Zona sur y a otras regiones del estado y del país, lo que es crucial para el comercio y la logística.

5.6. Contexto Económico

La ubicación geográfica de San Carlos permite la interacción con diversas comunidades y mercados, lo que es fundamental para la implementación de la

estrategia comercial. La propuesta busca aprovechar esta ubicación para fomentar el crecimiento económico local, promoviendo la colaboración entre los actores locales y la diversificación de la economía.

5.7. Fases del Plan

El plan estratégico para el desarrollo comercial de la zona sur de la ciudad de San Carlos se estructura en cinco fases interdependientes, cada una diseñada para abordar aspectos críticos del crecimiento económico y la mejora de la calidad de vida en la comunidad.

5.7.1. Fase I. Evaluar el potencial comercial de la zona sur de la ciudad de San Carlos

Para evaluar el potencial comercial de la zona sur de la ciudad de San Carlos se debe efectuar un análisis situacional de los espacios geográficos con disponibilidad comercial para su posterior caracterización. De este modo, primeramente se realizó un análisis exhaustivo del principal corredor vial de la zona, el cual consistió en la identificación, ubicación y evaluación estratégica de los espacios disponibles para el incremento de la actividad comercial, considerando factores como:

- a. Ubicación: Se identificaron los locales y terrenos con potencial para el desarrollo de actividades comerciales, registrando su ubicación geográfica.
- b. Infraestructura: Se evaluó el estado de la infraestructura existente en los espacios identificados, incluyendo elementos relevantes como la accesibilidad, la conectividad y la movilidad vial.
- c. Características de los espacios: Se analizaron las dimensiones, distribución y características físicas de los espacios disponibles, así como su potencial para diferentes tipos de comercio.
- d. Entorno: Se estudió el entorno urbanístico de los espacios identificados, incluyendo la presencia de otros comercios y la dinámica comercial de la zona.

De esta manera, una vez identificados y evaluados los espacios con potencialidad comercial en el principal corredor vial de la Zona Sur de San Carlos, se llevó a cabo una caracterización exhaustiva de cada uno. Este proceso consistió en la descripción detallada de locales y terrenos disponibles, captados mediante

herramientas cartográficas digitales de dominio público como Google Maps, cuya plataforma facilitó la tarea de geolocalizar estos espacios con el fin de que puedan ser aprovechados para actividades comerciales en el área.

Por consiguiente, se tomó en cuenta diversos aspectos, tales como la dirección precisa de cada espacio, medida de las dimensiones, proximidad a vías principales y otros puntos de interés, así como el entorno inmediato de cada espacio, incluyendo la presencia de otros comercios activos y la dinámica comercial de la zona, y por último, se evaluó el potencial de estos espacios para cada tipo de comercio, considerando elementos estratégicos como la visibilidad, el flujo de personas y la adaptabilidad a diversas actividades comerciales.

En síntesis, el propósito es ofrecer una visión clara y completa de las opciones disponibles, facilitando la toma de decisiones informadas por parte de los potenciales interesados en establecer sus negocios en esta zona. Esta caracterización permitirá una mejor planificación y aprovechamiento de los espacios, promoviendo un desarrollo comercial ordenado y sostenible en el área en cuestión. La información obtenida servirá como una guía valiosa para los futuros empresarios o comerciantes, emprendedores y autoridades locales en la implementación de estrategias comerciales efectivas.

Sin más preámbulos, a continuación, se presentan los espacios y terrenos identificados, con potencial para el desarrollo comercial de la zona, en beneficio de la comunidad local.

A. Primer espacio localizado



Figura 2: Localización del primer espacio. Zona Sur, San Carlos. Edo. Cojedes.

Fuente: Google Maps (2025).

Descripción del espacio

- Tipo de espacio: Terreno con amplitud.
- Dirección: Av. 25 de mayo y Av. Rómulo Betancourt, sector Aeropuerto y Samanes. Frente la Iglesia Virgen del Rosario y al lado de Protección Civil de San Carlos, diagonal con el C.D.I del Aeropuerto y calle Bolívar.
- Coordenadas: Grados decimales (DD) 9.651781271514174, -68.57568588169673.
- Dimensiones: Alberga una medida superficial de 4.442mt².
- Entorno: Alrededor del espacio se ubica una parada de transporte y cuenta con la presencia de locales comerciales activos, instituciones educativas, urbanizaciones cercanas y cuenta con diferentes vías de tránsito centrales que la caracterizan por un flujo constante de movilidad.
- Potencialidad: Por su tamaño y estructura inconclusa ofrece una gran oportunidad para desarrollar un proyecto comercial a medida, adaptado a las necesidades del mercado local y con excelente visibilidad vial.

B. Segundo espacio localizado.



Figura 3: Localización del segundo espacio. Zona Sur, San Carlos. Edo. Cojedes.

Fuente: Google Maps (2025).

Descripción del espacio

- Tipo de espacio: Locales desocupados y edificación en construcción.
- Dirección: Av. 25 de mayo, sector Los Samanes. Frente al Colegio Diocesano Mons. Francisco Miguel Seijas.

- Coordenadas: Grados decimales (DD) 9.651434873238292, - 68.57534524260937.
- Dimensiones: Alberga una medida superficial de 3.052 mt².
- Entorno: Alrededor de estos espacios se encuentran locales comerciales activos, instituciones educativas y urbanizaciones cercanas, conectándose a través de la principal Av. 25 de mayo, que dirige hacia las demás urbanizaciones que conforman el tejido urbanístico de la zona.
- Potencialidad: Estos espacios pueden ser aprovechados por su ubicación estratégica en la vía principal, que garantiza alta visibilidad y fácil acceso para potenciales clientes. Además, contar con locales activos cerca potencia su atractivo, facilitando sinergias comerciales y contribuyendo al desarrollo económico de la zona.

C. Tercer espacio localizado



Figura 4: Localización del tercer espacio. Zona Sur, San Carlos. Edo. Cojedes.
Fuente: Google Maps (2025).

Descripción del espacio

- Tipo de espacio: Locales desocupados.
- Dirección: Av. 25 de mayo, frente al sector Los Samanes y a pocos metros de la Urb. La Unión.
- Coordenadas: Grados decimales (DD) 9.64951777537961, - 68.5731833894484.

- Dimensiones: Alberga una medida superficial de 12.142 mt².
- Entorno: Estos locales disponibles se encuentran en la misma hilera de otros locales comerciales activos que ofrecen diferentes tipos de bienes y servicios.
- Potencialidad: Este lugar cuenta con excelente visibilidad, concurrido y compuesto de locales comerciales activos que mantienen una fluida actividad comercial. También posee locales desocupados con construcción y galpón que pueden alojar franquicias de cadenas comerciales en la localidad.

D. Cuarto espacio localizado



Figura 5: Localización del cuarto espacio. Zona Sur, San Carlos. Edo. Cojedes.

Fuente: Google Maps (2025).

Descripción del espacio

- Tipo de espacio: Terreno.
- Dirección: Urb. NEC Hugo Chávez. Av. 25 de mayo, frente a la Urb. Herrereña.
- Coordenadas: Grados decimales (DD) 9.647256937081737, -68.56959325893064.
- Dimensiones: Alberga una medida superficial de 1.421mt².

- Entorno: El terreno localizado es despejado, posee amplitud y visibilidad ante la vía principal de la zona. Suele ser concurrido por el paso peatonal de los residentes cercanos.
- Potencialidad: Con un espacio amplio y accesible, este terreno es ideal para un mercado municipal que impulse el desarrollo local. Su potencial para albergar diversos negocios y servicios, sumado a la promoción de la formalización del comercio, lo convierte en una inversión estratégica para las autoridades que buscan empoderar a emprendedores y dinamizar la economía comunitaria de manera segura y regulada.

E. Quinto espacio localizado



Figura 6: Localización del quinto espacio. Zona Sur, San Carlos. Edo. Cojedes.
Fuente: Google Maps (2025).

Descripción del espacio

- Tipo de espacio: Terreno con amplitud, locales desocupados y edificación en construcción.
- Dirección: Av. 25 de mayo, frente a las Tres Torres, diagonal con la Iglesia Virgen del Carmen.
- Coordenadas: Grados decimales (DD) 9.643274612604365, -68.56314390554876.
- Dimensiones: Alberga una medida superficial de 3.124 mt².
- Entorno: Este lote de terreno se encuentra entre locales comerciales tanto inactivos como activos, estos últimos incluyen negocios de diversos rubros.

El terreno tiene acceso directo por la Av. 25 de mayo, que lo conecta con destacadas urbanizaciones como Monseñor Padilla, Complejo Ezequiel Zamora y Villas del Sur. Además, cuenta con una parada de transporte público justo enfrente.

- **Potencialidad:** Este espacio presenta una gran oportunidad para el desarrollo comercial, gracias a sus terrenos disponibles que ofrecen un lienzo en blanco para la construcción y expansión de nuevos negocios. Incluso, la presencia tanto de locales inactivos como en funcionamiento crea un ambiente dinámico que fomenta la colaboración y la competitividad comercial sana.

F. Sexto espacio localizado.



Figura 7: Localización del sexto espacio. Zona Sur, San Carlos. Edo. Cojedes. Fuente: Google Maps (2025).

Descripción del espacio localizado

- **Tipo de espacio:** Terreno.
- **Dirección:** A orilla de la Av. Principal que conduce a las urbanizaciones adyacentes como el Complejo Habitacional Ezequiel Zamora, Monseñor Padilla y Villas del Sur.
- **Coordenadas:** Grados decimales (DD) 9.64369833724807, - 68.56047092144584.
- **Dimensiones:** Alberga una medida superficial de 6.240 mt².
- **Entorno:** A pocos metros se encuentran locales dedicados a la comercialización de comida rápida, autolavado y entretenimiento nocturno. Suele ser concurrido por el paso peatonal de las comunidades aledañas.

- **Potencialidad:** Este terreno amplio y despejado ofrece una oportunidad excepcional, gracias a su generoso espacio permite la construcción de un restaurante, supermercado o complejo recreativo, con un diseño que optimice el espacio y ofrezca servicios de calidad a los usuarios.

Tabla. 9. Plan de acción estratégico para el desarrollo comercial de la Zona Sur de San Carlos, estado Cojedes.

Fase	Objetivo específico	Áreas estratégicas	Meta	Actividades
I	Evaluar el potencial comercial de la zona sur de la ciudad de San Carlos.	Locales desocupados y terrenos disponibles.	Atraer inversiones y fomentar la creación de nuevos negocios en la zona sur de la ciudad de San Carlos.	Análisis situacional y caracterización de los espacios como locales y terrenos disponibles que puedan ser utilizados para la actividad comercial.

Fuente: Jiménez, Linares y Pérez (2025).

5.7.2. Fase II. Fomentar la capacitación empresarial mediante programas de capacitación para emprendedores y pequeñas empresas.

Un programa de fomento de la capacitación empresarial se concibe como una iniciativa estratégica e integral, cuyo propósito central radica en robustecer el ecosistema emprendedor y empresarial. Esta iniciativa se articula a través del y la transferencia de conocimientos para el éxito de los negocios. desarrollo de habilidades

Los programas de esta índole estructuran su oferta formativa en torno a disciplinas como gestión, finanzas, marketing, ventas y aspectos legales, entre otras áreas de relevancia. Un elemento distintivo de estos programas es su capacidad de adaptación a las necesidades específicas que presentan emprendedores y empresas de diversos tamaños y sectores, garantizando de esta manera su pertinencia y eficacia.

En la consecución de los objetivos planteados, la colaboración entre diversos actores es fundamental para la capacitación empresarial. El gobierno, a través de políticas públicas e incentivos, las organizaciones empresariales, mediante el diseño e implementación de programas, las instituciones educativas, ofreciendo capacitación de calidad, y los emprendedores y empresarios, participando activamente en el proceso, son actores clave. La colaboración entre todos ellos permite crear programas más efectivos y adaptados a las necesidades reales del

sector empresarial, fortaleciendo el ecosistema emprendedor e impulsando el desarrollo económico y la generación de empleo.

Programa: Emprende Sur.

Se propone que para impulsar el desarrollo económico y fortalecer el tejido empresarial en la zona sur de San Carlos, la Cámara de Comercio de San Carlos, en colaboración con la Alcaldía y con el apoyo de universidades locales, implementen el programa "Emprende Sur". Esta iniciativa integral busca dotar a emprendedores locales y comerciantes las herramientas y conocimientos necesarios para gestionar sus negocios de manera eficiente y competitiva.

El programa "Emprende Sur" se estructura en torno a tres ejes fundamentales: Gestión Financiera, Marketing Digital y Formalidades Legales. Cada eje comprende una serie de talleres prácticos y dinámicos, diseñados para abordar las necesidades específicas de los emprendedores y comerciantes de la zona sur de la ciudad de San Carlos.

Eje 1: Gestión Financiera para Emprendedores y Comerciantes.

Este eje se centra en brindar a los participantes las habilidades y conocimientos esenciales para administrar las finanzas de sus negocios de manera efectiva. Los talleres abarcan temas como:

- **El ABC de las finanzas para mi negocio:** Introducción a conceptos financieros básicos, como ingresos, gastos, flujo de caja y estados financieros.
- **Control de gastos y elaboración de presupuestos:** Técnicas para registrar y controlar gastos, elaboración de presupuestos realistas y seguimiento de su cumplimiento.
- **Análisis de rentabilidad y fijación de precios:** Métodos para calcular la rentabilidad de productos o servicios, estrategias para fijar precios competitivos y rentables.
- **Acceso a financiamiento para emprendedores:** Opciones de financiamiento disponibles para emprendedores, cómo preparar una solicitud de crédito y evaluación de riesgos financieros.

Eje 2: Marketing Digital para Negocios Locales.

Este eje tiene como objetivo capacitar a los participantes en el uso de herramientas y estrategias de marketing digital para promocionar sus negocios, atraer clientes y aumentar sus ventas en el entorno digital. Los talleres cubren temas como:

- **Creación de una identidad digital para mi negocio:** Diseño de un logotipo, creación de perfiles en redes sociales y desarrollo de una estrategia de comunicación online.
- **Marketing en redes sociales para principiantes:** Introducción a las principales redes sociales, creación de contenido atractivo y gestión de comunidades online.
- **Publicidad online para negocios locales:** Creación de campañas publicitarias en redes sociales y buscadores, segmentación de audiencias y medición de resultados.

Eje 3: Formalidades Legales para Emprendedores y Comerciantes.

Este eje se enfoca en proporcionar a los participantes conocimientos sobre los aspectos legales y regulatorios que afectan a sus negocios, con el fin de garantizar su cumplimiento y evitar riesgos legales. Incluye temas como:

- **Constitución de mi empresa en Venezuela:** Trámites legales para registrar una empresa, tipos de empresas y obligaciones legales.
- **Contratos mercantiles básicos:** Elaboración y revisión de contratos de compraventa, arrendamiento y prestación de servicios.
- **Obligaciones tributarias para emprendedores:** Impuestos nacionales y municipales, regímenes tributarios y presentación de declaraciones.

De esta manera, se sugiere que el programa "Emprende Sur" se lleve a cabo en modalidad presencial, con talleres interactivos y prácticos impartidos por expertos en cada materia, incluyendo profesores y estudiantes de las universidades colaboradoras. Al finalizar el programa, los participantes recibirán un certificado de participación y estarán preparados para aplicar los conocimientos adquiridos.

Tabla. 10. Plan de acción estratégico para el desarrollo comercial de la Zona Sur de San Carlos, estado Cojedes.

Fase	Objetivo específico	Áreas estratégicas	Meta	Actividades
II	Fomentar la capacitación empresarial mediante programas de capacitación para emprendedores y pequeñas empresas en áreas como gestión financiera, marketing digital y formalidades legales.	Gestión financiera	Aumentar la competitividad y habilidades de los actores económicos locales.	Talleres y cursos en gestión financiera.
		Marketing Digital		Talleres de Marketing Digital.
		Formalidades legales.		Talleres de formalidades legales.

Fuente: Jiménez, Linares y Pérez (2025).

5.7.3. Fase III. Establecer alianzas mediante redes colaborativas y de apoyo entre empresas locales, instituciones gubernamentales y entidades bancarias para el desarrollo comercial

En la zona sur de la ciudad de San Carlos, el desarrollo comercial integral requiere del establecimiento de alianzas mediante redes colaborativas entre empresas locales e instituciones gubernamentales. Esta coalición estratégica permitirá a los comerciantes fortalecer su actividad a través de la asociación en términos de mercancía, saberes y colaboración, sin dejar de lado la sana competencia.

La participación de la Alcaldía de San Carlos es fundamental para el desarrollo comercial, ya que es la encargada de regular las tarifas de las rentas, los impuestos y proporcionar los permisos requeridos a los comerciantes y emprendedores. Asimismo, otorgar financiamiento para comerciantes locales y emprendedores con proyectos productivos, mediante el apoyo de instituciones bancarias públicas o privadas, lo que resulta positivo para que formen historial crediticio y así, otorguen créditos más amplios en el futuro.

De este modo, una alianza sólida entre el sector comercial, entes gubernamentales como la Alcaldía, y entidades bancarias, es primordial para el inicio y el fortalecimiento continuo del desarrollo comercial en la zona.

Tabla. 11. Plan de acción estratégico para el desarrollo comercial de la Zona Sur de San Carlos, estado Cojedes.

Fase	Objetivo específico	Áreas estratégicas	Meta	Actividades
III	Establecer alianzas mediante redes	Empresas locales	Fortalecer el desarrollo	Formar redes de colaboración entre

colaborativas entre empresas locales, instituciones gubernamentales y entidades bancarias para el desarrollo comercial integral para la zona sur de San Carlos.		comercial integral en la zona sur de San Carlos.	empresas locales e instituciones gubernamentales.
	Instituciones gubernamentales		Alianzas y convenios con entidades bancarias para el financiamiento a emprendedores y comerciantes locales.

Fuentes: Jiménez, Linares, Pérez (2025).

5.7.4. Fase IV. Desarrollar la Infraestructura Comercial de la Zona Sur de San Carlos

El desarrollo de la infraestructura comercial en la Zona Sur de San Carlos, mediante la inclusión de mercados y espacios públicos, es una estrategia integral que busca promover el desarrollo económico y social de la zona fortaleciendo el comercio local, la interacción comunitaria y la identidad local, creando puntos de encuentro donde los ciudadanos puedan interactuar, compartir y construir un sentido dinámico que contribuya al bienestar colectivo. De tal manera, se establecen las siguientes estrategias:

5.7.4.1. Ferias y mercados comunitarios

Se propone la organización de ferias y mercados comunitarios como una plataforma para impulsar el comercio local y ofrecer productos frescos, artesanías y otros artículos de producción local. Estos eventos se convertirán en puntos de encuentro para los residentes, fomentando la interacción social y el intercambio cultural. Esta estrategia incluye los siguientes componentes:

Organización

1. **Identificación:** Determinar espacios adecuados en la Zona Sur que sean accesibles, seguros y con suficiente amplitud como plazas, parque u otros terrenos disponibles, para los puestos de venta y áreas comunes.
2. **Convocatoria y registro de vendedores:** Abrir un proceso de inscripción para vendedores locales, artesanos y productores de la región. Establecer criterios claros de participación y asignación de puestos.
3. **Definición de la logística:** Planificar la distribución de los puestos, la disposición de servicios básicos (agua, electricidad, baños), la seguridad, la gestión de residuos y la promoción del evento.
4. **Establecimiento de una calendarización:** Definir la frecuencia de las ferias y mercados (semanal, quincenal, mensual) y los horarios de funcionamiento.

Ejecución

1. **Montaje y organización:** Preparar el espacio, instalar los puestos, asegurar la señalización y difundir el evento a través de medios locales y redes sociales.
2. **Desarrollo de actividades:** Organizar eventos paralelos como presentaciones culturales, talleres, degustaciones gastronómicas o actividades infantiles para atraer a más visitantes.
3. **Gestión y seguimiento:** Supervisar el funcionamiento del mercado, recolectar datos sobre la participación de vendedores y visitantes, y evaluar el impacto del evento en la economía local.

5.7.4.2. Espacios públicos multifuncionales

Además de los mercados, se propone crear espacios públicos multifuncionales que puedan albergar una variedad de actividades comerciales, culturales y recreativas. Estos espacios estarán diseñados para promover la convivencia ciudadana, el esparcimiento y el desarrollo de eventos que dinamicen la vida social y económica de la Zona Sur. De esta manera, la estrategia ilustra los siguientes componentes:

Organización

1. **Estudio de las necesidades:** Realizar un análisis de los tipos de actividades comerciales, culturales y recreativas que son más relevantes para la comunidad de la Zona Sur.
2. **Identificación y delimitación de espacios:** Determinar áreas adecuadas que puedan ser destinadas a estas actividades, considerando ubicación, tamaño, accesibilidad y potencial de uso.
3. **Diseño de los espacios:** Elaborar planos o esquemas que muestren cómo se distribuirán los espacios para cada tipo de actividad, incluyendo áreas de venta, escenarios, zonas de estar, aéreas de recreación infantil, etc.

Ejecución

1. **Adecuación de los espacios:** Realizar trabajos de acondicionamiento y mejora de los espacios delimitados, como la construcción de infraestructura básica (escenarios, baños, iluminación), la instalación de mobiliario urbano (bancos, mesas, papeleras) y la creación de áreas verdes.

2. **Regulación del uso de los espacios:** Establecer normas claras sobre el uso de los espacios, incluyendo horarios, tarifas (si aplica), tipos de actividades permitidas y requisitos para la organización de eventos.
3. **Promoción y difusión:** Dar a conocer los nuevos espacios a la comunidad a través de campañas de comunicación, eventos de inauguración y actividades de difusión.

Tabla. 12. Plan de acción estratégico para el desarrollo comercial de la Zona Sur de San Carlos, estado Cojedes

Fase	Objetivo específico	Áreas estratégicas	Meta	Actividades
IV	Desarrollar la Infraestructura Comercial de la Zona Sur de San Carlos, incluyendo mercados y espacios públicos, para facilitar el comercio y la interacción comunitaria.	Mercados	Facilitar el comercio y la interacción comunitaria.	Organizar ferias y mercados comunitarios.
		Espacios públicos		Delimitar los espacios que pueden ser utilizados para actividades comerciales, eventos culturales y recreativos, lo que promueve la interacción social y el comercio local.

Fuentes: Jiménez, Hernández y Pérez (2025).

5.7.5. Fase V. Establecer una estructura de monitoreo y evaluación para medir el impacto de las iniciativas implementadas

La evaluación debe estar centrada en los objetivos para medir el impacto real de las iniciativas formuladas. A continuación, se presenta una estructura de monitoreo y evaluación organizada por objetivos, incluyendo la planificación de espacios y la designación de equipo de revisión continua como componentes clave:

I. Evaluar el potencial comercial de la zona sur de San Carlos

Indicador clave de desempeño (KPIs)

- a. Número de negocios establecidos en la zona sur.
- b. Volumen de ventas total de los negocios en la zona sur.
- c. Tasa de crecimiento de nuevos negocios en la zona sur.
- d. Inversión privada atraída a la zona sur.
- e. Percepción de la comunidad sobre el potencial comercial de la zona sur.

- f. Disponibilidad y adecuación de espacios para mercados y actividades comerciales.

Métodos de recopilación de datos

- a. Encuestas a hogares y negocios.
- b. Análisis de datos de ventas y registros comerciales.
- c. Estudios de mercado.
- d. Observación directa del flujo de tráfico y la actividad comercial.
- e. Inspección de espacios, encuestas a comerciantes y registro de eventos.

Métodos y visualización de análisis de datos

- a. **Análisis descriptivo:** Calcular promedios, medianas, desviaciones estándar de ventas, número de negocios, etc.; Calcular la frecuencia de respuestas en las encuestas sobre la percepción del potencial comercial; Calcular la disponibilidad y utilización de espacios para mercados y actividades.
- b. **Análisis de tendencias:** Identificar patrones de crecimiento o disminución en el número de negocios y ventas a lo largo del tiempo; Analizar la evolución de la percepción de la comunidad sobre el potencial comercial; Identificar tendencias en la utilización de espacios para mercados y actividades.
- c. **Visualización de datos y resultados:** Crear gráficos de barras y líneas para mostrar la evolución de los indicadores a lo largo del tiempo; Elaborar mapas que muestren la ubicación de los negocios y espacios comerciales; Utilizar gráficos circulares para representar la distribución de respuestas en las encuestas.

II. Fomentar la capacitación empresarial para emprendedores y pequeñas empresas

Indicadores clave de desempeño (KPIs)

- a. Número de emprendedores capacitados.
- b. Número de programas de capacitación ofrecidos.
- c. Tasa de satisfacción de los emprendedores con la capacitación.
- d. Aumento promedio de ingresos de los emprendedores después de la capacitación.

- e. Número de emprendedores que aplican los conocimientos adquiridos en sus negocios.

Métodos de recopilación de datos

- a. Registros de asistencia y participación en los programas.
- b. Encuestas de satisfacción.
- c. Seguimiento del desempeño de los negocios.
- d. Entrevistas con emprendedores y empresarios.

Métodos y visualización de análisis de datos

- a. **Análisis descriptivo:** Calcular tasas de participación, satisfacción, aumento de ingresos, etc.
- b. **Análisis de tendencias:** Analizar la evolución del número de emprendedores.
- c. **Visualización de datos y resultados:** Crear gráficos de barras y líneas para mostrar la evolución de los indicadores a lo largo del tiempo; Utilizar gráficos circulares para representar la distribución de respuestas en las encuestas.

III. Establecer alianzas estratégicas

Indicadores clave de desempeño (KPIs)

- a. Número de alianzas establecidas (empresas, gobierno, entidades bancarias).
- b. Número de proyectos o iniciativas conjuntas desarrolladas.
- c. Nivel de participación y compromiso de los socios.
- d. Impacto de las alianzas en el desarrollo comercial.

Métodos de recopilación de datos

- a. Registros de acuerdos y convenios de colaboración.
- b. Reuniones y encuentros con los socios.
- c. Evaluación conjunta de los proyectos e iniciativas.

Métodos y visualización de análisis de datos

- a. **Análisis descriptivo:** Contar el número de alianzas, proyectos, etc; Calcular la frecuencia de participación de los socios en las actividades.
- b. **Análisis de tendencias:** Analizar la evolución del número de emprendedores.

- c. **Visualización de datos y resultados:** Crear diagramas de red para mostrar las relaciones entre los diferentes actores; Elaborar tablas y gráficos para resumir la información sobre las alianzas y proyectos.

IV. Promover el desarrollo de infraestructura comercial

Indicadores clave de desempeño (KPIs).

- a. Número de nuevos locales comerciales construidos o mejorados.
- b. Inversión total en infraestructura comercial.
- c. Disponibilidad y calidad de espacios públicos en la zona sur.
- d. Nivel de satisfacción de comerciantes y consumidores con la infraestructura.
- e. Número de mercados y actividades realizadas en los espacios designados.

Métodos de recopilación de datos

- a. Registros de permisos de construcción y licencias comerciales.
- b. Inspecciones y evaluaciones de la infraestructura.
- c. Encuestas a comerciantes y consumidores.
- d. Registro de eventos y encuestas a asistentes y comerciantes.

Métodos de recopilación de datos

- a. Registros de acuerdos y convenios de colaboración.
- b. Reuniones y encuentros con los socios.
- c. Evaluación conjunta de los proyectos e iniciativas.

Métodos y visualización de análisis de datos

- a. **Análisis descriptivo:** Calcular la inversión total, el número de locales construidos; Calcular la satisfacción de comerciantes y consumidores con la infraestructura.
- b. **Análisis de tendencias:** Analizar la evolución de la inversión en infraestructura y la satisfacción de la comunidad a lo largo del tiempo.
- c. **Visualización de datos y resultados:** Crear mapas que muestren la ubicación de la infraestructura comercial; Elaborar gráficos de barras y líneas para mostrar la evolución de los indicadores a lo largo del tiempo.

V. Integración de la planificación de espacios

La planificación de espacios se integra en los objetivos I y IV, ya que la disponibilidad y adecuación de espacios son fundamentales para el desarrollo

comercial y la infraestructura. Asimismo, los datos sobre la planificación de espacios se recopilarán a través de inspecciones, encuestas y registros de eventos, y se analizarán junto con los demás datos para evaluar el impacto de las iniciativas.

VI. Designar equipo de revisión continua

El equipo de revisión continua será responsable de analizar todos los datos, incluyendo los relacionados con la planificación de espacios, y de proponer ajustes a la estrategia en base a la evaluación del impacto en cada objetivo.

Indicadores de desempeño (KPIs)

- a. Número de indicadores clave de rendimiento definidos y monitoreados.
- b. Frecuencia y calidad de la recopilación y el análisis de datos.
- c. Número de ajustes a la estrategia realizados en base a los resultados.
- d. Nivel de satisfacción del equipo con el sistema de monitoreo y evaluación.

Métodos de recopilación de datos

- a. Informes periódicos de seguimiento y evaluación.
- b. Reuniones de revisión y análisis de datos.
- c. Encuestas de satisfacción al equipo.

Métodos y visualización de análisis de datos

- a. Análisis descriptivo: Calcular el número de indicadores monitoreados, la frecuencia de recopilación de datos, etc.; Calcular la satisfacción del equipo con el sistema de monitoreo y evaluación.
- b. Análisis de tendencias: Analizar la evolución del número de ajustes a la estrategia realizados en base a los resultados del monitoreo y evaluación.
- c. Visualización: Elaborar tablas y gráficos para resumir la información sobre el sistema de monitoreo y evaluación.

Finalmente, al organizar el monitoreo y la evaluación de esta manera, se asegura de que cada actividad, incluyendo la planificación de espacios y la designación de equipo de revisión continua, contribuya directamente a la medición del impacto en los objetivos y a la toma de decisiones informadas para ajustar las estrategias implementadas.

Tabla 13. Plan de acción estratégico para el desarrollo comercial de la Zona Sur de San Carlos, estado Cojedes

Fase	Objetivo específico	Áreas estratégicas	Meta	Actividades
V	Establecer una estructura de monitoreo y evaluación organizada por objetivos para medir el impacto de las iniciativas implementadas y ajustar la estrategia según sea necesario.	Medición del impacto de las iniciativas.	Asegurar la efectividad y viabilidad de la propuesta a largo plazo.	Monitoreo y evaluación organizada por objetivos.
		Ajustes en la estrategia.		Planificar en espacios o áreas para mercados temporales y actividades comunitarias.
				Designar equipo de revisión continua.

Fuentes: Jiménez, Hernández y Pérez (2025).

5.8. Mapa estratégico de la propuesta

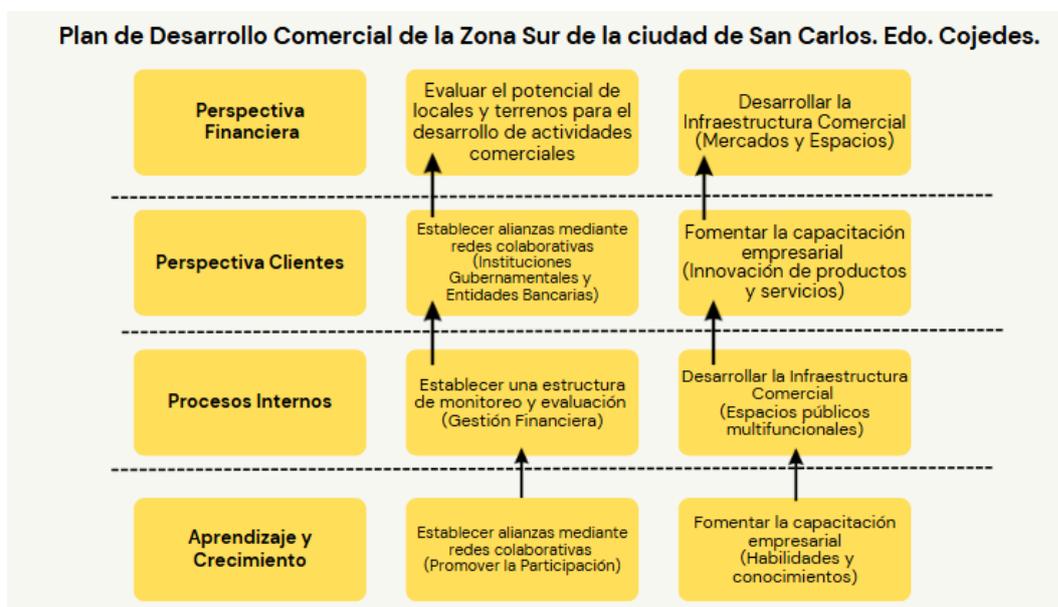


Figura 8. Mapeo estratégico de la propuesta.

Fuente: Jiménez, Hernández y Pérez (2025).

5.9. Cronograma de ejecución de la propuesta

Tabla 14. Cronograma de ejecución de la propuesta

Actividades	Meses											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Fase I												
Localizar y caracterizar los espacios como locales desocupados y terrenos disponibles que puedan ser utilizados para la actividad comercial.												

	programas de capacitación para emprendedores y pequeñas empresas en áreas como gestión financiera, marketing digital y formalidades legales.		Honorario a expertos en finanzas, marketing y formalidades legales por taller.	3	200\$	600\$
			Diseño de flayers para promocionar el programa por medio de redes sociales.	1	50\$	50\$
			Certificados impresos en cartulina opalina.	100	1\$	100\$
			Refrigerios y snacks para los participantes.	-	100\$	100\$
III	Establecer alianzas mediante redes colaborativas entre empresas locales e instituciones gubernamentales para el desarrollo comercial integral para la zona sur de San Carlos.	Reuniones de las alianzas colaborativas formalizadas.	Videobeam	1	200\$	200\$
			Material de oficina (una resma de hojas).	1	6\$	6\$
			Material de oficina (un paquete de bolígrafos).	1	3\$	3\$
			Material de oficina (una caja de lápices).	1	3\$	3\$
			Refrigerios y snacks durante las reuniones.	-	100\$	100\$
IV	Desarrollar la Infraestructura Comercial de la Zona Sur de San Carlos, incluyendo mercados y espacios públicos, para facilitar el comercio y la interacción comunitaria.	Organizar ferias y mercados comunitarios. Delimitar los espacios que pueden ser utilizados para actividades comerciales, eventos culturales y recreativos.	Eventos con mayor número de puestos, actividades variadas y mejor infraestructura.	-	15.000\$	15.000\$
			Instauración de espacios públicos multifuncionales con infraestructura más completa y diseño cuidado.	-	100.000\$	100.000\$
V	Establecer un sistema de monitoreo y evaluación para medir el impacto de las iniciativas implementadas y ajustar la estrategia según sea necesario.	Monitoreo y evaluación organizada por objetivos. Planificar en espacios o áreas para mercados temporales y actividades comunitarias.	Gastos de personal (evaluadores, consultores de análisis de datos, asistentes de investigación).	-	1.000\$	1.000\$
			Materiales de oficina y papelería general.	-	100\$	100\$

		Designar equipo de revisión continua.	Laptops básicas para el diseño de encuestas, análisis de datos y realización del informe final.	3	300\$	900\$
			Impresora para impresión de encuestas e informe digital.	1	300\$	300\$
COSTO TOTAL:						120.017\$

Fuente: Jiménez, Linares y Pérez (2025).

5.11. Análisis FODA



Figura 9. Análisis FODA.

Fuentes: Jiménez, Hernández y Pérez (2025).

5.12. Conclusiones y recomendaciones

5.12.1. Conclusiones

1. El diagnóstico realizado se pudo evidenciar que no se cuenta con un plan para el desarrollo comercial para la ciudad de San Carlos, específicamente la zona sur. Lo que conlleva a que ciertos espacios con características comerciales no sean aprovechados de manera adecuada.
2. Se logró identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del entorno, lo cual sirvió como base para diseñar estrategias que se alinean con los objetivos planteados orientadas a optimizar los recursos, aprovechar las oportunidades del mercado y mitigar posibles riesgos.

3. Se diseñaron cinco (05) estrategias para el desarrollo comercial de la zona sur de la ciudad de San Carlos los cuales les contribuirá a impulsar un crecimiento sostenible y responsable, que contemple tanto el desarrollo interno de la organización como el impacto positivo en la comunidad.

5.12.2. Recomendaciones

1. Considerar que los entornos comerciales son dinámicos; por ende, el plan debe ser flexible y ajustable ante cambios en el mercado, tendencias de consumo o nuevas oportunidades de negocio.
2. Promover el compromiso de todos los colaboradores a través de programas de capacitación y comunicación interna para asegurar que comprendan su rol dentro de la estrategia.
3. Incorporar valores de sostenibilidad y responsabilidad social en las estrategias comerciales para generar un impacto positivo en la comunidad
4. Priorizar el desarrollo del personal mediante programas de formación y motivación, ya que el capital humano es un recurso clave para el éxito del plan estratégico.
5. Utilizar herramientas de marketing digital y publicidad tradicional para posicionar los comercios y captar nuevos mercados.
6. Promover la investigación y el desarrollo como una forma de mantenerse competitivo y adaptable.
7. Se requiere una mejora sustancial de los servicios básicos e infraestructura para los comercios, dado que su calidad es un factor determinante para el desarrollo de la actividad comercial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abraham, E. (2019). Apuntes sobre el “derecho a la ciudad”: revisiones teóricas y tensiones de un concepto ambiguo. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/journal/5706/570660722013/html/#:~:text=Afirma%20el%20autor%20que%20%E2%80%9Cel,que%20de%20un%20derecho%20individual>
- Alguero, M. (2024). Estas son las nueve tormentas que azotan al comercio exterior colombiano en medio de un panorama turbulento. Recuperado de: https://www-elcolombiano-com.cdn.ampproject.org/v/s/www.elcolombiano.com/amp/negocios/comercio-exterior-colombiano-en-crisis-nueve-desafios-exportaciones-importaciones-EJ24789386?amp_gsa=1&_js_v=a9&usqp=mq331AQIUAKwASCAAgM%3D#amp_tf=De%20%251%24s&aoh=17319374921858&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&share=https%3A%2F%2Fwww.elcolombiano.com%2Fnegocios%2Fcomercio-exterior-colombiano-en-crisis-nueve-desafios-exportaciones-importaciones-EJ24789386
- Arias, F. (2012). El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica. 6ª Edición. Editorial Episteme. Caracas, Venezuela. <https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>
- Ayuntamiento La Rinconada (2021) Plan estratégico de comercio La Rinconada. Gobierno de España. Recuperado de: <https://transparencia.larinconada.es/export/sites/larinconada/es/transparencia/galleries/IND-83-/PLAN-ESTRATEGICO-DE-COMERCIO-LA-RINCONADA.pdf>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2024). Se suaviza la caída de las exportaciones de América Latina y el Caribe. Recuperado de: [https://www.iadb.org/es/noticias/se-suaviza-la-caida-de-las-exportaciones-de-america-latina-y-el-caribe#:~:text=El%20valor%20de%20las%20exportaciones,Interamericano%20de%20Desarrollo%20\(BID\).](https://www.iadb.org/es/noticias/se-suaviza-la-caida-de-las-exportaciones-de-america-latina-y-el-caribe#:~:text=El%20valor%20de%20las%20exportaciones,Interamericano%20de%20Desarrollo%20(BID).)
- BBC News. (2019). Cuáles son los países con mayores reservas de petróleo y por qué esto no siempre es señal de riqueza. Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-47748488>
- Bezir, R. y Paredes, A. (2018). Gestión de Portafolios y Alineación de Iniciativas Estratégicas. Recuperado de: <https://blog.riqra.com/posts/desarrollo-comercial-y-marketing-guia-paso-a-paso#:~:text=El%20desarrollo%20comercial%20se%20refiere,empresa%20tiene%20en%20el%20mercado.>

- Burgos, O. (2023). Desafíos y Soluciones para las PYMES venezolanas en 2024. Recuperado de: <https://www.kanasg.com/desafios-y-soluciones-para-las-pymes-venezolanas-en-2024/>
- Casanova, M. (2023). Condiciones de la red vial en Venezuela se agravan por falta de mantenimiento. Recuperado de: <https://elpitazo.net/gran-caracas/condiciones-de-la-red-vial-en-venezuela-se-agrava-por-falta-de-mantenimiento/amp/>
- Centro de Economía Internacional. (2023). Intercambio comercial argentino. Recuperado de: https://cancilleria.gob.ar/userfiles/ut/2023-01_presentacion_ica_datos_a_2022-12_0.pdf
- Coll, F. (2020). Crisis subprime. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/crisis-subprime.html>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2021). Los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y la logística. Recuperado de: <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/93b9ae9b-2063-4d1e-8326-6a3544afe90b/content>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2021). Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe. Recuperado de: <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/c7dcbf0c-9e12-41dd-bd1c-db9f6f0f39a4/content>
- Comunidad Andina Secretaría General. (2021). Cartilla Anual. Colombia Estadísticas de Comercio Exterior de Bienes 2020. Recuperado de: <https://www.comunidadandina.org/DocOficialesFiles/DEstadisticos/SGDE934.pdf>
- Dávila, S. (2020). Problemática de las MiPymes en Colombia; de las barreras tributarias y otros. Recuperado de: <https://repositorio.uan.edu.co/bitstreams/dbb82e1e-65cf-4dae-8b41-82f0bf602164/download>
- Espinoza, K., y Sidorenko, T. (2020). DEPENDENCIA DE LA RENTA PETROLERA Y POTENCIAL EXPORTADOR PARA LA DIVERSIFICACIÓN ECONÓMICA DE VENEZUELA. Recuperado de: https://iberoamericajournal.ru/sites/default/files/2021/1/espinoza_sidorenko-sayt.pdf
- García y Vargas. (2023). Lineamientos para el plan de desarrollo estatal y su vínculo con la planificación institucional. Año 2023. Caso: Consejo Legislativo del Estado Bolivariano de Cojedes. (CLEBC). Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora. UNELLEZ.

- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010) Metodología de la investigación 4ª Edición. Editorial: McGraw-Hill. Recuperado de: <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Infobae (2024). La industria pyme cayó 17,8% interanual en julio y una de cada cinco empresas del sector ya tiene problemas para pagar salarios. Recuperado de: <https://www.infobae.com/economia/2024/08/25/la-industria-pyme-cayo-178-interanual-en-julio-y-una-de-cada-cinco-empresas-del-sector-ya-tiene-problemas-para-pagar-salarios/#:~:text=Los%20principales%20obst%C3%A1culos%20que%20enfrentan,problemas%20de%20cobranza%E2%80%9D%2C%20indic%C3%B3>
- Infobae. (2024). Brasil: superávit comercial cayó 41% en septiembre por alza de importaciones. Recuperado de: <https://www.infobae.com/movant/2024/10/12/brasil-superavit-comercial-cayo-41-en-septiembre-por-alza-de-importaciones/#:~:text=Durante%20el%20mes%20de%20septiembre,crecimiento%20de%200%2C3%25>.
- Jofré, F. (2024). Argentina cerró el 2023 con la inflación más alta en el mundo. Recuperado de: <https://cnnespanol.cnn.com/2024/01/22/argentina-inflacion-orix>
- Lacey, S. (2024). ¿Cuál es la situación del comercio mundial? Esto es lo que hemos aprendido en Davos. Recuperado de: <https://es.weforum.org/stories/2024/02/cual-es-la-situacion-del-comercio-mundial-esto-es-lo-que-aprendimos-en-davos/>
- Medina, F. (2006). Espacios comerciales. Fichas de análisis. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.11912/7102>
- Montilla, A. (2015). Importancia para las PYMES venezolanas del uso de los sistemas de soporte a la toma de decisiones. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/782/78241171006.pdf>
- ONU Comercio y Desarrollo (UNCTAD). (2024). Global Trade Update (julio de 2024). Recuperado de: <https://unctad.org/es/publication/global-trade-update-julio-de-2024>
- Ornés, S. (2009). El urbanismo, la planificación urbana y el ordenamiento territorial desde la perspectiva del derecho urbanístico venezolano. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=170014942008>
- Ossa, R. (2024). El comercio avanza a paso lento pese a los conflictos regionales y la incertidumbre política. Recuperado de:

- https://www.wto.org/english/blogs_e/ce_ralph_ossa_e/blog_ro_11oct24_e.htm
- Ostos Velázquez & Asociados, KPMG. (2022). La Empresa Venezolana en el 2022, Visión Venezuela. Firmas miembro independientes de KPMG afiliadas a KPMG International Ltd., Entidad privada inglesa limitada por garantía. Recuperado de: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/ve/pdf/2022/05/La-empresa-venezolana-en-2022.pdf>
- Parella, S. y Martins, F. (2006). Metodología de la investigación cuantitativa. (Segunda edición). FEDUPEL. Caracas, Venezuela. <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w23578w/w23578w.pdf>
- Parella, S. y Martins, F. (2012). Metodología de la investigación cuantitativa. (Tercera edición). FEDUPEL. Caracas, Venezuela. <https://www.calameo.com/read/000628576f51732890350>
- Pereira, H., y Chirinos H. (2024). Venezuela, con reiterados cortes eléctricos un lustro después del apagón nacional. Recuperado de: <https://efe.com/economia/2024-03-09/venezuela-con-reiterados-cortes-electricos-un-lustro-despues-del-apagon-nacional/>
- Pérez, J., y Merino M. (2020). Definición de Infraestructura. Recuperado de: <https://definicion.de/infraestructura/>
- Rojas, C. (2021). Desarrollo comercial y marketing: Guía paso a paso. Recuperado de: <https://blog.riqra.com/posts/desarrollo-comercial-y-marketing-guia-paso-a-paso#:~:text=El%20desarrollo%20comercial%20se%20refiere,empresa%20tiene%20en%20el%20mercado.>
- Ruiz C. (s/f). Validez. Programa Interinstitucional Doctorado en Educación. Disponible en el Link: <http://investigacion.upeu.edu.pe/images/7/74/Validez.pdf>
- Ruiz, C. (s/f). Válidez. Programa Interinstitucional. Doctorado en Educación. Recuperado de: <http://investigacion.upeu.edu.pe/images/7/74/Validez.pdf>
- Sanguinetti, P., Moncar, P., Vaillant, M., Allub, L., Juncosa, F., Barril, D., y Lalanne, Á. (2021). Caminos para la integración: Facilitación del comercio, infraestructura y cadenas globales de valor. Resumen Ejecutivo. Caracas. CAF. Recuperado de: https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1823/RED%202021_Caminos%20para%20la%20integraci%3bn_Facilitaci%3bn%20del%20comercio%20infraestructura%20y%20cadenas%20globales%20de%20valor_Resumen%20ejecutivo.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Santos, L., y De las Rivas, J. (2008). Ciudades con Atributos: Conectividad, Accesibilidad y Movilidad. Recuperado de:

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2736032.pdf>

Silva, A. (2014). Metodología de la Investigación. Elementos Básicos. Ediciones CO-BO. Caracas, Venezuela.

Silva, D. (2021). Segmentación demográfica: ¿cómo conocer a tus clientes y llegar a ellos? Recuperado de: <https://www.zendesk.com.mx/blog/segmentacion-demografica/>

Singer, F. (2024). La brecha cambiaria con el dólar se dispara en Venezuela y enfrenta a clientes y comerciantes. Recuperado de: <https://elpais.com/america/2024-10-14/la-brecha-cambiaria-con-el-dolar-se-dispara-en-venezuela-y-enfrenta-a-clientes-y-comerciantes.html>

TMF Group. (2023). Los 10 desafíos principales al hacer negocios en Brasil en 2023. Recuperado de: <https://www.tmf-group.com/es-co/noticias-perspectivas/articulos/hacer-negocios-en/desafios-principales-brasil/#:~:text=2.,de%20seguir%20cumpliendo%20la%20normativa>

Universidad Pedagógica Experimental Libertador. (2016). Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales. Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Caracas, Venezuela. <https://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/3993.pdf>

Vargas, G. (2012). Espacio y Territorio en el Análisis Geográfico. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72923937025>

ANEXO A. Instrumento aplicado

UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL
DE LOS LLANOS OCCIDENTALES
"EZEQUIEL ZAMORA"



UNELLEZ

La Universidad que Siembra

Vicerrectorado de Infraestructura y Procesos Industriales
Programa Ciencias Sociales y Económicas
Subprograma Planificación del Desarrollo
Licenciatura en Planificación del Desarrollo

TÍTULO: PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO COMERCIAL DE LA ZONA SUR DE LA CIUDAD DE SAN CARLOS ESTADO COJEDES.

Autores:

Jiménez Bolívar Fernanda Victoria.

Linares Hernández Oriana Gabriela.

Pérez Narváez Anderson Jesús

Instrucciones: Las respuestas serán tratadas de forma confidencial y sólo se utilizarán para fines investigativos. Agradecemos la disposición y sinceridad al responder las siguientes preguntas. Por favor, lea detenidamente y marque con una "X" la opción que mejor refleje su opinión.

Nº	PREGUNTA	RESPUESTA	
		SI	NO
1	¿Considera que los locales comerciales en la zona sur de la ciudad de San Carlos son suficientes?		
2	¿Cree que las regulaciones de impuestos actuales afectan a los comerciantes?		
3	¿Cree que se deberían aplicar políticas de apoyo gubernamental para los comerciantes locales?		
4	¿Los locales comerciales deben emplear estrategias de marketing para resaltar en el comercio?		
5	¿La publicidad como la radio, entrega de folletos o vallas publicitarias sigue siendo efectiva?		
6	¿Utiliza redes sociales para informarse sobre productos y servicios locales?		
7	¿Está satisfecho con la variedad de productos y servicios ofrecidos en los locales comerciales de la zona sur?		
8	¿Considera que los precios de los productos en los comercios locales son justos?		
9	¿La ubicación de los locales comerciales influye en su decisión de compra?		
10	¿Piensa que el poder adquisitivo de los consumidores en la zona sur ha aumentado en los últimos años?		

11	¿Crees que la preferencia de los consumidores es esencial para el desarrollo de nuevos locales comerciales?		
12	¿Está de acuerdo con que la ocupación de espacios comerciales en la zona sur contribuye al desarrollo económico local?		
13	¿Considera que la ampliación de espacios comerciales debería incluir áreas recreativas como gimnasios o parques infantiles?		
14	¿Cree que ha habido un crecimiento de la actividad comercial en la zona sur en el último año 2024?		
15	¿Considera que los servicios públicos en la zona sur son adecuados para apoyar el comercio local?		
16	¿Piensa que la vialidad y transporte en la zona sur facilita el acceso a los locales comerciales?		
17	¿Cree que la educación financiera y empresarial es importante para los comerciantes y consumidores locales?		
18	¿Está de acuerdo con que se implementen programas de apoyo emprendedor en la zona sur?		

ANEXO B. Validación del Instrumento

TÍTULO: PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO COMERCIAL DE LA ZONA SUR DE LA CIUDAD DE SAN CARLOS. ESTADO COJEDES

Datos del Evaluador.

Nombre y Apellido: Lesbia Salas. Cédula de identidad: 9.876.081.

Profesión u Oficio: Licenciada en Planificación Regional.

Fecha de la Validación: 08 / 01 / 2025

Instrucciones: Para cada Ítems escriba una equis (X) dentro de la casilla que usted considere que es la evaluación para cada pregunta.

Ítems	Redacción		Pertinencia		Congruencia		Extensión	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1	X		X		X			X
2	X		X		X			X
3	X		X		X			X
4	X		X		X			X
5	X		X		X			X
6	X		X		X			X
7	X		X		X			X
8	X		X		X			X
9	X		X		X			X
10	X		X		X			X
11	X		X		X			X
12	X		X		X			X
13	X		X		X			X
14	X		X		X			X
15	X		X		X			X
16	X		X		X			X
17	X		X		X			X
18	X		X		X			X

Observaciones y Recomendaciones: Las observaciones fueron solventadas.



Firma

ANEXO C. Validación del Instrumento

TÍTULO: PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO COMERCIAL DE LA ZONA SUR DE LA CIUDAD DE SAN CARLOS. ESTADO COJEDES

Datos del Evaluador.

Nombre y Apellido: Nailat Hernández Niño. Cédula de identidad: 10.328.539.

Profesión u Oficio: Docente y Jefa de Subprograma Administración - UNELLEZ VIPI.

Fecha de la Validación: 13 / 12 / 2024

Instrucciones: Para cada Ítems escriba una equis (X) dentro de la casilla que usted considere que es la evaluación para cada pregunta.

Ítems	Redacción		Pertinencia		Congruencia		Extensión	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1	X		X		X			X
2	X		X		X			X
3	X		X		X			X
4	X		X		X			X
5	X		X		X			X
6	X		X		X			X
7	X		X		X			X
8	X		X		X			X
9	X		X		X			X
10	X		X		X			X
11	X		X		X			X
12	X		X		X			X
13	X		X		X			X
14	X		X		X			X
15	X		X		X			X
16	X		X		X			X
17	X		X		X			X
18	X		X		X			X

Observaciones y Recomendaciones: Las observaciones fueron solventadas.



Nailat Hernández Niño
Diciembre 2024

Firma

ANEXO D. Validación del Instrumento

TÍTULO: PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO COMERCIAL DE LA ZONA SUR DE LA CIUDAD DE SAN CARLOS. ESTADO COJEDES

Datos del Evaluador.

Nombre y Apellido: Reynaldo Mujica Mendoza. Cédula de identidad: 16.425.858.
Profesión u Oficio: Docente y Jefe del Programa Ciencias Sociales y Económicas (PSCE) - UNELLEZ VIPI.

Fecha de la Validación: 13 / 12 / 2024

Instrucciones: Para cada Ítems escriba una equis (X) dentro de la casilla que usted considere que es la evaluación para cada pregunta.

Ítems	Redacción		Pertinencia		Congruencia		Extensión	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1	X		X		X			X
2	X		X		X			X
3	X		X		X			X
4	X		X		X			X
5	X		X		X			X
6	X		X		X			X
7	X		X		X			X
8	X		X		X			X
9	X		X		X			X
10	X		X		X			X
11	X		X		X			X
12	X		X		X			X
13	X		X		X			X
14	X		X		X			X
15	X		X		X			X
16	X		X		X			X
17	X		X		X			X
18	X		X		X			X

Observaciones y Recomendaciones: Las observaciones fueron solventadas.



Firma

ANEXO E. Confiabilidad del Instrumento.

Encuestados	Ítems																		Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	16
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	17
3	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	16
4	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	15
5	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	15
6	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	16
7	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	15
8	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	15
9	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	15
10	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	15
11	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	16
12	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	15
13	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	15
14	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	15
15	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	15
16	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	15
17	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	15
18	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	15
19	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	15
20	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	15
21	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	15
22	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	15
23	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	15
24	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	15
25	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	15
26	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	15
27	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	15
28	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	11
29	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	14
30	0	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	13
31	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	12
32	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	12
33	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	12
34	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	12
35	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	12
36	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	12
37	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	12
38	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	12
39	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	13
40	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	13
41	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	13
42	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	13
43	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	13
44	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	13
45	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	13
46	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	13
47	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	13
48	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	14
49	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	14
50	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	14
51	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	13
52	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	13
53	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	13
54	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	13
55	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	13
56	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	13
57	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	13
58	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
59	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
60	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14

61	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
62	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
63	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
64	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
65	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	15
66	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
67	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
68	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
69	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
70	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
71	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
72	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
73	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
74	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
75	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	15
76	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
77	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	15
78	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
79	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
80	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
81	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	15
82	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
83	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
84	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	13
85	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
86	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
87	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
88	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
89	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
90	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
91	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
92	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	13
93	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
94	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
95	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
96	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
97	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	13
98	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	14
99	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	14
100	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	14
101	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	13
102	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	13
103	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	12
104	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	12
105	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	12
106	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	11
107	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	12
108	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	11
109	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	12
110	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	11
111	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	11
112	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	12
113	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	11
114	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	12
115	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	11
115	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	6
117	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	6
118	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	6
119	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	6
120	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	6
121	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	5
122	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	6
123	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	6
P	0,20	0,92	0,97	1,00	0,43	0,82	0,54	0,42	0,94	0,28	1,00	1,00	0,41	1,00	1,00	0,41	1,00	1,00	5,220041
Q	-	0,08	0,03	-	0,57	0,18	0,46	0,58	0,06	0,72	-	-	0,59	-	-	0,59	-	-	3,87
P^Q	-	0,07	0,03	-	0,25	0,15	0,25	0,24	0,05	0,20	-	-	0,24	-	-	0,24	-	-	1,73
K20	0,71																		
K	18																		