

LOCALIZACIÓN Y/O RELOCALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES  
COMERCIALES Y ECONÓMICAS DURANTE LA TRANSFORMACIÓN URBANA DEL  
MUNICIPIO DE CERETÉ EN EL CONTEXTO DE LA GLOBALIZACIÓN, 1990 - 2018

HERNANDO GÓMEZ VELÁSQUEZ

DEIMER JOSÉ MORENO DÍAZ

UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS HUMANAS

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN CIENCIAS SOCIALES

MONTERÍA-CÓRDOBA

2020

LOCALIZACIÓN Y/O RELOCALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES  
COMERCIALES Y ECONÓMICAS DURANTE LA TRANSFORMACIÓN URBANA DEL  
MUNICIPIO DE CERETÉ EN EL CONTEXTO DE LA GLOBALIZACIÓN, 1990 - 2018

TRABAJO DE GRADO ELABORADO COMO REQUISITO PARA OPTAR POR EL  
TÍTULO DE LICENCIADOS EN CIENCIAS SOCIALES

HERNANDO GÓMEZ VELÁSQUEZ

DEIMER JOSÉ MORENO DÍAZ

DIRECTOR

JORGE ELIECER ORTEGA MONTES

UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS HUMANAS

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN CIENCIAS SOCIALES

MONTERÍA-CÓRDOBA

2020

NOTA DE ACEPTACIÓN

---

---

---

---

---

Presidente del Jurado

---

Jurado 1

---

Jurado 2

*“Si haces las cosas buscando siempre el resultado, no disfrutarás de tu trabajo; si cuando tensas el arco estás pensando en el premio, errarás el tiro”*

*L. Benítez*

*Dedico este trabajo de grado a Dios en su esencia por bendecirme y darme la oportunidad de transitar un camino de estudios, a mis padres Balvy Velásquez y Argemiro Gómez por el arduo sacrificio y esfuerzo en el transcurso de mi preparación académica profesional, sin olvidar a mi madrina Isis Berdella por el gran apoyo que me brindó en muchas situaciones y a Claris que ha formado parte de mi vida acompañándome en bellos momentos de paz y felicidad.*

***Hernando Gómez***

*“Si no existiera el invierno, la primavera no sería placentera, y si no pasamos por la adversidad la prosperidad no sería bienvenida”*

*Anne Bradstreet*

*Dedico primeramente este trabajo a Dios por darme tantas bendiciones a lo largo de toda mi vida: a mis padres Luz Neida Díaz y José Luís Moreno por todos sus esfuerzos, sacrificios y apoyo incondicional en toda mi vida: a mi hermano Deiver Moreno por todas las risas y buenos momentos que hemos pasado juntos y por último y no menos importante a Andrea Gómez una persona muy importante en mi vida con la que he pasado muchos momentos maravillosos.*

*Deimer Moreno*

## AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, deseamos expresar nuestro agradecimiento a DIOS por darnos fortaleza en momentos de debilidad por proporcionarnos el entendimiento, y la determinación necesaria para para culminar un capítulo más de nuestras vidas.

A nuestro asesor de tesis, el profesor Jorge Ortega, por poner a nuestro servicio todo su conocimiento, experiencia y sobretodo tiempo, gracias por siempre estar dispuesto a colaborarnos sin importar la hora, sin su apoyo este trabajo no fuera sido nada fácil de concluir

A la profesora Nina Valencia por hacernos tomar interés en la investigación desde el inicio de nuestra formación docente, además por colaborarnos en nuestro trabajo de grado

A Denis Galindo de la corporación autónoma de los valles del Sinú y del san Jorge (CVS) por siempre estar atento y dando ideas para nuestro trabajo además de proporcionarnos información de vital importancia.

A la cámara de comercio de Montería por facilitarnos información determinante para desarrollar nuestra investigación.

Al ingeniero Luis Ferney Moreno que con sus conocimientos fue parte fundamental en el desarrollo de este trabajo gracias por siempre estar dispuesto a ayudarnos cuando tuvimos problemas.

A nuestros padres que con su amor, dedicación y buenos valores nos han ayudado a trazar nuestro camino además de creer en nosotros y apoyarnos en los momentos más difíciles de nuestra vida.

Y por último y no menos importante a la universidad de Córdoba y el programa de ciencias sociales por permitirnos ser parte de este, gracias a todos los docentes los cuales nos proporcionaron diferentes formas de ver el mundo gracias a ellos por todo el conocimiento que nos compartieron los cuales serán referentes en nuestra vida personal y profesional.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>RESUMEN.....</b>	<b>1</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>3</b>
<b>1. Capítulo I: planteamiento del problema.....</b>	<b>5</b>
1.1. Descripción del problema.....	5
1.1.1. Formulación del problema.....	9
1.2. Objetivos .....	10
1.2.1. Objetivo general .....	10
1.2.2. Objetivos específicos.....	10
1.3. Justificación.....	11
<b>2. CAPITULO II: MARCO REFERENCIAL .....</b>	<b>13</b>
2.1. Marco de antecedentes .....	13
2.2. Marco teórico .....	20
2.3. Marco conceptual .....	31
2.4. Marco legal.....	40
<b>3. CAPITULO III: METODOLOGÍA .....</b>	<b>42</b>
3.1. Tipo de investigación .....	42
3.2. Población universo, marco de muestreo y unidad de análisis .....	42
3.3. Métodos, técnicas y procedimientos .....	43
<b>4. CAPITULO IV: LOCALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES COMERCIALES Y ECONÓMICAS ESTABLECIDAS EN LA ZONA URBANA DE CERETÉ EN EL PERIODO 1980-2018 .....</b>	<b>45</b>
4.1. Globalización y apertura económica.....	45
4.2. Crecimiento demográfico y expansión urbana regional.....	46

4.3. Antecedentes y características del origen de la transformación urbana de Cereté .....	48
4.4. Transformación del centro histórico y la relocalización de las actividades comerciales de Cereté .....	49
4.5. Los nuevos corredores viales urbanos y su impacto en la localización de actividades comerciales .....	53
4.6. Los usos del suelo y la localización de las actividades comerciales .....	58
4.7. Dinámica proporcional de la localización comercial en el casco urbano .....	61
<b>5. CAPÍTULO V: CARACTERIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES COMERCIALES Y ECONÓMICAS URBANAS ESTABLECIDAS EN EL MARCO DE LAS TRANSFORMACIONES DE LA CIUDAD.....</b>	<b>64</b>
5.1. Características comerciales urbanas de Cereté 1980-2019 .....	64
5.2. Comercio: actividad de los negocios.....	64
5.3. Comercio: actividad de los servicios.....	80
5.4. Crecimiento demográfico, expansión urbana y comercial de Cereté.....	92
<b>CONCLUSIÓN.....</b>	<b>95</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>100</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>105</b>

**LISTA DE MAPAS**

Mapa 1 Zona comercial de Cereté para 1990 – Relocalización del Mercado.....	51
Mapa 2 Usos del suelo en el casco urbano de Cereté 1980 -1990 .....	52
Mapa 3 Usos del suelo en el casco urbano de Cereté 1990 -2000 .....	55
Mapa 4 Usos del suelo en el casco urbano de Cereté 2000 – 2010 .....	57
Mapa 5 Usos del suelo en el casco urbano de Cereté 2010 – 2019 .....	59

**LISTA DE IMÁGENES**

Imagen 1 Cereté en 1970, Área comercial de la antigua plaza de mercado, Avenida al río ..... 47

**LISTA DE GRAFICAS**

Gráfica 1 número de nuevos establecimientos registrados por década desde 1980.....	61
Gráfica 2 número de nuevos establecimientos registrados por década desde 1954.....	62
Gráfica 3 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de alimentos y bebidas, desde 1980.....	67
Gráfica 4 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de automotores, bicicletas y accesorios desde 1980.....	69
Gráfica 5 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de combustibles desde 1980. ....	70
Gráfica 6 dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de ferretería y materiales para la construcción desde 1980.....	72
Gráfica 7 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de maquinaria, equipo industrial, comercial y agrícola desde 1980.....	73
Gráfica 8 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de mercancía en general desde 1980 .....	74
Gráfica 9 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de muebles, menaje y artículos eléctricos, domésticos desde 1980.....	75
Gráfica 10 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de negocios no especificados desde 1980.....	77
Gráfica 11 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de otras mercancías desde 1980. ....	78

Gráfica 12 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de telas prendas de vestir y calzado desde 1980. ....	79
Gráfica 13 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de servicio de educación, salud y bienestar desde 1980. ....	82
Gráfica 14 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de servicio de hotelería y alojamiento desde 1980. ....	84
Gráfica 15 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de servicio de recreación, ocio y esparcimiento desde 1980. ....	85
Gráfica 16 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de servicio de transporte y distribución desde 1980. ....	86
Gráfica 17 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de servicios comerciales desde 1980. ....	88
Gráfica 18 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de servicios conexos, tecnológicos y cinematográficos desde 1980. ....	89
Gráfica 19 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de servicios financieros y empresariales desde 1980. ....	90
Gráfica 20 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de servicios personales y familiares desde 1980. ....	91

**LISTA DE ANEXOS**

Anexo 1 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década de 1980.....	105
Anexo 2 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década de 1980.....	106
Anexo 3 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década de 1980.....	106
Anexo 4 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década de 1980.....	107
Anexo 5 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década de 1990.....	108
Anexo 6 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década de 1990.....	108
Anexo 7 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década de 1990.....	109
Anexo 8 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década de 1990.....	109
Anexo 9 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década de 1990.....	110
Anexo 10 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década del 2000.....	110
Anexo 11 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década del 2000.....	111

Anexo 12 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década del 2000.....	111
Anexo 13 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década del 2000.....	112
Anexo 14 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década del 2000.....	112
Anexo 15 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década del 2010.....	113
Anexo 16 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década del 2010.....	113
Anexo 17 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década del 2010.....	114
Anexo 18 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década del 2010.....	114
Anexo 19 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década del 2010.....	115

## RESUMEN

En la presente investigación se aborda el tema de las localizaciones de establecimientos comerciales como parte de la dinámica de las actividades económicas urbanas que presentan varios sectores de ciudad de Cereté - Córdoba. Para conocer la localización de las actividades comerciales y económicas urbanas se espacializaron los sectores que presentaron un crecimiento de nuevos establecimientos de comercio, se caracterizaron esas actividades por categorías y se sintetizaron varios factores asociados. Para tal fin, se utilizó una metodología descriptiva longitudinal y se tomó como población universo del estudio a un sector en particular de la estructura urbana del municipio de Cereté, donde hay una presencia de actividades comerciales, agentes de desarrollo urbano y económico. Por medio de los hallazgos se concluye que para la década de los 90s la localización de establecimientos económicos en el casco urbano de Cereté aumenta gradualmente y desde esa época se empieza a extender fuera del perímetro central donde solo allí se venía dando con anterioridad.

Palabras clave: Localización, actividad económica, transformación urbana, globalización, factores asociados, comercio urbano.

## **ABSTRACT**

In the present investigation the topic of the locations of commercial establishments is approached as part of the dynamics of urban economic activities presented by various sectors of the city of Cereté - Córdoba. In order to know the location of urban commercial and economic activities, the sectors that presented a growth of new commercial establishments were spatialized, these activities were characterized by categories and several associated factors were synthesized. To this end, a longitudinal descriptive methodology was used and a particular sector of the urban structure of the municipality of Cereté was taken as the universe population of the study, where there is a presence of commercial activities, agents of urban and economic development. Through the findings, it is concluded that for the 90's the location of economic establishments in the urban area of Cereté gradually increased and since that time it began to spread outside the central perimeter where only previously it had been given there.

Key words: Location, economic activity, urban transformation, globalization, associated factors, urban commerce.

## INTRODUCCIÓN

Con la llegada del nuevo milenio, muchas de las grandes ciudades del mundo evocan dentro y fuera de su territorio las diversas practicas humanas vinculadas a la economía y desarrollo social, con esto las políticas territoriales en torno a las sociedades se vuelven clave en los procesos de transformación urbana donde es la ciudad misma la que sufre consecuencias de tipo estructural para adecuarse a esos cambios y adaptarse a las exigencias de la necesidad del hombre. Así mismo, la Ciudad funciona como espacio geográfico y humano donde entran en juego muchos problemas sociales y contrastes urbanos como la riqueza y la pobreza, la importancia de sectores y exclusión de otros o la irregularidad en los mercados locales. En consecuencia, es en este contexto donde se puede entender el conjunto de transformaciones que se vienen presentando en Colombia y los países latinoamericanos, principalmente en lo que tiene que ver con los cambios de localización y relocalización de ciertas actividades económicas, que inciden no sólo en las oportunidades de empleo y la generación de ingresos, sino también en la estructura y dinámica urbana de las ciudades intermedias.

De esta manera, al momento de encubar el fenómeno de la globalización en las municipalidades o en las urbes que se encuentran en un desarrollo económico y demográfico gradual se alteran y evolucionan los espacios dentro de las mismas localidades, cambiando así las prácticas económicas e incluso las manifestaciones sociales y culturales de las personas que habitan en estas conglomeraciones. En este sentido la planeación urbana se concentra fundamentalmente en la organización del territorio y la ciudad en función del crecimiento y rentabilidad de la inversión privada y la dinámica de dichos negocios; que se estimula mediante la construcción infraestructura física y equipamiento urbano con recursos del presupuesto público,

descuidándose un tanto el aspecto social y humano de la población de bajos recursos que habita en la periferia. En lo que concierne al departamento de Córdoba y en particular su capital Montería y algunos municipios circunvecinos, como Lorica, Sahagún y Cereté, son notorios los cambios y transformaciones aceleradas que se han dado principalmente en su estructura urbana, los usos del suelo, el paisaje, la vivienda y la proliferación de actividades económicas y negocios del sector de los servicios.

En el caso de Cereté, por ejemplo, desde hace 20 años atrás en esta pequeña ciudad no se veía la afluencia de tecnologías de la información y las comunicaciones como las que se observan hoy día en todos los espacios de las actividades económicas, sociales, comunitarias y familiares en que interactúa esta sociedad, conjunto de fenómenos que están afectando no solo las estructuras espaciales y los usos del suelo de la ciudad, como se dijo anteriormente, sino también la estructura económica de los hogares, la composición de la familia, sus costumbres y oportunidades de acceso al trabajo, los ingresos y los servicios básicos, siendo ese por lo tanto el contexto en el que se inscribe la presente propuesta de investigación.

## 1. Capítulo I: planteamiento del problema

### 1.1. Descripción del problema

La globalización es un fenómeno que llama la atención de todos los países a nivel mundial, tras permitir el acercamiento entre estos a partir del intercambio de bienes y productos, así como de información, conocimientos e inclusive de aspectos culturales. Por ello en las últimas décadas la globalización toma fuerza por todos los avances en tecnología, comunicaciones, transportes e industrias.

Al respecto,(Beck, 1997) afirma: “El concepto de globalización se puede describir como un proceso (antiguamente se habría dicho: como una dialéctica) que crea vínculos y espacios sociales transnacionales, revaloriza culturas locales y trae a un primer plano terceras culturas” (p.15).es decir, que aunque la globalización pareciera que se ha convertido en un fenómeno de carácter social y cultural que está en constante movimiento entremezclando diferentes culturas y estableciendo nuevas formas de vida como tal, ese no es su fin principal, más bien se trata de un fenómeno especialmente de carácter económico que se define así por la combinación de múltiples economías globales, de hecho el Fondo Monetario Internacional (FMI) muestra a la globalización en términos económicos como “una interdependencia económica creciente del conjunto de países del mundo, provocada por el aumento del volumen y la variedad de las transacciones transfronterizas de bienes y servicios, así como de los flujos internacionales de capitales, al tiempo que la difusión acelerada de generalizada de tecnología.”

En este fenómeno de la globalización, cuyos lineamientos políticos e ideológicos se imponen a través del consenso de Washington (1989) con el fin de garantizar el desarrollo capitalista mediante un nuevo modelo de acumulación y altas tasas de ganancias, se configura un

nuevo ordenamiento económico mundial bajo el liderazgo de E:E:U:U y la orientación y supervisión de Organismos internacionales como el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial y la Organización Mundial del Comercio OMC, entre otros, aprovechando la caída del muro de Berlín y con ello la amenaza que representaba el comunismo internacional. Se creía pues, que las medidas serían favorables para los países desarrollados porque les ayudaba a evitar la creación de nuevos mercados mundiales.

El consenso de Washington, marcó entonces, un momento significativo en el ámbito de los asuntos económicos mundiales, tras la toma de conciencia de los inversores ante las amplias posibilidades de los beneficios que generaba este tipo de economías; por tanto el mundo inicio su preparación para una etapa de expansión económica de los países que hasta el momento habían sido pobres y para las dinámicas de capital de norte a sur, sin embargo, el tema en cuestión no era si se cumplirían las expectativas sobre el crecimiento de los mercados emergentes sino la capacidad de los países industrializados para enfrentar la competencia y aprovechar las oportunidades de este crecimiento<sup>1</sup>.

A partir de estas dinámicas, los países de América Latina pondrían marcha políticas públicas pertinentes para atender estos cambios, por ejemplo, en Colombia paralelo al consenso de Washington y sin perder la influencia de este, se aplicó un proceso económico conocido como la apertura económica en el Gobierno de César Gaviria Trujillo, el cual consolidaría el proyecto en la nación, aunque el Gobierno anterior, pondría las bases de la globalización en territorio colombiano con un proyecto que se llamó en su entonces “Programa de modernización de la economía colombiana”.

---

<sup>1</sup> KRUGMAN, P. "Les tulipes holandeses i els mercats emergents" (1995) en GUITIÁN, M. MUNS, J. *op. cit.* 151-152.

Es de aclarar, que los cambios en las nuevas políticas económicas en el territorio colombiano supondrían ciertos efectos negativos, particularmente al inicio de la aplicación del proyecto mencionado que a diferencia de otras naciones hermanas, el proceso de apertura colombiano no se dio como fruto de una crisis económica o porque fuese una exigencia de organismos internacionales, más bien se trató de sumergirse en la corriente que enrutaba el mundo moderno y del cual nadie quería quedar excluido<sup>2</sup>.

En ese momento de la historia colombiana, el Gobierno propuso bajar todos los aranceles, no obstante, en junio de 1991, el Gobierno registró una significativa disminución de importaciones que condujo a Colombia a las altas tasas de inflación, que como se mencionó anteriormente, en un primer momento se registraron consecuencias para la economía del país, y aunque luego, se repondría la nación estas transformaciones provocarían cambios significativos en muchas localidades en ese momento, especialmente por la inmersión de los nuevos y modernos productos que se comercializaron alrededor del mundo, que permitió el cambio de prácticas económicas y crecimiento urbano, y por ende una diversificación del comercio.

De esta manera, el fenómeno de la globalización trajo consigo para los pueblos latinoamericanos un aspecto modernizador y cautivador en las nuevas prácticas económicas, en las tendencias sociales y tecnológicas, así como en las distintas actividades culturales.

En el municipio de Cereté, departamento de Córdoba-Colombia, hoy día se puede constatar una clara manifestación de este fenómeno al observar una fuerte tendencia de transformación de las prácticas sociales y culturales de su población y, de manera particular, un notorio cambio de

---

<sup>2</sup> La apertura económica en Colombia, Revista Dinero: <https://www.dinero.com/edicionimpresa/caratula/articulo/la-apertura-economica/182405>

localización y relocalización de negocios, centros comerciales y establecimientos de todo tipo en distintos lugares de la ciudad, primando las actividades del sector terciario sobre las demás, siendo que este pueblo se destacaba en el ámbito de la economía regional y nacional por su vocación agropecuaria, y por ser uno de los primeros cultivadores de algodón y maíz del país. Esta apreciación es compartida por muchos autores que han estudiado este problema recientemente, quienes resaltan la tendencia de crecimiento del sector servicios y comercio en las últimas décadas (Viloria, 2005).

Según el (plan de desarrollo municipal, 2016), la tendencia predominante de la economía local la representa el sector terciario, convirtiéndose en el segundo en importancia después del primario, desarrollándose en el municipio importantes actividades comerciales, entre las que se destacan: comercializadoras de insumos agrícolas, seguidas de comercio de alimentos, supermercados, restaurantes, salas de belleza y variedades para el hogar, otros productos<sup>3</sup>.

Por su parte, Biggiero (2006), citado en (Molina & Ares, 2008), refiriéndose a este fenómeno de la relocalización parcial o total de las actividades de un ámbito geográfico a otro ámbito, sostiene que no es un fenómeno nuevo, sin embargo, recientemente ha adquirido una inusitada relevancia, debido a los costes de los transportes y de las trabas comerciales, o la mejora continua en las tecnologías de la comunicación, son argumentos que suelen utilizarse para justificar esta opción estratégica” (p. 53).

Por consiguiente, se considera que es en este contexto donde se debe estudiar las transformaciones que hoy se perciben en el municipio de Cereté, que se manifiestan principalmente en la localización y relocalización de nuevos y diversos tipos de negocios y

---

<sup>3</sup> PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL 2016 - 2019 “CERETÉ PROGRESA 2016 2019”, <https://cpd.blob.core.windows.net/test1/23162planDesarrollo.pdf>

establecimientos comerciales de índole formal e informal que se concentran en diferentes lugares de la ciudad, pudiéndose identificar tres ejes o zonas específicas, así: I) el centro histórico o calle tradicional del comercio, II) la Avenida Santander que se articula con el mercado central, y III) la zona de influencia de la vía que conduce al municipio de San Pelayo, que abarca gran parte del Barrio Venus, sin mencionar otras zonas que están tomando fuerza en la actualidad, como es el eje comercial de la calle del cementerio. Esta transformación, como es lógico suponer, genera no solo cambios en los usos del suelo y la estructura urbana, sino también otros problemas como la invasión del espacio público, la movilidad peatonal y el transporte vehicular.

### **1.1.1. Formulación del problema**

A partir de la presentación de la problemática surge el interrogante: ¿Qué cambios de localización o relocalización se pueden percibir en las actividades comerciales y económicas ocurridas como consecuencia de las transformaciones urbanas de la ciudad de Cereté en el marco de la globalización en el período 1990 - 2018?

## **1.2. Objetivos**

### **1.2.1. Objetivo general**

- Analizar los cambios de localización y/o relocalización de las actividades comerciales y económicas ocurridas como consecuencia de las transformaciones urbana de la ciudad de Cereté, Córdoba en el marco de la globalización, 1990 - 2018

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Determinar la localización y/o relocalización de las actividades comerciales y económicas ocurridas en el marco de las transformaciones urbanas de la ciudad de Cereté en el periodo 1990 – 2018
- Caracterizar las actividades comerciales y económicas establecidas durante los procesos de transformación urbana de la ciudad.
- Describir los factores asociados a la localización y/ relocalización de las actividades económicas y comerciales en el periodo estudiado.

### **1.3. Justificación**

El principal interés que llevó a realizar el presente trabajo de grado titulado "Cambios de localización y relocalización de las actividades económicas urbanas del municipio de Cereté, Córdoba, Colombia en el período 1994 - 2018" parte de una opinión compartida de que la globalización no solo influye activamente en las grandes ciudades, sino que está empezando a transformar el entorno de las pequeñas localidades como es el caso de muchos pueblos y municipios entre ellos Cereté, Córdoba.

La globalización económica es un tema transversal que afecta notablemente todas las esferas sociales y políticas, es así como dicho fenómeno está más presente en nuestras relaciones sociales y en nuestras prácticas laborales, adicionalmente se puede comprobar como todos los países latinoamericanos hablan de desarrollo económico local y el mejorar la calidad de vida de sus habitantes, es por esta razón que se considera relevante visibilizar cómo se manifiesta este fenómeno en las localidades, particularmente en el cómo se transforman sus paisajes urbanos; por esto el municipio de Cereté, Córdoba siendo un conglomerado que presenta una notoria transformación urbanística en el sentido estricto del uso del suelo, la localización o relocalización de actividades económicas vinculadas al sector terciario y el eventual desarrollo de las diversas prácticas económicas se constituye en un eje de interés para el análisis de estas categorías.

La investigación busca proporcionar información que se considera útil para toda la comunidad educativa de la región, porque permite profundizar un poco más sobre este fenómeno y su influencia en los cambios urbanos referidos a la relocalización de actividades económicas, lo cual ayudará a visibilizar de manera más clara el alcance que tiene la globalización en la localidad de Cereté, Córdoba debido a que no se cuentan con suficientes estudios de alcance local (esto

teniendo en cuenta el Departamento de Córdoba, como uno de los que presentan menos desarrollo económico del país ) sobre el fenómeno de la globalización en la pequeña localidad.

El presente trabajo es conveniente para lograr generar un mayor conocimiento sobre la influencia que puede tener la globalización en las localidades, además de contribuir a la ampliación de los datos sobre las localidades y su dinámica cambiante dentro del proceso y desarrollo económico local.

El trabajo presenta una utilidad metodológica porque se espera que pueda ser realizado en futuras investigaciones que utilizarán metodologías compatibles y podrán facilitar un contraste en diferentes regiones del país y ver las posibles variantes que se puedan presentar quizá por la ubicación geográfica o el nivel socio-económico de ambas regiones determinando así si la influencia de esta puede variar en función de cada región. Además, cabe resaltar que se considera que en otra investigación este estudio puede ser reconocido y valorado gracias a su contenido y sirva de base para otras investigaciones que necesiten ahondar sobre contenido local desde la perspectiva económica.

## 2. CAPITULO II: MARCO REFERENCIAL

### 2.1. Marco de antecedentes

La revisión de estudios en el ámbito de la presente temática da cuenta que la mayoría de los investigadores se enfocan principalmente en la localización y relocalización de empresas grandes, mientras que muy pocos autores se enfocan en la localización y relocalización de los medianos y pequeños establecimientos comerciales en un periodo de tiempo determinado.

El estudio: “La evolución de las decisiones de relocalización de actividades en el distrito industrial de la cerámica de Castellón. La experiencia de la década de 1995-2005”, se desarrolló en España por (Molina & Ares, 2008), quienes buscaron comprender las decisiones que llevaron a las empresas de la cerámica a relocalizar total o parcialmente sus establecimientos. Los autores emplearon como estrategia metodológica que involucró dos niveles de análisis que detallan cómo están distribuidas las actividades productivas en todo el Distrito y cómo es la distribución de las actividades dentro del mismo, pero esta vez con especial énfasis en una comparación temporal.

Ambos análisis prestaron especial interés al grado de viabilidad de deslocalización en algunas actividades dentro del mismo Distrito, a partir de establecer que el proceso productivo de la cerámica es continuo y resulta difícil fragmentar su producción desde el punto de vista tecnológico; esta característica es fundamental para comprender la distribución de las actividades de producción, porque estas limitan las posibilidades de una relocalización en algunas fases productivas.

Los autores concluyeron que en el Distrito industrial de la cerámica de Castellón la distribución de las actividades productivas no han variado en el periodo de estudio, porque es precisamente el Distrito el que no lo permite, debido a que este es el principal proveedor de

actividades para las empresas; respecto a la relocalización de actividades fuera del Distrito, se podría decir que este escaló a nuevos servicios que estaban en menor desarrollo años atrás, por tanto, los resultados dan cuenta que existen algunos factores que actuarán como una barrera para la toma de decisiones de deslocalizar las actividades como lo son: el sentimiento de pertenencia, la densidad de las relaciones, la existencia de normas y valores compartidos y las relaciones con las instituciones locales, entre otros.

La investigación de (De Lunardo, 2014), “Relocalización de empresas: efectos sobre la cultura organizacional y su potencial como agente de cambio”, tuvo como principal objetivo identificar los efectos de la relocalización en la cultura organizacional de empresas medianas y grandes del área GBA Norte, que buscó reflejar un proceso actual donde las grandes empresas, forzadas por el proceso continuo de urbanización y de concentración en las grandes urbes, buscan nuevos espacios donde poder desarrollar su actividad..

El autor propuso un estudio descriptivo que buscó tipificar el fenómeno de la relocalización de empresas a partir de sus rasgos particulares en función de cómo estos incluyen sobre la cultura organizacional. Se optó por un enfoque cualitativo y un diseño narrativo porque se trató de describir y analizar las ideas, creencias y puntos de vista de los participantes frente a los procesos de relocalización. La técnica empleada para recolectar la información es la historia de vida.

El autor logró identificar que los procesos de cambio estratégico y estructural generan inestabilidad, porque cuanto más largo es el proceso, mayor será el riesgo de fracasar en su implementación, incluso desde la perspectiva de algunos autores se cree que, ante cambios radicales en la estructura de una organización, los efectos y riesgos de este son similares a aquellos a los que se encuentra expuesta una organización en su momento fundacional.

El autor concluye que, la jerarquización de los espacios, la uniformidad de los puestos de trabajo, la separación entre lo público y lo privado, la apertura de los espacios, la distribución de las áreas, las condiciones medioambientales, la accesibilidad, la circulación interna, los puntos de control pasivos y activos, son solo algunas de todas las variables en las que la cultura organizacional se expresa a través del espacio que ocupa.

A nivel nacional, se logró identificar estudios relacionados a la presente investigación, un ejemplo de esto, es el trabajo de (Romero, 2018) titulado “Procesos de relocalización industrial en el municipio de Tocancipá (Cundinamarca-Colombia) durante el periodo 2000-2015”, que tuvo como objetivo evidenciar las nuevas configuraciones territoriales generadas por el efecto de las nuevas dinámicas económicas que recaen sobre sus habitantes, develando contradicciones del proceso de acumulación del capital. Así, en la búsqueda por analizar el comportamiento de las nuevas estrategias geográficas del capitalismo se propuso un estudio a varias escalas macro y micro. Para esto, el estudio se fundamentó en una perspectiva teórica y conceptual sólida que buscó analizar el sistema de producción a escala global, estudió los patrones de emplazamiento industrial en el ámbito nacional y, por último, hizo énfasis en el estudio de caso en torno a los factores de localización en la industria local del municipio.

El estudio se enmarcó en una perspectiva cualitativa; para ello, el autor adoptó un conjunto de procesos, herramientas y métodos que le permitieran profundizar en su fenómeno de estudio de forma precisa, completar, organizar e interpretar la información conforme al enfoque elegido.

En un primer momento, se consideró empezar desde una fase preliminar de acercamiento al tema como una pauta para hacer el reconocimiento del campo a estudiar. Aquí, surgió la necesidad de construir un proceso visual a través de visitas que permitieran hacer una lectura empírica que lograra una reflexión acerca de los grandes rasgos ubicados en la zona, delimitando

el problema y evaluando su viabilidad de análisis. Posteriormente se dio paso a una profunda revisión de fuentes secundarias que permitieron el acceso a un conjunto de información detallada.

Se realizaron entrevistas semiestructuradas a personas representativas, a personas cercanas, participantes y/o expectantes conocedoras de las dinámicas, entre estas: docentes, directivos, sindicalistas, funcionarios del sector público, personal cooperativo, las mismas comunidades de los centros urbanos y de las veredas. También fue sustancial recurrir a la producción y al manejo de material fotográfico por medio de un registro propio en tanto evidencia de la influencia de las áreas donde se ha venido asentando la actividad industrial. Por último, se integraron a las fuentes primarias; los relatos de las historias de vida de las personas que han tenido un amplio trasegar en la interacción con las dinámicas del municipio.

En el estudio se sostiene que la configuración territorial que ha tenido la geografía de Colombia con base en el crecimiento industrial, de manera prolongada, se ha concentrado en las regiones de sus principales ciudades. En ese sentido, la organización espacial de la producción sigue estando polarizada y condicionada por el patrón de división espacial heredado por el sistema económico proteccionista que prevalecía antes de la apertura económica. Así pues, se permite concluir que la organización espacial de la producción industrial actual se mantiene debido a la herencia de la industrialización por sustitución de importaciones y, por lo tanto, el mejoramiento de los indicadores del desarrollo en las regiones periféricas no ha representado cambios en la organización espacial de la producción industrial.

Según lo anterior, la economía del país cambia, pero el espacio mantiene las viejas estructuras que creó el modelo anterior. Esto se debe a lo difícil que resulta modificar el esquema espacial proveniente del modelo de sustitución de importaciones. Es decir que los cambios

históricos y los cambios espaciales no van a la misma velocidad. La estructura espacial de todo el país se encuentra en un estado de transición que tendrá que reconfigurarse más adelante.

Y por último como conclusión se pudo concretar que en el municipio de Tocancipá, lo que al principio era un corredor de servicios de recreación, restaurantes y unas pocas industrias, se ha consolidado en un centro de acopio industrial en donde se crean condiciones sociales y espaciales exclusivas para la localización de industrias con alto perfil económico, las cuales van a tener mayores ventajas en la competencia por el espacio. Este crecimiento industrial restringe la completa posibilidad de consolidar una base económica de sustento para las personas con sus propias unidades productivas.

Las actividades locales son sustraídas del territorio por parte de los actores empresariales dominantes que insertan nuevas oleadas de capital y transforman los preexistentes modos de producción y de trabajo.

La apropiación de la tierra por parte del capital también cuenta con el objetivo de general un efecto placebo de exclusividad y seguridad en los modelos de urbanización, ya sean apartamentos o casas, lo cual implica que el territorio de Tocancipá se convierta en una periferia central llena de contrastes geográficos y sociales para quienes no pueden acceder fácilmente al recurso espacial.

Lo anterior permite poner en tela de juicio la existencia de una redistribución equitativa de los ingresos en el municipio que se evidencia en el desplazamiento del sector agrícola tradicional, en el acaparamiento y monopolio de tierras, en la agudización de la desigualdad social, en la degradación ambiental y en una cuestionable incoherencia entre las facilidades otorgadas a la localización industrial y las dificultades para solventar las necesidades comunitarias.

El estudio de (Fuentes et al., 2019) titulado “La demografía industrial en Colombia: localización y relocalización de la actividad manufacturera”, se trazó como propósito analizar espacialmente la industria en Colombia describiendo los procesos históricos que configuraron los principales centros industriales en el país, además de esto los autores realizaron un análisis de la localización y relocalización industrial para el periodo 2005-2015.

La estrategia metodológica empleada por los autores correspondió al enfoque cuantitativo llevado de la mano con un análisis espacial y un ejercicio descriptivo del estudio de la demografía industrial en Colombia, con el apoyo de diversos instrumentos de recolección de información entre los que destacaron las fuentes secundarias, apoyados principalmente en el directorio estadístico de empresas del Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, esto para el caso de la localización de las actividades manufactureras y para el caso de la relocalización de la misma se apoyaron en las bases de datos de empresas de la superintendencia de sociedades de Colombia.

Los autores sostienen que en Colombia, la localización de la industria se ha dado en torno a las principales ciudades del país, las cuales están ubicadas en regiones estratégicas en el territorio nacional como es el caso de Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga, todas estas ciudades mantienen una notable influencia en la consolidación de aglomeraciones industriales y diversos focos de desarrollos económicos desde la última mitad del siglo XX, una característica a considerar en los patrones de localización del país es que estas se dieron buscando una mayor accesibilidad a los mercados domésticos, caso muy distinto a los múltiples procesos de desarrollo industrial ocurridos en otros países en donde aprovecharon el medio geográfico para localizarse cerca de las costas pensando más en el comercio internacional, esta es una diferencia significativa ya que mientras otros países pensaban expandir su economía de manera global, Colombia hizo una apuesta a expandir su economía pero solo en su territorio.

Frente al interrogante: cómo fue la localización de las industrias manufactureras en Colombia, es posible hacerse una idea de cómo fue la dinámica de relocalización de la misma, en realidad no se evidenció un proceso de relocalización bastante considerable, porque cuando se habla de relocalización se hace referencia al traslado de un lugar a otro de un establecimiento industrial, con el fin de mejorar su posición en el mercado o buscando adaptarse a las nuevas dinámicas del mismo.

En el caso de Colombia, la relocalización se presenta cuando se produce un desplazamiento geográfico de una determinada industria en virtud de múltiples factores detonantes entre los que se destacan principalmente la cercanía geográfica y atractivas oportunidades fiscales, todo este comportamiento obedece a que la industria ve un beneficio en las áreas de aglomeración que allí se concentran, dado que esto facilita la cadena de producción mediante los servicios, algo característico de todo esto es que, los departamentos con mayor cantidad de establecimientos industriales son precisamente los que mayor industria relocalizada reciben, es como un ciclo que se presenta en estos fenómenos de las localizaciones y relocalizaciones, la mayoría de las veces se dan entre los mismos departamentos .

Los autores concluyen que el proceso de industrialización en Colombia solo se consolidó en el siglo XX, además afirman que, la mayoría de establecimientos industriales se encuentran en la zona centro del país, que solo por el hecho de estar alejadas de las costas limita el aprovechamiento de las ventajas geográficas para obtener acceso a los mercados internacionales.

Finalmente, la industria colombiana tiene vocación local y sus principal mercado es el interno, con una gran limitación en términos espaciales, para desplazar los productos a puertos con logística exportadora y por ultimo concluyen que las industriales que más se relocalizan en el país se desplazan a territorios cercanos a donde estaban localizadas, en un inicio se cree que se debe a

todo este interés de movilidad, motivado por elementos y restricciones institucionales, pero siempre bajo la motivación de no perder su participación en el mercado.

## **2.2. Marco teórico**

Las numerosas localidades que existen actualmente en nuestro mundo, muestran cambios notorios y transformaciones urbanas precedidas del nivel de influencia en la conexión con ciudades aledañas o regiones cercanas que alcanzan un grado de modernización y flujo constante de intercambio económico y cultural con territorios extranjeros, envolviendo a las personas en una participación mínima en los procesos políticos, sociales y económicos de las poblaciones.

Con esta lógica, la globalización impera haciendo que exista desarrollo o por el contrario un estancamiento debido a que dicho fenómeno obliga a los ciudadanos a tomar las decisiones más apropiadas en forma de políticas sociales guiadas al desarrollo y sostenibilidad en sus respectivos territorios.

Lo anterior, se puede comprender analizando cómo el desarrollo local o regional de una ciudad o territorio se somete sutilmente y a los distintas transformaciones sociales y físicas urbanas referentes al dinamismo del crecimiento y progreso que no se establecen en su espacio sino más bien en otras regiones o localidades cercanas que pueden influir debido a que funcionan como sistemas abiertos de cambio, por esta razón deben analizarse de forma general dentro del territorio pero conectando las conexiones y efectos entre los espacios de conglomeraciones que componen una región. De esta forma, las ciudades se puede caracterizar tomando referencia a otras unidades del mismo conjunto territorial e inclusive con otras fuera de este. (Lira, 2003).

En este sentido, se eliminan las barreras geográficas imaginarias que delimitan los territorios, se reduce la conexión distancia – tiempo entre los pueblos y se expanden los paradigmas, las políticas territoriales se hacen más consistentes, se acelera el flujo migracional, se adaptan muchas de las culturas, se regula y equilibran las brechas de diferenciación tecnológica, se vitalizan los acuerdos y se abren más tratados como forma de creación de valor y de producción más eficiente, se internacionalizan los mercados de bienes y servicios, fluyen sin pausa los capitales en busca de las mayores rentabilidades y se hace todo más dinámico. Es la nueva forma de la globalización, producida por la revolución de las comunicaciones constantes.

Dicha revolución, esencializada por el grado de alcance en el desarrollo tecnológico, su innovación constante y la creciente velocidad con que se difunde, ha poblado más el planeta acortando las distancias convirtiendo cercanos a los pueblos, las sociedades y sus habitantes.

En palabras de Thomas Friedman, el mundo ha cambiado significativamente, ahora es más pequeño y el fenómeno llamado globalización ha mutado, apenas llegaba a los estados y ya se acogía en las empresas, luego en nuestros días esto ha llegado a las personas. (Vallejo, 2007)

Así pues, no se pueden menos que reconocer las grandes oportunidades que ofrece y hacen atractiva la globalización para el Desarrollo Local, debido a que estos poblados por muy pequeños que sean entran a jugar un papel fundamental en la economía de las naciones y siendo para muchos el punto culminante del fenómeno, es así como en la dimensión económica puede ofrecer: La internacionalización o ampliación completa de los mercados, en los que también lo “propio” tiene la oportunidad de ser valorado y potencializado como palanca del desarrollo local. El acceso a un capital cada vez mayor, que no tiene nacionalidad, que está a la caza de buenas oportunidades, y que se puede poner al servicio de negocios basados en ideas y recursos locales. La oportunidad de

hacer alianzas y emprender procesos de integración vertical y horizontal, que dinamizan la investigación científica, la innovación y la producción locales.

Paralelamente, este escenario de la globalización está marcado por la creciente transnacionalización de la producción y la hegemonía de la empresas transnacionales en la evolución de las actividades económicas más dinámicas, organizando su producción más allá de las lógicas marcadas por los espacios políticos y los mercados nacionales que caracterizaron a las empresas multinacionales (Aragón & De la Fuente, 2007).

En este sentido, los procesos de desarrollo de las localidades son en esencia consecuencia o efecto del desarrollo de la economía internacional en donde estas poblaciones buscarán mutar sus actividades económicas o realizar cambios en su ciudad o territorio con el fin de buscar una estabilidad económica y social urbana. Así pues “La valorización de lo local en relación dialéctica con lo “global” ha dado a lugar incluso a un extraño neologismo “Glocal” para tratar de expresar la pertenencia de los dos ámbitos espaciales al mismo campo relacional” (Moncayo, 2001). Por esta razón uno de los cambios que en la actualidad se está llevando a cabo en las ciudades y localidades en auge consiste en localizar y/o re- localizar las actividades económicas (LAE o REAE), buscando de esta manera una mejor organización urbana, así como la adecuada ubicación estratégica que permita llevar a cabo programas económicos locales vinculados al desarrollo y fortalecimiento de las diversas actividades económicas ya constituidas.

Los conceptos vinculados a la localización de las actividades económicas productividad urbana, aglomeración, externalidades, medio ambiente, economías de escala y costos de transporte, centralidad, sistemas de transporte, distancia y costos de oportunidad. Tales conceptos son determinantes en la decisión que toman las empresas (o industrias) de localizarse en tal o cual espacio –sea al interior de una ciudad o fuera de ella (en la región).

La localización de la actividad económica es fundamental para la economía urbana, por cuanto implica la capacidad de organizar el uso del espacio, y más aún, el espacio en términos económicos. Ello a partir del uso del suelo urbano y, por lo tanto, genera la renta del suelo. Asimismo, ante tal aseveración es necesario tener en claro los patrones de localización que siguen las actividades económicas, es decir, qué factores determinan el que se dé una localización en determinado espacio y no en otro (Hernández, 2006).

Hoy día la economía local ha venido experimentando un crecimiento significativo, el balance preliminar de las economías de la región en América latina y el caribe muestran que ha habido un crecimiento económico porcentual, como es el caso de países como Colombia y Brasil para los cuales se estima según las proyecciones de crecimiento del PIB para el año 2018 - 2019 un incremento de 2.7% a 3.3% y 1.4% a 2.1% respectivamente, casos como el de Bolivia, Paraguay, Perú y Chile que hoy día están puntuando dentro de las proyecciones de crecimiento del PIB se han logrado mantener en los primeros puestos respecto al año anterior , pero es de anotar que solo Bolivia y Paraguay han logrado mantener el crecimiento que venían registrando, respecto a los demás países ya mencionados han estado disminuyendo gradualmente su crecimiento del PIB. Solo Argentina y Venezuela están por debajo del 0% del crecimiento del PIB. Así mismo las economías de América latina y el caribe crecerán 1.8% en el 2019, puesto que en el 2018 dicho crecimiento era del 1.3%. Con este informe se prevé que la economía local crecerá un 3.3% en el 2019 (CEPAL, 2018).

La conferencia de las naciones unidas sobre comercio y desarrollo (UNCTAD, 2018), en su informe sobre el comercio y el desarrollo , revela que la participación de los países en desarrollo en el comercio digital podría ser un primer paso prometedor, al promover una infraestructura

digital de equipos y programas, requisito básico para que las personas y las empresas intervengan con éxito en la economía digital. Lo anterior, es por supuesto un esbozo contundente de que en los países en desarrollo se hace necesario que la tecnología ayude y refuerce las actividades que conciernen al comercio, así pues, vemos como los establecimientos de las ciudades poseen una base digital donde se registra cada actividad de venta y compra de los productos que ofrecen así como el envío de pedidos, paquetes y productos a través de plataformas virtuales de venta o programas y aplicaciones comerciales que ayudan al flujo constante de capital y materia, esto sin duda surge gracias a la necesidad primaria de comercio.

Las actividades terciarias son eminentemente urbanas, y la localización de éstas ha condicionado, condiciona y condicionará no solo el desarrollo de muchas otras actividades, sino también el de la organización urbana y la importancia de la ciudad en la economía global. En esta estricta y delgada línea de competencia nace lo que para muchos es considerado como la localización y relocalización de actividades económicas urbanas, debido a que la localización es la primera de las relaciones que establece cualquier actividad económica con el territorio. Es decir que todos los lugares son distintos. Debido a la estrecha vinculación que territorio y actividades establecen, de ella depende en gran medida el éxito o el fracaso de la actividad, pero también el éxito o el fracaso del propio territorio.

La localización de las actividades económicas es de vital importancia para la economía de una ciudad en particular, puesto que ayuda a que se dé una buena organización del espacio público, a que se dé un correcto uso del suelo, del mismo modo se hace de vital importancia que se entienda con seguridad qué patrones de localización siguen estas actividades económicas, qué es lo que produce que una actividad económica determinada se localice en un lugar y no en otro.

Así pues, la localización en el caso de una industria en un determinado lugar es asumida como una estrategia económica y comercial implementada para obtener los mayores beneficios o la mejor rentabilidad, sin duda la localización cercana y próxima a un territorio es un factor determinante en la toma de la decisión de localizarse, lo que reduce los riesgos de no tener éxito en otros lugares (Fuentes et al., 2019). Por lo tanto, a fin de comprender el por qué la localización de la actividad económica, es necesario revisar los modelos de localización urbanos.

Como menciona Polèse (1998) citado en (Hernández, 2006) “es sabido que los modelos económicos del espacio urbano parten de la teoría de localización de producciones agrícolas, las cuales tratan del uso del suelo concebidos para explicar por qué se destinan los terrenos a distintas funciones” (p.9).

Dentro de las teorías de localización, se encuentran múltiples explicaciones o modelos que argumentan cómo las actividades dan origen al orden urbano y de qué manera se van originando y distribuyendo incluso los poblados.

Desde las teorías de la distribución espacial de las actividades económicas (Asuad, 2014), se puede mencionar primeramente que cuando se trata de abordar la cuestión de cómo se forman los llamados espacios centrales en las ciudades siempre se hace referencia al modelo de Christaller, quién consideraba para su teoría, que la formación de lugares centrales, el mismo que se define como una zona del espacio que concentra y centraliza actividades económicas dirigidas a la población que esta alrededor de él. (Asuad, 2014) afirma que:

“De acuerdo con Chistaller, la tendencia general de las empresas, cuyas áreas de mercado son comparables es a reagruparse en un mismo lugar, generalmente un lugar central que minimiza sus costos de transporte. Por lo que afirmó, que los servicios tienden a concentrarse y centralizarse espacialmente, lo que da lugar a una ciudad, cuyo tamaño y características depende de su área de

complemento a la que sirve. De ahí que asuma que los centros urbanos existen en el lugar donde los bienes y servicios deben ser comercializados y que su tamaño y la jerarquía del sistema de ciudades dependen de la producción del tipo de servicios” (p.8).

Las decisiones de localización y las interacciones económicas de los agentes económicos desde diversos sitios localizados en el espacio, propician la formación de lugares centrales.

El lugar central se concibe de manera dual, por un lado, corresponde al lugar geométrico que ocupa el centro de un espacio dado, al mismo tiempo la centralidad alude a un criterio funcional, que corresponde al tipo de actividades económicas que desempeña con respecto a un espacio dado, es decir, el espacio en función de una actividad comercial. La centralidad funcional de una ciudad o localidad se caracteriza por el desempeño económico que ejerce, el cual depende a su vez de su área de influencia. Las empresas cuyas áreas de mercado son comparables se reagrupan en un mismo lugar, generalmente el más accesible lo que propicia la formación de un lugar central o centro, a partir del cual se ordena y estructura la actividad económica de su área de influencia, con esto pueden existir hablando por la actividad económica uno o varios centros o ejes de influencia comercial. La función de centralidad de la ciudad viene dada por la concentración de servicios y bienes que proporciona ésta sobre y para su región circundante. Christaller la definió como la función propia de la ciudad y realizó el cálculo a partir de la proporción entre los servicios y bienes que proporciona la ciudad, tanto para sus propios residentes como para los visitantes, y los servicios necesarios tan sólo para sus propios residentes. Por tanto, una actividad central es aquella que sólo puede ser ofrecida en una localidad central.

El modelo de Christaller está inspirado del productor al consumidor. Son los consumidores quienes se desplazan al “mercado único” para adquirir los bienes y servicios que necesitan. Los consumidores presentan una necesaria distribución espacial homogénea, un poder adquisitivo

igual, y, sobre todo, un comportamiento igual, siempre se desplazan por el principio de proximidad buscando el mínimo coste de desplazamiento. Esto supone otro de los requisitos del sistema, los consumidores siempre irán al centro más cercano.

No todas las ciudades tienen la misma capacidad de atracción, unas son más importantes y otras menos en función de la variedad de mercancías y servicios que son ofrecidos. Esto supone la existencia de una jerarquía de ciudades que determina el territorio sobre el cual tienen influencia. A mayor jerarquía mayor región complementaria. En tal jerarquía el nivel superior ofrece el mayor número de bienes y servicios (y con mayor categoría dentro de cada sector) incluyendo los bienes y servicios de los lugares centrales que están en los niveles inferiores. Estas relaciones jerárquicas actúan igual para todos los lugares centrales independientemente de su orden.

Esta cuestión es la que hizo relevante la teoría de Christaller para la teoría de las actividades terciarias, utilizándolas para determinar la jerarquía de la ciudad. Otorga explícitamente a las actividades terciarias el papel principal de condicionar las relaciones entre ciudad y territorio. Por primera vez la jerarquía no es determinada tan sólo por el tamaño de la población, siguiendo el modelo rank-size desarrollado en 1913 por Félix Auerbach.

La distancia máxima que los consumidores están dispuestos a recorrer para adquirir un bien o servicio, se denomina alcance económico, mientras que el umbral económico es el tamaño mínimo de mercado por debajo del cual un bien no puede ser servido. Ambos límites varían de tamaño proporcionalmente en función de la jerarquía. La delimitación del alcance determina el área de mercado de cada ciudad.

El tamaño y el lugar que ocupa en el sistema urbano, es decir su jerarquía como ciudad, depende de su área de mercado, el cual a su vez depende del umbral y el rango del mercado.

El modelo original se sustenta en el supuesto que un centro urbano existe donde hay bienes y servicios que se intercambian entre ese lugar central y su área de influencia, esto a su vez puede tener impacto en ciudades relativamente cerca y que comparten intereses económicos y sociales comunes.

El lugar central debe producir u ofertar servicios a una población espacialmente dispersa a través de una planicie isotrópica que la rodea. El propósito principal de este modelo es mostrar como los servicios comienzan a organizarse territorialmente dentro de la jerarquía urbana. Cabe aclarar que los servicios o sector terciario de la economía corresponde a las actividades, corresponden a actividades relacionadas con los servicios materiales no productores de bienes, que incluyen entre otros la actividad comercial, transportes, comunicaciones, finanzas, turismo, hospedaje, ocio, cultura, salud, educación, administración pública y privada, etc.

Aunque se lo considera un sector de la producción su papel corresponde a las actividades de distribución y consumo de la actividad económica.

Christaller explica el proceso de concentración y centralización de los servicios basados en el funcionamiento espacial del mercado a través de los conceptos de umbral y rango de mercado. Los cuales expresan espacialmente las fuerzas económicas que organizan las actividades en el espacio: costos de transporte y economías de aglomeración o economías de escala espaciales y que conforman las áreas de mercado.

El umbral de la demanda corresponde a la demanda mínima requerida, a través de los ingresos que requiere el productor para estar en condiciones de cubrir los gastos, incluyendo el beneficio de la empresa para que el servicio se preste, lo cual a su vez depende de la densidad económica en el espacio que lo rodea, es decir de la distribución geográfica de los consumidores.

El rango de un servicio es la distancia máxima a la cual los consumidores están deseosos de viajar para adquirirlos, incluye el máximo costo de transporte que está dispuesto a pagar o la máxima distancia a la que puede vender la empresa por la distancia y costo de transporte en la que incurre.

Hay que anotar que existen otros modelos como el de Von Thunen que brinda su aporte fundamental a la teoría de la localización de las actividades agrícolas, en el que logra demostrar que la distancia y los costes de transporte imponen un ordenamiento territorial de estas actividades económicas, todo esto trajo con siglo el surgimiento de múltiples teorías sobre cómo deben localizarse las empresas, entre esas teorías, la teoría del coste mínimo: el supuesto central de la teoría es que la empresa individual al momento de instalar debe tener claro el monto de la demanda que esta puede cubrir y a que precios.

Por otro lado el mayor impulso a la teoría de la localización de las actividades industriales, lo propuso A. Weber (1909) citado en (Duch, n.d.). Para este autor la localización tiene un esquema bastante similar al planteado por Von Tunen. Weber sostiene que las empresas se re-localizaran en aquel lugar donde los costes de producción y distribución puedan ser minimizados por lo que se deben cumplir 3 etapas: la primeras es el punto que minimiza el coste de transporte, en este sentido weber sostiene que dado los puntos de consumo y obtención de las materias primas, se hace de vital importancia encontrar un lugar en el que se localizara la unidad de producción que minimice los costes de transporte, esto de la mano con otro factor determinante, el factor trabajo tiene que ser un lugar donde este resulte más barato y que además posean ventajas de una aglomeración, entonces así la localización se puede modificar, una vez establecido el lugar que minimice los costes de transporte, la segunda etapa obedece a los sitios con los costes laborales mínimos. Weber analiza como de existir un lugar cercano al sitio de la producción caracterizado

por costes laborales a bajo precio, podría modificarse la localización óptima de una empresa, esto solo ocurre si el ahorro en coste de mano de obra es mayor al costo de transporte adicional que tendría que pagar la empresa por establecerse en ese lugar, y la tercera etapa corresponde a la aglomeración, este es un factor que puede alterar la localización óptima de una empresa si mutiles empresas deducen que pueden obtener algún ahorro en alguno de sus procesos se puede presentar la aglomeración, si se localizan juntas estas buscaran localizarse en un punto en el que el ahorro sea superior al coste de transporte adicional.

Sobre este aspecto, Overman y Puga (2010) citado en (Chisari et al., 2015) quien analiza las decisiones de aglomeración de empresas frente a la presencia de pools de trabajo, sostiene que la concentración de mano de obra permite una asignación eficiente del trabajo (el cual puede cambiar de puesto sin alterar su residencia) entre empresas que experimentan shocks idiosincráticos de productividad. Estos autores extienden el modelo de Krugman (1991) considerando múltiples sectores y localizaciones, donde los beneficios de la aglomeración dependen de la combinación de localización entre diferentes tipos de empresas y son mayores cuanto más heterogéneos son los shocks productividad de las empresas. El resultado más importante del trabajo es que aquellos sectores cuya actividad sea más volátil estarán mayormente concentrados.

En la actualidad, se viene presentando una competencia comercial en función de ofrecer los mejores precios, lo que obliga a las empresas a elegir un lugar de localización y luego un precio de venta de sus productos con el objetivo de establecer su negocio con la mayor obtención de beneficios posibles (costos de transporte , mano de obra ubicación del mercado de acción, etc.), esto sumado a que deben tener presente en qué lugar se están ubicado sus competidores y aquel precio se pretende vender los productos, Hotelling plantea un modelo de interdependencia

locacional, conocido como la ley de Hotelling, el cual establece de que en una multitud de mercados es lógico para los productores hacer de sus productos similares tanto como esto sea posible todo esto reflejado en un mercado rectilíneo uniforme, limitado y con una demanda constante esto es aplicable si y solo si estas empresas que están ubicadas cerca se separen en un espacio preferente, diferenciando sus productos y haciendo posible una aglomeración caracterizada por la competencia monopolística.

### **2.3. Marco conceptual**

En la presente investigación se considera esencial definir algunos términos y categorías para ilustrar los ejes que han servido de soporte al mencionado estudio:

Ciudad: como mencionan (R. Abler, J.S. Adam P. Gould, 1972). Citado en (Correa, 2012) Puede concebirse como una organización espacial de personas y actividades especializadas, diseñadas para maximizar los intercambios; a nivel local, la ciudad es el menor medio de interrelacionar actividades sociales y económicas para máximo beneficio de todas ellas; a nivel regional, aparecen sistemas de ciudades para organizar intercambio entre lugares distantes y para facilitar, a las áreas circundantes de carácter no urbano, los bienes y servicios que necesitan

Según (Puyol, Estébanez, y Méndez) citado en (Herranz, 2015) "La ciudad es un espacio vivido basado en un conjunto de símbolos y valores que se van elaborando a través de un conjunto de impresiones y experiencias personales y colectivas. Comprenden las imágenes que los individuos y grupos se forman de la ciudad y de sus diferentes partes y atributos (calidad de vida,

espacio social, seguridad, comercio, recreo, etc.) y es importante, ya que estas imágenes ejercen un gran control en la toma de decisiones espaciales".

**Municipio:** Entidad administrativa menor de un estado que puede ocupar una localidad o más de una. Se designa con el término de municipio a aquella entidad administrativa menor que agrupa una sola localidad o varias de un estado. (Ucha, 2010)

**Localidad:** El concepto de localidad es un término que se utiliza a nivel administrativo y geográfico para designar a determinado tipo de territorios y espacios que se caracterizan por tener algunos rasgos en común. Las localidades pueden variar ya sea en términos de superficie, de cantidad de habitantes, de geografía, etc., pero siempre se las considera parte integrante de otras formas administrativas como pueden ser la provincia, el estado o el país. Además, dependiendo de su tamaño, pueden o no albergar diferentes pueblos o pequeñas ciudades, cada una con un perfil e identidad particulares (Bembibre, 2011).

El término localidad es utilizado con frecuencia en el lenguaje común y, en consecuencia, se utiliza en varios sentidos y muchas veces vagamente. Suele emplearse de manera indistinta para hacer mención a un municipio o a una zona urbana dentro de una ciudad (sea que esté dentro de los límites de un municipio, sea que, por el contrario, rebase esos límites), incluso localidad suele referirse a una colonia o a un asentamiento irregular dentro de una ciudad [ ] La localidad, como ya se mencionó, es una unidad estadística territorial, que si bien es un elemento básico en el análisis de la concepción territorial del desarrollo, en algunos casos no es suficiente para comprender las transformaciones sociales en la desaparición, creación, fusión, cambio de municipio o entidad federativa de las localidades (Concejo Nacional de Poblacion, 2010)

La definición censal de Localidad se basa en el criterio físico<sup>4</sup>: “... es una porción de la superficie de la tierra caracterizada por la forma, cantidad, tamaño y proximidad entre sí de ciertos objetos físicos artificiales (edificios) y por ciertas modificaciones artificiales del suelo (calles), necesarias para conectar aquellos entre sí...” (Anonimo, 2006)

Desarrollo local: El concepto de desarrollo local enfatiza las acciones y decisiones que se toman dentro de un determinado espacio, no obstante, queda claro que los factores exógenos también influyen y juegan un rol importante.

Es necesario tener una visión global de los factores que inciden a nivel local para comprender con más exactitud cómo se dan estos procesos de desarrollo.

Así, se debe entender que fundamentalmente el desarrollo local es un resultado de las decisiones de los actores que interactúan o inciden dentro de un territorio. En el desarrollo participan tanto actores públicos como privados e implica acciones relacionadas con el mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos, la creación de productos de valor económico, una mejor administración de los recursos, etc.

Si bien el desarrollo local tiene un fuerte componente político, esto no significa en absoluto que la responsabilidad del desarrollo sea exclusiva de los gobiernos, municipios u otras instituciones políticas. El desarrollo es el resultado de la multiplicidad de acciones de los diferentes actores tanto públicos como privados que inciden sobre el territorio.

De todas formas, para pensar en un proceso de desarrollo local es fundamental también concebirlo inserto en un modelo de desarrollo nacional; sin duda, un patrón común de desarrollo

---

<sup>4</sup> En el INDEC se utiliza el término “localidad censal” como sinónimo para la localidad definida según este criterio.

otorga herramientas y apoyos (económicos y políticos) que benefician el crecimiento local (Concejo Nacional de Poblacion, 2010)

Existen no muy pocas definiciones sobre desarrollo local. Pero esto no quiere decir que existan interpretaciones similares según (Rojas, 2005) citado por la (Fundación DEMUCA, 2005) “El desarrollo local es un proceso concertado de construcción de capacidades y derechos ciudadanos en ámbitos territoriales y político-administrativos del nivel local (municipios = territorio) que deben constituirse en unidades de planificación, de diseño de estrategias y proyectos de desarrollo con base a los recursos, necesidades e iniciativas locales. Este proceso incorpora las dinámicas del desarrollo sectorial, funcional y territorial, que se emprenden desde el Estado, las organizaciones sociales y la empresa privada en el territorio.”

“El desarrollo local es integral; según (Rojas, 2005) citado por la (Fundación DEMUCA, 2005) este incorpora en el diseño de sus planes al conjunto de dimensiones presentes en el territorio: social, económico, ambiental, etc. Por ello, iniciar un proceso de desarrollo local debe permitir favorecer el crecimiento económico, la democracia política y el progreso social, de modo que se vaya alcanzando el desarrollo humano sostenible.”

El objetivo del desarrollo local es construir las capacidades institucionales y productivas de un territorio definido, con frecuencia una región o municipalidad, para mejorar su futuro económico y la calidad de vida de sus habitantes. Esta definición nace de un consenso entre diversas instituciones globales tales como el Banco Mundial, Naciones Unidas, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD) y CAF –banco de desarrollo de América Latina–, así como de académicos y profesionales con experiencia en el área. (Clark et al., 2012)

Por otro lado, Millán Escriché opina que el desarrollo local puede tomarse como “el conjunto de experiencias que se han desarrollado utilizando recursos locales (humanos y

financieros) sin intervención directa del estado y localizados en pequeños centros” diseminados a lo largo del territorio (Juárez, 2013).

Desarrollo económico local (DEL): según (Albuquerque, 1996) citado por la (Fundación DEMUCA, 2005) : “El Desarrollo Económico Local es un proceso reactivador de la economía y dinamizador de la sociedad local, que mediante el aprovechamiento eficiente de los recursos endógenos (internos) existentes en una determinada zona, es capaz de estimular su crecimiento económico, crear empleo y mejorar la calidad de vida de la comunidad local”.

Según (Albuquerque, 2004) citado en (Alderete, 2013) Tal como define la OIT, el Desarrollo Económico Local es “Un proceso de desarrollo participativo que fomenta los acuerdos de colaboración entre los principales actores públicos y privados de un territorio, posibilitando el diseño y la puesta en práctica de una estrategia de desarrollo común a base de aprovechar los recursos y ventajas competitivas locales en el contexto global, con el objetivo final de crear empleo decente y estimular la actividad económica”.

(Albuquerque, 2004) citado en (Fundación DEMUCA, 2005) plantea que el DEL “no se sustentan en el desarrollo concentrador y jerarquizado, basado en la gran empresa industrial y la localización en grandes ciudades, sino que buscan un impulso de los recursos potenciales de carácter endógeno tratando de construir un “entorno” institucional, político y cultural de fomento de las actividades productivas y de generación de empleo en los diferentes ámbitos territoriales”.

Desde otro foco conceptual la (Fundación DEMUCA, 2005) entiende el DEL como un proceso participativo y coordinado entre los distintos niveles del Estado y los principales actores de la sociedad civil y del sector productivo, que conduce a generar mayor bienestar de la ciudadanía mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en los territorios y la dinamización equitativa de sus economías.

Sistemas Económicos Locales: según (Albuquerque, 1997) citado por (Fundación DEMUCA, 2005) Un sistema económico local está constituido por el conjunto de actores productivos y de relaciones económicas y socio-laborales en torno a un rubro de la economía, que tienen un cierto grado de coherencia socio-económica y territorial, no necesariamente coincidente con la división administrativa del territorio.

Localización: El término localización alude también al resultado de la acción que consiste en elegir la localización de un objeto en un lugar, teniendo en cuenta las ventajas relativas que la posición de ese lugar representa. El actor responsable de la localización debe responder a la pregunta siguiente:

¿Dónde? Dónde habitar en el caso de una pareja frente a la elección de una localización residencial, dónde implantar la producción de un bien o de un servicio en el caso de una empresa, dónde ubicar un equipamiento colectivo en el caso del poder público con la seguridad de que, considerados los objetivos que éste se propuso, la localización retenida sea la más ventajosa (Pumain, 2004)

Por otro lado, en lo que respecta a (Durand, 2008) menciona que “Toda localización dotada de una cierta permanencia, en consecuencia observable, corresponde al funcionamiento de un sistema dotado de una cierta estabilidad (propiedades homeostáticas). O incluso si una forma espacial, una localización, es observada frecuentemente y presenta una cierta perennidad, es porque corresponde al funcionamiento de un sistema dotado de propiedades homeostáticas. Desde que existe una división social del trabajo, aparece una jerarquía de los lugares de producción y de servicios. A partir del momento en que aparecen núcleos de concentración en una distribución espacial cualquiera, la distancia a estos núcleos se vuelve un principio importante de organización y de diferenciación del espacio. En cada fase del tiempo, la organización del espacio está

influenciada por tensiones, inscritas ellas mismas en el espacio. Éstas son las tensiones físicas y las que resultan de las acciones de las generaciones anteriores”

Relocalización: según (Perez & Gardey, 2015) “Relocalización es un concepto que no está incluido en el diccionario de la Real Academia Española (RAE). La noción de localización, en cambio, se menciona como el proceso y el resultado de localizar (descubrir dónde se encuentra algo o alguien, decidir un emplazamiento, limitar). La inclusión del prefijo re- nos permite indicar que relocalización consiste en volver a localizar. El término suele emplearse con referencia a ubicar nuevamente algo o a alguien en otro lugar [.....] El término es de uso frecuente en el ámbito de la economía para mencionar el desplazamiento internacional de una estructura productiva. En este contexto, también se maneja el concepto de deslocalización, que hace referencia al traslado de las operaciones de una compañía a un país en el cual el mercado presente condiciones más favorables, y donde los salarios sean más bajos [.....] La relocalización, por último, puede estar vinculada a volver a lo local. Cuando los bienes se producen, se comercializan y se consumen en un mismo país, se mejora la economía interna y se protege el medio ambiente (evitando el transporte a grandes distancias). No es raro el ciclo que lleva a una empresa a comenzar operando localmente, buscar ampliarse consiguiendo oficinas en el exterior y, finalmente, volviendo a centralizar su trabajo en el país de origen”

También puede resumirse como el traslado por parte de una empresa de toda o parte su actividad, existente previamente o de nueva creación, a otro territorio distinto al actual, esto refuerza la idea de un proceso dinámico en el que el lugar y la forma del destino de la actividad que se reubica ocupa un papel relevante (Aragón & De la Fuente, 2007)

Actividad económica: (Perez & Merino, 2017) “Las actividades son aquellas acciones o procesos que llevan a cabo los individuos o las organizaciones. El adjetivo económico, por su

parte, alude a lo vinculado a la economía (la ciencia dedicada al análisis de la satisfacción de las necesidades materiales de las personas a partir de recursos que son escasos). La actividad económica, por lo tanto, es el procedimiento que implica la producción y el intercambio de servicios y productos para satisfacer las necesidades de los individuos. Cada actividad económica se desarrolla en tres fases: la generación del servicio o del producto, la distribución del mismo y finalmente el consumo. Todo el proceso produce riqueza”

Las actividades económicas, agrupan e integran todos los procesos que tienen lugar para obtener un producto, un bien o un servicio, que está destinado a cubrir una necesidad o un deseo de un potencial consumidor, consumidores y de la sociedad en general. (Restrepo, 2011)

Comercio: Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes, sea para su uso, para su venta o para su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales o industriales entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios que se afectan a través de un mercader o comerciante. El comerciante es la persona física o jurídica que se dedica al comercio en forma habitual, como las sociedades mercantiles (SCIÁN, 2002)

Según definición del diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2005) citado en (Martínez, 2005), comercio se define como negociación que se hace comprando y vendiendo o permutando géneros o mercancías. También como comunicación y trato de unas gentes o pueblos con otros.

Según El Código de Comercio (2000) citado en (Martínez, 2005) lo define como una actividad lucrativa que consiste en la intermediación directa o indirecta entre productores y consumidores de los bienes y servicios a fin de facilitar y promover la circulación de la riqueza.

Comercio: desde el punto de vista económico, se caracteriza por la intermediación entre productores y consumidores con fines de lucro (Martinez, 2005)

El autor (Azpiazu, 1984) en su trabajo y escrito titulado “EL COMERCIO SEGÚN FORONDA” plantea que uno de los puntos básicos y más queridos dentro del pensamiento de Foronda es el comercio. Su importancia es capital; la grandeza de las naciones, el aumento de población, la felicidad de los pueblos, depende del comercio.

Mercado: Para (Astudillo, 2012) Comúnmente, la palabra mercado significa el lugar donde se compra y venden bienes como frutas, carnes, lácteos. Sin embargo, en economía el significado es más amplio ya que se refiere a cualquier acuerdo para que compradores y vendedores de una mercancía determinen que hagan negocios entre sí (estando en condiciones de fijar el precio). Y esta misma autora aclara que:

“En los mercados los vendedores y los compradores de una mercancía mantienen relaciones comerciales tan estrechas que pueden fijar su precio”

Mercado local: De acuerdo con la Orden ECO (Orden del Ministerio de Economía de España) el mercado local es el mercado inmobiliario del entorno urbano o rural homogéneo (barrio, pedanía, localidad, comarca) donde se encuentre el inmueble (edificio, elemento de edificio, finca rústica o terreno), o, cuando su uso o características no permitan disponer de comparables en dicha área, el mercado inmobiliario sectorial (oficinas, centros comerciales, hoteles, explotación agraria del cultivo dominante correspondiente), siempre que resulte representativo para su comparación dentro del territorio nacional<sup>5</sup>.

Según (Fischer & Espejo, 2011), autores del libro "Mercadotecnia", las empresas tienen identificado desde el punto de vista Geográfico su mercado. Y en el caso de mercado local lo

---

<sup>5</sup> <http://hedatuz.euskomedia.org/2268/1/02025042.pdf>

definen como aquel que se desarrolla en una tienda establecida o en modernos centros comerciales dentro de un área metropolitana. (I. Thompson, 2006).

## **2.4. Marco legal**

La Constitución de 1991 cimentó las bases del proceso de descentralización, de modo que las entidades territoriales quedaron como responsables de la promoción del desarrollo en sus territorios, asignando a los municipios la competencia directa sobre la planificación y administración del suelo urbano, así como del desarrollo físico de las ciudades.

Estos principios fueron desarrollados por la Ley 152 de 1994 -Ley Orgánica del Plan de Desarrollo, y la Ley 388 de 1997 -Ley de Desarrollo Territorial, las cuales adoptaron nuevas figuras de planeación para las ciudades: (I) el Plan de Desarrollo que hace concreto en programas y proyectos el programa de gobierno de cada alcalde durante su período; y, (II) el Plan de Ordenamiento Territorial (POT) como instrumento de planificación territorial. El POT incorpora el marco normativo de las ciudades, el régimen de suelo que otorga derechos y deberes a los propietarios de los suelos, y los instrumentos de planeación, gestión y financiación del desarrollo urbano.

En términos generales, un POT consta de los siguientes componentes: (1) General , constituido por los objetivos, estrategias y contenidos estructurales de largo plazo; (2) Urbano , constituido por las políticas, acciones, programas y normas para encauzar y administrar el desarrollo físico urbano; y (3) Rural , constituido por las políticas, acciones, programas y normas

para orientar y garantizar la adecuada interacción entre los asentamientos rurales y la cabecera municipal, así como la conveniente utilización del suelo.

Por otra parte, la mencionada Ley desarrolla una serie de instrumentos de gestión del suelo como mecanismos indispensables para la realización de operaciones urbanísticas integrales, entre las cuales se incluyen los proyectos de vivienda de interés social, que permitan agilizar y encauzar el ordenamiento del territorio. Entre estos se conciben las herramientas de planificación y las herramientas de gestión del suelo. Entre las primeras se cuentan los planes de ordenamiento territorial, los planes parciales y las unidades de actuación urbanística.

#### Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial 1454 de 2011

La presente ley tiene por objeto dictar las normas orgánicas para la organización político-administrativa del territorio colombiano; enmarcar en las mismas el ejercicio de la actividad legislativa en materia de normas y disposiciones de carácter orgánico relativas a la organización político-administrativa del Estado en el territorio; establecer los principios rectores del ordenamiento; definir el marco institucional e instrumentos para el desarrollo territorial; definir competencias en materia de ordenamiento territorial entre la Nación, las entidades territoriales y las áreas metropolitanas y establecer las normas generales para la organización territorial.

#### Decreto 1469 de 2010

Por el cual se reglamentan las disposiciones relativas a las licencias urbanísticas; al reconocimiento de edificaciones; a la función pública que desempeñan los curadores urbanos y se expiden otras disposiciones<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> <https://www.dnp.gov.co/programas/vivienda-agua-y-desarrollo-urbano/desarrollo-urbano/Paginas/el-desarrollo-urbano-en-el-pnd.aspx>

### **3. CAPITULO III: METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo de investigación**

Se trata de una investigación descriptiva longitudinal porque busca estudiar y evaluar las mismas características y agentes de un conglomerado urbano por un período prolongado de tiempo, lo que, Myers (2006) y Visser (1985), citado en Arnau & Bono, 2008) definen como la examinación de cambios producidos en el tiempo en una misma muestra.

#### **3.2. Población universo, marco de muestreo y unidad de análisis**

La población universo del estudio la compone un sector en particular de la estructura urbana del municipio de Cereté, acompañado de un conjunto de actividades comerciales y agentes del desarrollo urbano y económico localizado en este lugar, el cual se determinó mediante el Plano urbano de esta ciudad de carácter radio céntrico, que muestra la estructura vial, los servicios institucionales, de comercio, de transporte, turísticos y de interés general. Los censos del DANE y las estadísticas de la Cámara de Comercio de Montería.

Las Unidades de Análisis, la integran el conjunto de procesos de transformación urbana ocurridos en el período de estudio, tales como los cambios de usos del suelo, la infraestructura vial, la localización y características de las actividades comerciales.

### 3.3. Métodos, técnicas y procedimientos

La selección de las técnicas utilizadas para la recolección de la información y los procedimientos en general, se ajustaron a las técnicas del método histórico descriptivo, que permitieron la consulta documental sobre los sucesos del pasado, con el fin de elaborar la historiografía de los cambios más representativos ocurridos en la estructura urbana y la localización de las actividades comerciales en el marco de la globalización. Con esta metodología se pudo desarrollar el procedimiento que se detalla a continuación:

- **Definición y delimitación del tema.** El primer paso consistió en definir la temática, delimitar su objeto de conocimiento y precisar la unidad espacio-temporal.
- **Heurística.** En este momento de la investigación, se procedió a localizar y recopilar las fuentes documentales pertinentes, que podrían aportar elementos para el abordaje de los objetivos de estudio.
- **Análisis o crítica.** Durante esta fase se partió del supuesto que los archivos obtenidos no exponen con fidelidad lo que realmente aconteció en el periodo histórico delimitado; por tanto, hubo la necesidad de examinar cada una de las fuentes y determinar el grado de confiabilidad de las mismas, para lo cual se sometió a la crítica interna y externa dichos documentos con el fin de obtener un suceso lo más verídico posible.

En la crítica externa se buscó la verificación de la autenticidad y validez de los documentos, por tanto, se procedió a interrogar sobre cuándo o por qué fue elaborado el documento, quién o quiénes son los autores, si el documento es una copia exacta de otro autor, o cuándo, dónde y para

qué fue elaborado ese documento. Para ello se procedió a diseñar e implementar una rejilla que permitiera la sistematización de los datos.

Una vez finalizada la crítica externa, se procedió aplicar los protocolos para la crítica interna que busca determinar el significado y confiabilidad de los datos, iniciando con la determinación de la época, lugar y autoría de los textos. En este punto, se emplearon técnicas de resumen de lecturas tratando en todo momento de familiarizarse con el contexto histórico, geográfico urbano, económico, social y cultural de la ciudad

- **Síntesis historiográfica.** En este paso se empleó la heurística como método de análisis que se emplea para encontrar lo nuevo, que para el caso particular sería primordialmente el manejo de las fuentes escritas y orales; además, el método de síntesis correspondió al hermenéutico que busca aclarar el sentido de los textos a partir de sus fundamentos objetivos, sus variaciones históricas y la subjetividad.

Lo anterior se complementó con la aplicación de técnicas cartográficas y de la estadística descriptiva para la consolidación y análisis de la información cuantitativa.

#### **4. CAPITULO IV: LOCALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES COMERCIALES Y ECONÓMICAS ESTABLECIDAS EN LA ZONA URBANA DE CERETÉ EN EL PERIODO 1980-2018**

##### **4.1. Globalización y apertura económica**

Uno de los factores que cambia la visión sobre la economía en Colombia en materia de competitividad y viabilidad es la apertura económica de los 90s donde se empieza a globalizar el comercio nacional y en donde los mercados locales y regionales tuvieron que adaptarse a las exigencias del mercado internacional con miras a fortalecer las actividades industriales, agropecuarias y comerciales, de igual manera la llegada de la tecnología y nuevos productos con mayor variedad provocaría una transformación en la creación de nuevos establecimientos comerciales que daría paso a la aparición de otras actividades de negocios y servicios.

En ese sentido se abre paso a la comercialización masiva y moderna de productos que gradualmente llegarían tanto del territorio nacional como del exterior y que se distribuirían consecuentemente. Dentro de contexto local este fenómeno propicia la creación de nuevos establecimientos comerciales al sur del casco urbano Cereteano que gracias a la relocalización del mercado en los 90s se empieza a fomentar de manera indirecta una localización comercial en ese sector, por lo que los nuevos establecimientos de la Avenida Santander y Mercado en su mayoría ofrecerían los productos nuevos que traería la apertura económica, así pues productos automotores, tecnológicos y servicios comerciales se establecen en gran medida hacia el sur de la urbanidad y en las zonas de confluencia entre el centro y otras calles representativas del comercio.

Por eso, como consecuencia de la reducción en las barreras arancelarias tomadas por el gobierno en ese entonces se impactan los mercados con una masificación de bienes y productos

nuevos provenientes del extranjero, diversificando los renglones económicos y los tipos de establecimientos en función a sus servicios como lo establece (Nájar, 2006)

“La adopción de una reforma comercial a comienzos de 1990 modificó el sistema de importaciones, desmontando las restricciones administrativas y reduciendo el nivel general de aranceles. A partir de esta fecha se acelera el proceso de apertura económica, donde el 97% de las posiciones arancelarias en Colombia (1990 -2004) permitió la libre importación, provocando una invasión del mercado nacional con bienes importados que debido a sus bajos costos de producción ejercían presión sobre la producción nacional afectando los diferentes sectores económicos”

Sin duda, esto afectaría a la nación a largo plazo en la competitividad de muchas industrias así como al sector agrícola debido a las altas tasas de interés de los créditos y la baja rentabilidad de su producción que implicaba la reducción de esos aranceles, es decir; la forma en cómo se aplicaron las reformas arancelarias en el país afectó varios sectores de la economía.

#### **4.2. Crecimiento demográfico y expansión urbana regional**

La evolución demográfica de Cereté se relaciona un poco con la dinámica poblacional de la región caribe, (Meisel & Pérez, 2006) en los documentos de trabajo sobre economía regional del Banco de la República, establecen que:

“el mayor crecimiento de la población de los municipios de la Costa Caribe ocurrió durante el período 1950-1975, con una tasa de crecimiento (promedio anual) cercana al 5%, superior en dos puntos porcentuales al crecimiento durante todo el período 1912-1993”

Aunque también es de mencionar que difiriendo con esa información Cereté presentó de forma particular dos incrementos considerables los cuales fueron entre 1973 – 1985 y 1993 – 2005, por otra parte, en todos los departamentos de la región, la población localizada en zonas urbanas parece seguir el mismo patrón nacional, es decir, aquel en el que la población urbana prevalece sobre la rural. En promedio, el 70% de la población de la región, al igual que en el caso nacional, se considera como urbana, lo que en el contexto local esa idea se aplicaría desde 1993 cuando en el municipio se abre una franja diferencial de esas dos zonas, lo anterior se puede constatar en los censos del DANE de los años 1973, 1985, 1993 y 2005 en el departamento de Córdoba. Debido a eso, se menciona en el informe de (Meisel & Pérez, 2006) acerca de las posibles razones de la baja densidad poblacional en las zonas rurales, las cuales no sólo están relacionadas con la evolución natural de las zonas urbanas vinculadas a la búsqueda de un mayor desarrollo económico y social por parte de los habitantes de las zonas rurales, sino también de otras zonas específicas de cada región o país, como se manifestó entre 1938 – 1951.

**Imagen 1** Cereté en 1970, Área comercial de la antigua plaza de mercado, Avenida al río.



Fuente: Foto sacada del libro “Memoria visual de Cereté Siglo XX” de Gustavo Abad Hoyos.

### **4.3. Antecedentes y características del origen de la transformación urbana de Cereté**

Históricamente se sabe que el emplazamiento de las ciudades más antiguas se origina en las zonas geográficas aledañas a los Ríos y/o fuentes de agua más cercanas para su acceso y provisión, lo que a su vez explica el punto de inicio de las actividades económicas y comerciales que configuran los mercados de bienes y servicios desde la antigüedad. El municipio de Cereté no escapa a esta extraña realidad, puesto que fue el Caño Bugre como brazo del Río Sinú el que marcó el lugar y la forma de su emplazamiento original y con ello la localización de las primeras actividades comerciales.

Por esta razón, a comienzos del siglo XX el municipio se destaca como puerto de embarque de mercancías y el emplazamiento definitivo de la ciudad adquiere la forma lineal paralela al Caño hasta la plaza principal, a diferencia de otros pueblos y ciudades que se fundaron con la conquista de los españoles, en los que la plaza central se convirtió en el elemento principal del desarrollo espacial urbano; en el caso de Cereté fue primero el Río y luego la plaza, donde el comercio fluvial y la calle del comercio aparece mucho antes que la plaza central, pero que serían claves para el proceso original de ensanche urbano que modificaría la morfología del pueblo poco a poco.

El comercio céntrico, paralelo al afluente, se estableció desde 1926 hasta finales de los años 80s, con la creación del primer puente de madera que atravesaba el caño de Este a Oeste conectando la margen derecha del casco urbano, donde se concentraba la mayor dinámica comercial, con la margen izquierda, la cual empieza a poblarse paulatinamente con el barrio Venus. Debido a ese cambio, el comercio fluvial en barcos fue decreciendo de forma gradual y el transporte que se sostenía era aquel realizado por canoas u otro medio fluvial pequeño utilizados en su mayoría por campesinos que provenían de lugares más cercanos que las embarcaciones más

grandes, al final estos campesinos ribereños comercializarían sus productos hasta que se produjo ciertos cambios comerciales más profundos que configuraron la estructura urbana local de hoy.

A partir de la década de 1950 por motivos de permutaciones políticas a nivel nacional y regional se crean proyectos y gestiones de infraestructura vial que impactan en la localidad los cuales cambiarían el grado de dominio del comercio en la zona centro y antiguo mercado. Por eso, los espacios residenciales, industriales y comerciales que se localizarían en el sur del casco urbano estarían ligados a ese factor, tanto así que se crea un policentrismo comercial establecido como respuesta a las necesidades de la población y a la localización de varios establecimientos o negocios en lugares estratégicos y cercanos a las zonas residenciales del sur. En el estudio de (Pérez, 2005) luego de mencionar que los proyectos de mejoramiento vial llevados a cabo entre 1950 y 1958 se establece que:

“Fue en la década del 1960 cuando en Colombia se visualiza y concibe a toda la red vial terrestre como un factor determinante en la interconexión de las diferentes regiones que posibilitan la integración de los mercados ubicados en diferentes zonas casi que olvidadas del país. De manera que se incentivaron desde el gobierno muchas obras de ingeniería civil orientadas a conectar las vías regionales a las más importantes troncales de la nación. Para los años 70s, la malla vial secundaria y terciara había evolucionado considerablemente debido a los recursos monetarios y al financiamiento que lo hizo posible”

#### **4.4.Transformación del centro histórico y la relocalización de las actividades comerciales de Cereté**

Con la Ley 78 del 30 de diciembre de 1986, por la cual se desarrolló parcialmente el Acto Legislativo número 1 de 1986, se dispuso en el territorio nacional la elección popular de alcaldes,

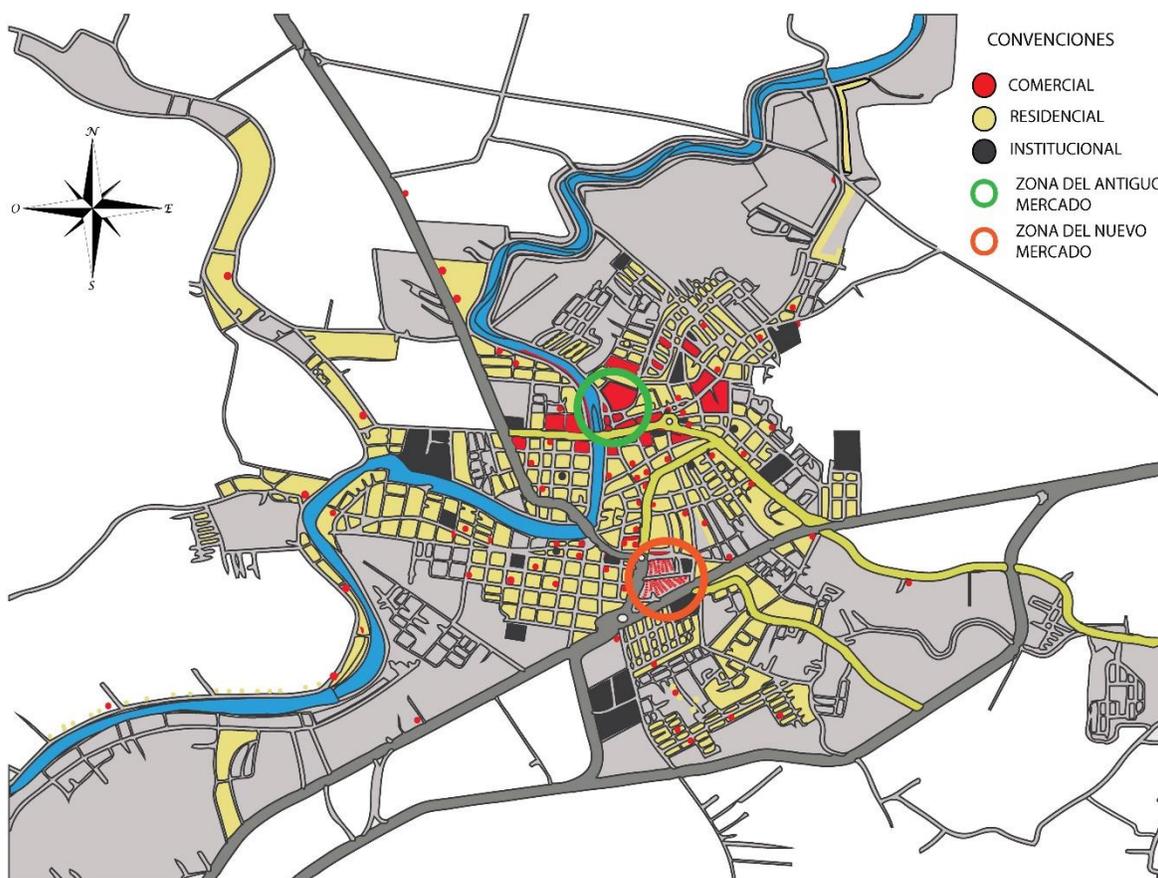
por lo que en el caso local llegada la fecha de sufragio para los municipios se escogió como primer alcalde por elección popular al señor Alfonso Spath Spath, quien empezó con grandes obras de infraestructura y equipamiento urbano en Cereté marcando el inicio de una nueva era de organización comercial y expansión urbana de la ciudad.

Las obras de reubicación y relocalización de actividades comerciales de mayor impacto se constituyeron en el año 1989 cuando Spath decide crear en el municipio el sistema de distribución de productos básicos “Cereabastos” o nuevo mercado, este proyecto que comenzó en 1989, es decir en el segundo y último año de su administración, culminaría en 1991 con el alcalde Abraham Saker Chagüi. Con este nuevo sistema Comercial que aminoraría parte del comercio en la zona central se inicia una expansión de tipo comercial y luego residencial en el radio de acción al sur del casco urbano. La actividad de comercio que se había llevado a cabo en la zona aledaña al río como la venta de diversos productos del campo y zonas rurales en lo que se conocía para las personas oriundas del municipio como “el mercado campesino” se reubica espacialmente en Cereabastos de forma gradual desde antes que se finalizara su construcción (ver mapa 1)

De esta manera, al principio de la conformación y expansión del conglomerado se fue consolidando una estructura urbana muy similar al modelo propuesto por E. Burgess (1925), quien sugiere que la mayoría de las ciudades crecen hacia el exterior en anillos concéntricos; es decir, que los usos del suelo y las áreas residenciales se constituyen en forma de anillos consecutivos alrededor del espacio central, como consecuencia de una desigualdad económica entre esas zonas, cuando el mejoramiento de la infraestructura vial como parte del equipamiento urbano provoca que un indudable porcentaje poblacional se establezca en esas áreas, así como también ciertas actividades económicas relacionadas con el comercio de servicios y negocios. Pero, entre los 70s y 80s se percibió un periodo estructural urbano de transición que posteriormente tomaría forma.

Es por eso, que desde 1990 hasta el día de hoy, se comienza a formar una estructura urbana muy parecida esta vez al Modelo sectorial ideado por Hoyt (1939), que se crea a partir de los diversos contrastes en los usos del suelo originados en el centro de las ciudades, estos se expanden hacia el exterior y se localizan en forma de sectores a lo largo de las vías principales y no a manera de anillos sucesivos. Aquí entra en juego los efectos de la malla vial que propició la localización de puntos comerciales y relocalización de actividades mercado, que impactan en la forma de aquel comercio céntrico del municipio instaurando economía vinculada no solo a un solo lugar central económico sino varios y repartidos en los diferentes sectores urbanos a través de los corredores viales comerciales.

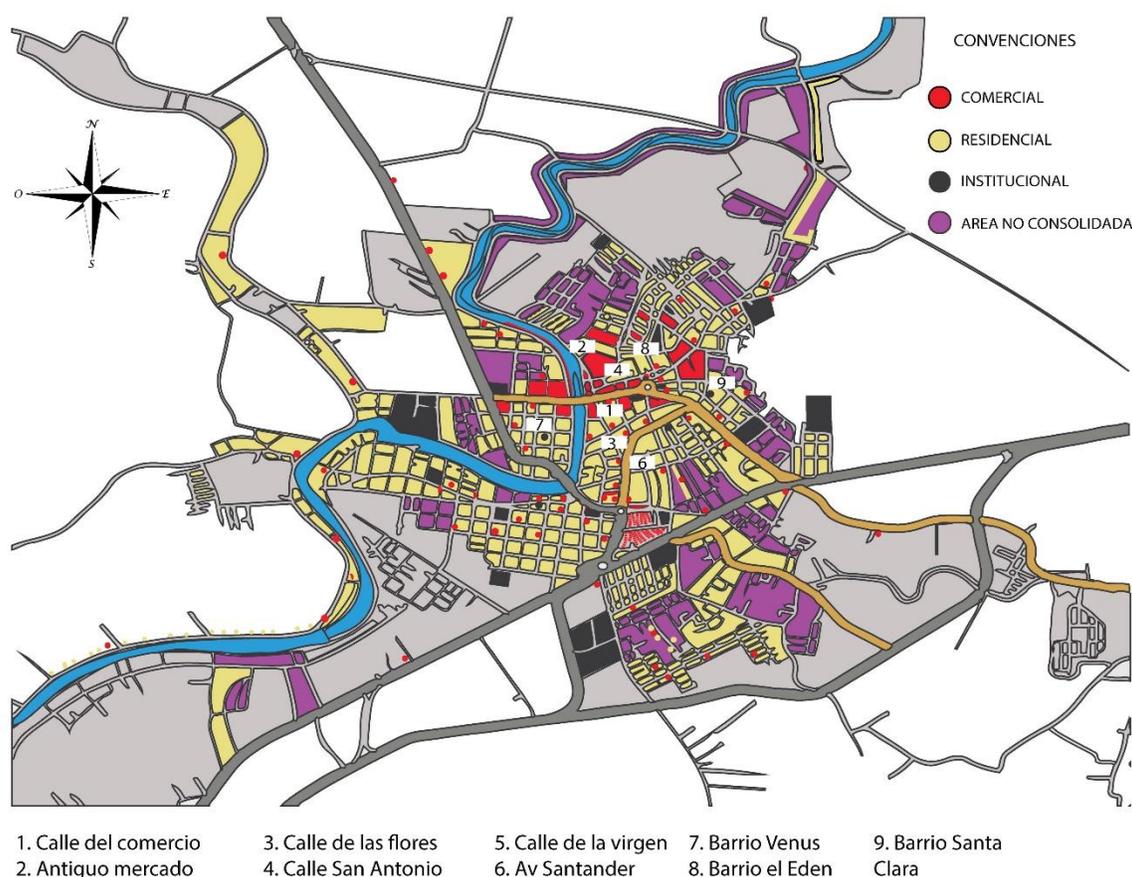
**Mapa 1. Zona comercial de Cereté para 1990 – Relocalización del Mercado**



Fuente: Elaboración propia con base en la Cámara de Comercio de Montería, 2019

El estudio logró indagar los cambios en la localización de establecimientos comerciales urbanos del municipio tomando como punto de partida la zona centro, donde se observa y aún se mantiene una clara evidencia del arraigo comercial y la primacía de este sector espacial en la zona urbana municipal hasta finales de los años 1980, tal como se puede visualizar en el mapa 1 adjunto.

**Mapa 2. Usos del suelo en el casco urbano de Cereté 1980 -1990**



Fuente: Elaboración propia con base en la Cámara de Comercio de Montería, 2019

De acuerdo con el Mapa 2, se puede constatar que el flujo comercial dominante casi en su totalidad en Cereté hasta 1990 (zona en color rojo) se centraba en la Calle del Comercio, antiguo

mercado público (actual centro cultural Raúl Gómez Jattin), Calle de las Flores, Calle San Antonio, Calle de la Virgen y otros espacios menores circundantes que dependían del flujo migratorio de personas al centro del municipio como la Av. Santander, la cual tomará importancia poco tiempo después, el barrio Venus etapa 1, el barrio El Edén y el barrio Santa Clara, respectivamente.

Cabe anotar que la zona residencial (zona en color amarillo) se conformaba por barrios que buscaban colindar con el Centro, por los beneficios que representaba su cercanía a la disponibilidad de servicios y productos que no se ofrecían en el resto del casco urbano. De esta forma el comercio céntrico actúa como imán que atrae y da pie a las transformaciones morfológicas e incluso paisajísticas de la ciudad, tal como lo sostiene (Da Rocha Ceia, 2015), cuando concluye que el comercio de centro urbano es de vital importancia dado " el conjunto de facilidades y satisfacciones que produce a quienes lo visitan en términos variedad de productos, artículos y servicios de calidad que se ajustan a las preferencias de sus necesidades. Lo mismo dice Balsas (Balsas, 2004), al concluir que "la vitalidad del centro de la ciudad depende en gran medida de la dinámica del comercio allí instalado, cabe resaltar que la localización de establecimientos comerciales urbanos parte desde esta zona del municipio que se configuró como la estructura urbana concéntrica de la ciudad.

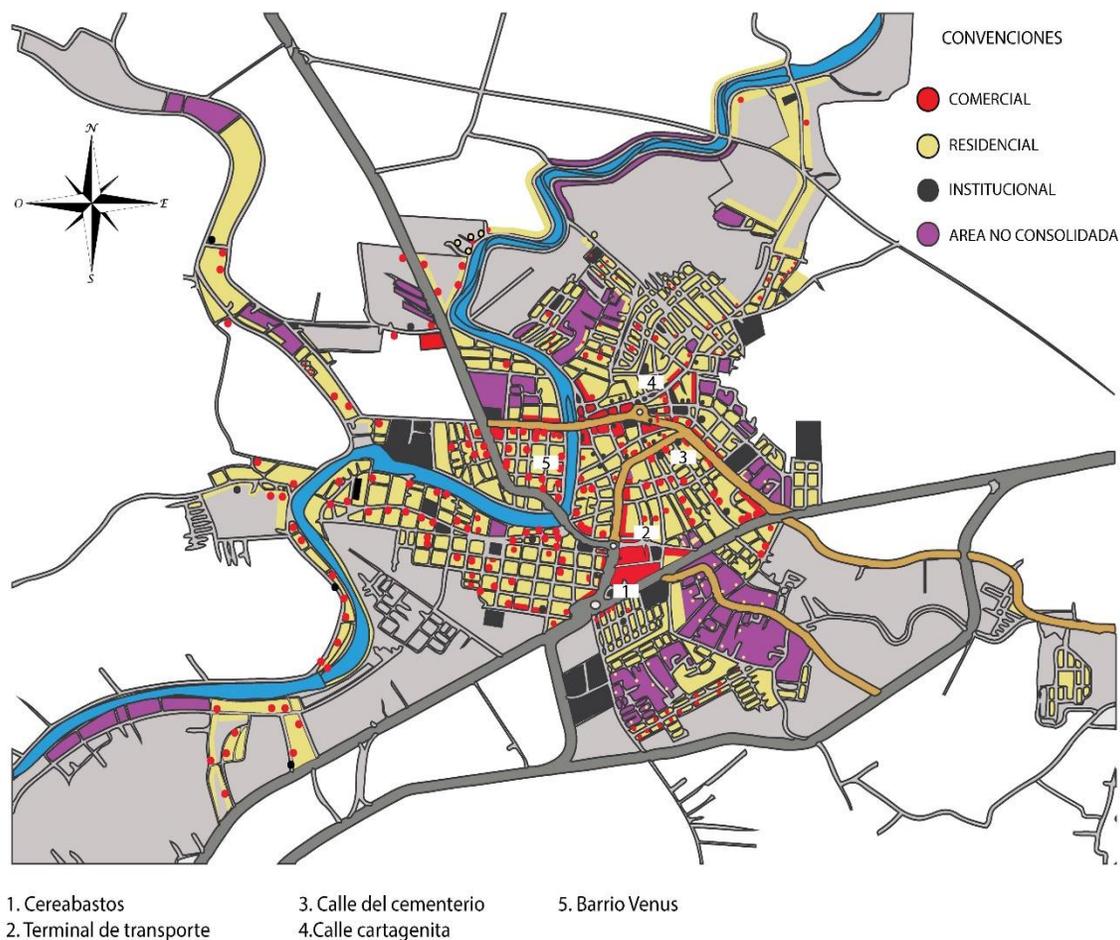
#### **4.5. Los nuevos corredores viales urbanos y su impacto en la localización de actividades comerciales**

Los proyectos de infraestructura vial a nivel local, regional o nacional y la adecuación de la malla vial urbana originan por lo general ciertos cambios que impactan no sólo el paisaje urbano y rural sino también la dinámica económica de la ciudad y la región. Por esta razón muchos

expertos evaluadores y formuladores de proyectos de inversión y políticas públicas consideran la importancia de este tipo de inversión más allá del ámbito de la infraestructura, dado el efecto multiplicador que genera en otras ramas y actividades de la economía. Al respecto, (Ramirez, 2013) en un artículo de opinión para el periódico La República titulado: “Beneficios de los proyectos viales en las comunidades” menciona que: “...Más allá de las bondades en materia de competitividad y comercio exterior que trae consigo la construcción de vías, es indudable que hay otra gran cantidad de beneficiarios, no tan visibles y conocidos, como las comunidades ubicadas en las zonas de influencia directa de los proyectos”, luego de forma casi inmediata Ramírez habla específicamente y agrega que: “La construcción de vías tiene un impacto posiblemente más notable a nivel local que en el ámbito nacional. Generación de empleo, directo e indirecto; disminución en los costos de transporte; dinamización de la economía por la utilización de bienes y servicios locales y por el aumento de usuarios de las vías; reducción en los tiempos de desplazamiento; apoyo a proyectos productivos para aquellas personas que dependen económicamente de los usuarios; restablecimiento de algunas viviendas para la población vulnerable que es impactada por el trazado de la carretera”

En este sentido los resultados obtenidos de nuestra investigación encaminada a determinar los impactos ocasionados por este tipo de transformación espacial en la localización de actividades comerciales en el período 1990 – 2010, se presentan en el Mapa 2, adjunto.

**Mapa 3. Usos del suelo en el casco urbano de Cereté 1990 -2000**



Fuente: Elaboración propia con base en la Cámara de Comercio de Montería, 2019

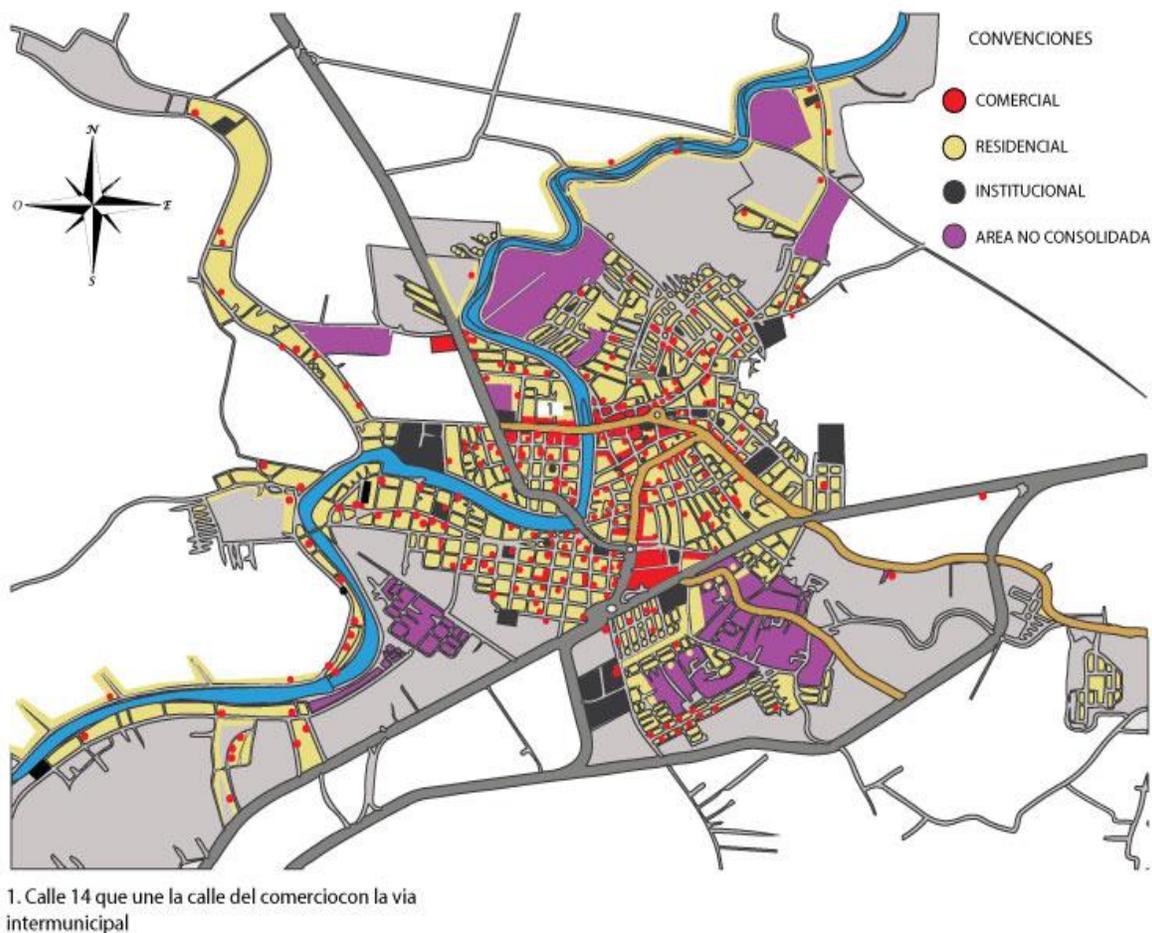
Para una adecuada comprensión de los cambios de localización y/o relocalización de las actividades comerciales del municipio de Cereté que se presentan en el Mapa 3, hay que partir del año 1991, cuando se construye la nueva Central de Abastos “Cereabastos” o nuevo mercado público y la Terminal de Transporte Terrestre intermunicipal, ubicado en la Carrera 15 entre calles 8ª B y 9ª B, que reemplazarían el antiguo espacio o lugar comprendido en la zona aledaña al río que se conocía para las personas oriundas del municipio, como “el mercado campesino”.

Es a partir de esta transformación físico- espacial cuando se empieza a desarrollar un auge comercial en este sector de la ciudad, originado principalmente por la localización de muchos establecimientos comerciales y la relocalización de otros que antiguamente estaban localizados en la zona centro debido a las ventajas comparativas que este nuevo sector les ofrece en términos de accesibilidad, transporte, demanda, servicios públicos y condiciones ambientales.

La transversal 7 o calle del Cementerio se convierte junto con la calle 15 o calle Cartagenita en corredores viales de la ciudad que, aunque no tienen el mismo flujo de localizaciones comerciales que se venía dando en la Avenida Santander, toman papel iniciativo en el comercio para sus zonas de influencia (ver mapa 3)

Por su parte, el barrio venus por estar conectado con la zona centro hacía el Occidente y hacía el Sur y Oriente con la Vía que conecta a Cereté con San Pelayo, se torna un barrio que busca identificarse con el comercio, por eso se empiezan a localizar establecimientos que ofrecen diversos servicios junto a la mencionada Vía inter-municipal. De esta manera se consolidan varios corredores viales claves para el comercio urbano del municipio, que, de acuerdo con (Ospina, 2016) juegan un papel importante en la integración nacional, regional y local. Para este autor, las vías en su conjunto, representan cerca del 92% del total de la malla vial nacional” concebida la red de vías terciaria como aquellas que cumple una función de interconexión entre las veredas, las cabeceras municipales y las carreteras departamentales.

**Mapa 4. Usos del suelo en el casco urbano de Cereté 2000 – 2010**



Fuente: Elaboración propia con base en la Cámara de Comercio de Montería, 2019

Cabe resaltar que si bien es cierto que la zonas comerciales (zona en color rojo) antes descritas se intensificaron en la primera década del nuevo siglo, también lo hicieron en la década 2000-2010, puesto que otros espacios cercanos se vieron influenciados, principalmente hacia la calle 14 que une a la calle del Comercio con la Vía inter-municipal, en esta última zona también se incrementan los negocios desplegando así un comercio extendido y lineal que sigue teniendo privilegio en la margen derecha del Río, donde se concentra mucho más la actividad.

Desde el punto de vista de la planeación urbana y el Ordenamiento Territorial, se puede decir que el tipo de zona comercial que predominó para este tiempo fue la Zona de Comercio Zonal (CZ) la cual consta de un comercio que se da en forma nucleada (en los puntos de intersecciones de vías importantes) o lineal (a lo largo de vías principales). (Ver mapa 4)

La zona residencial (zona en color amarillo) se expande en sus bordes ganando terreno, pero en el interior de sí misma las localizaciones de negocios y servicios se toman parte de la urbe creciendo lentamente, por lo que estimula que desde los corredores comerciales y la calle del comercio se establezcan algunas actividades comerciales de menor escala en espacios residenciales.

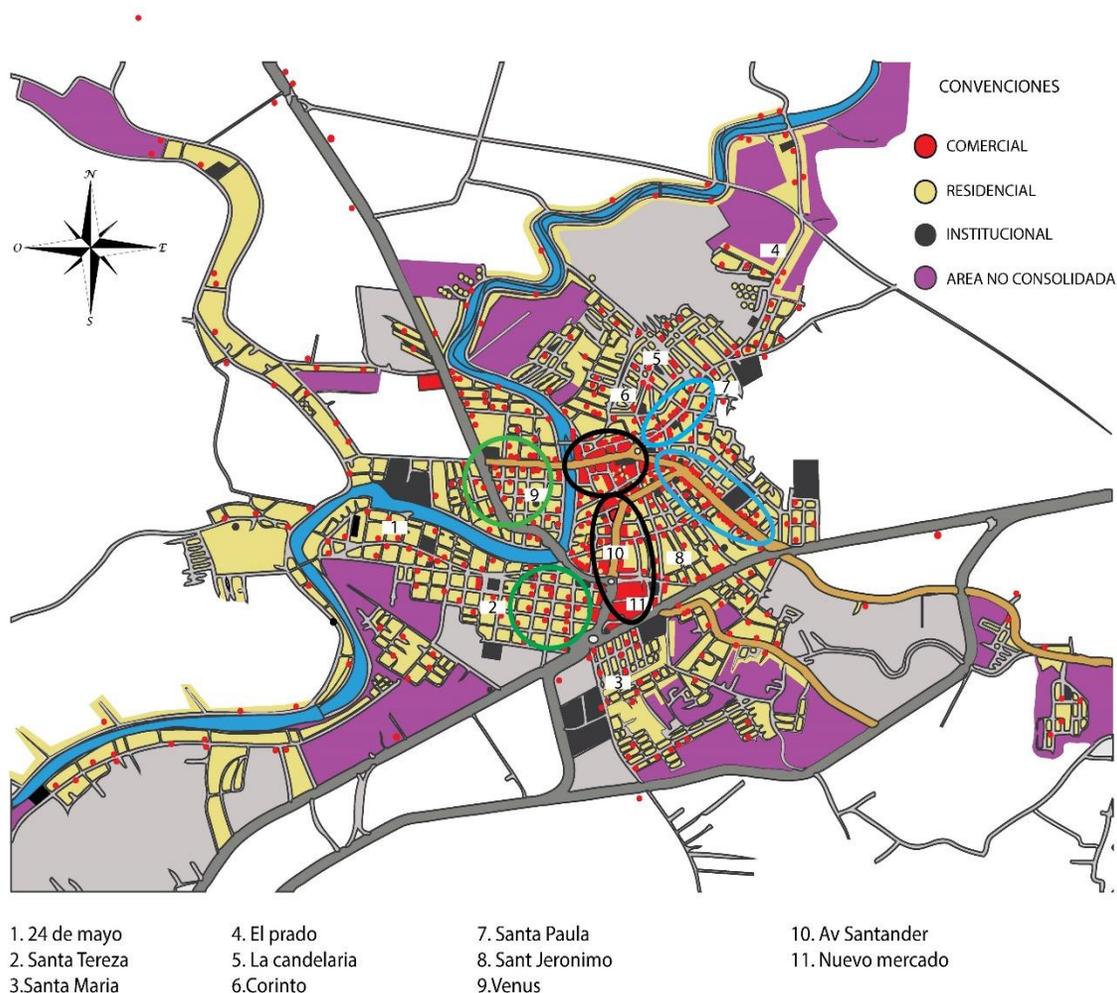
#### **4.6. Los usos del suelo y la localización de las actividades comerciales**

El comercio en otras zonas urbanas hacia 2010 cobra preeminencia, muchos establecimientos ubicados en barrios y periferias que desarrollan una actividad económica relacionada con el comercio minorista se hacen presentes impactando en la vida social y económica de las residencias y en general de toda la ciudad.

De acuerdo con (Londoño & Navas, 2011), se expresa que desde la crisis económica de 1999 y principios del 2000, se afectó la economía nacional y mundial, a través de la contracción de los ingresos en los hogares y el aumento del desempleo, por consecuente, esto ha favorecido el incremento tanto de las tiendas como de la demanda a este tipo de establecimientos, lo que provoca ciertos fenómenos como la migración de compradores en supermercados hacia la tienda de barrio, el aumento del comprador que depende del crédito en la tienda y el nivel de rentabilidad que representa una alternativa para la generación inmediata de ingresos en los hogares. Este fenómeno

aunado al auge de la construcción, la infraestructura y el equipamiento urbano a nivel nacional, regional y local ayudan a comprender los cambios de usos del suelo que se empiezan a producir en Cereté en la década 2010-2019.

**Mapa 5. Usos del suelo en el casco urbano de Cereté 2010 – 2019**



Fuente: Elaboración propia con base en la Cámara de Comercio de Montería, 2019

De acuerdo con los resultados encontrados, que se plasman en el Mapa 5, los cambios del uso del suelo producidos en el periodo en estudio, se pueden resumir como sigue:

- El reciente incremento de localizaciones de establecimientos comerciales en barrios como 24 de mayo, Santa Teresa y Santa María en el sur, hacia el norte en barrios como El Prado, La Candelaria, Corinto, al occidente y suroccidente en Santa paula y San jerónimo respectivamente y al este en el barrio Venus. (Ver Mapa 4)

- El particular ampliamiento del comercio en la Av. Santander y la zona de confluencia del nuevo Mercado hacia el norte y sur.

- La integración comercial entre el centro, la Av. Santander, la transversal 7 y la calle 15.

- El aumento leve de puestos comerciales en las periferias y troncales.

Así, el cambio que no se había presentado antes con fuerza era el inicio de un comercio dentro del espacio residencial, en definitiva, se podría decir que hay existencia de dos zonas comerciales, la Zona de Comercio Vecinal (CV) que consta del consumo diario especialmente alimentos y artículos o servicios de primera necesidad, y la Zona de Comercio Sectorial (CS) que es el tipo de comercio que se dan en la periferia o en zonas alejadas de las calles principales.

De esta forma las localizaciones comerciales en los barrios se introducen dentro de la economía urbana en Cereté, esto se podría explicar siguiendo a los argumentos de (Londoño & Navas, 2011) quienes aseguran que tradicionalmente en Colombia las personas han comprado en la tienda de barrio, bien sea para proveerse de todos los productos de la canasta familiar o para reponer los faltantes de despensa, esto de alguna forma llevó a la contracción de la demanda por productos de gran consumo comprados en los supermercados e incremento de la misma por la tienda de barrio; es decir, se produjo una migración de compradores del supermercado a la tienda de barrio.

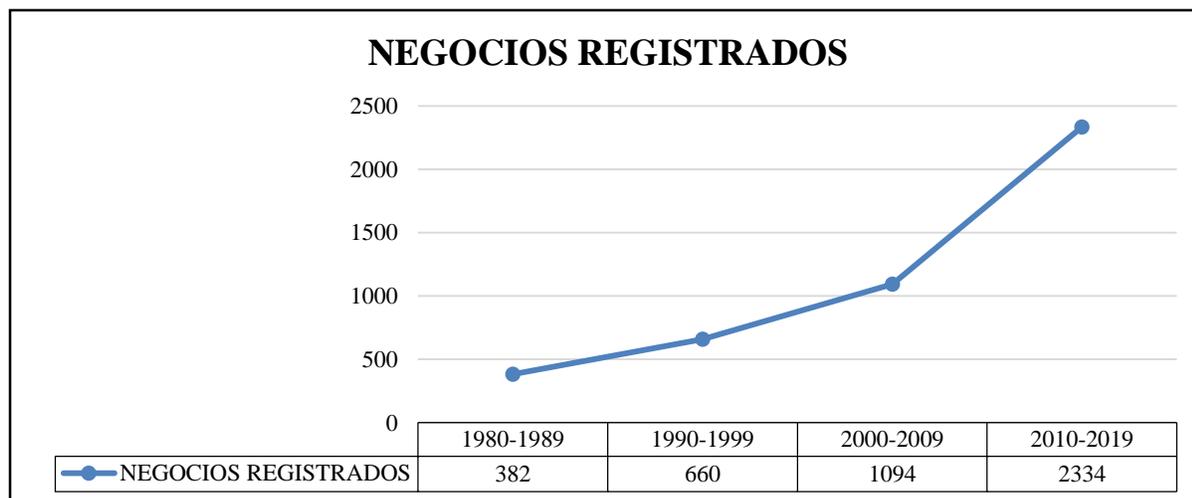
Otro hecho que marca aquí los cambios urbanos que van de la mano con el comercio son la expansión relativa de la zona urbana o la zona residencial y de las zonas no consolidadas (zonas

en color morado) las cuales son franjas urbanas, integradas o semi-integradas en el casco urbano, pero mal ordenada o mal urbanizada y que por ende necesitan ser concretadas.

#### 4.7. Dinámica proporcional de la localización comercial en el casco urbano

Los resultados obtenidos en contraste con cada fase de localización expuesta anteriormente, permiten evidenciar el dinamismo económico y el aumento del comercio en las zonas mencionadas, lo que se puede sintetizar a través de la gráfica 1 adjunta.

**Gráfica 1. Número de nuevos establecimientos registrados por década desde 1980.**

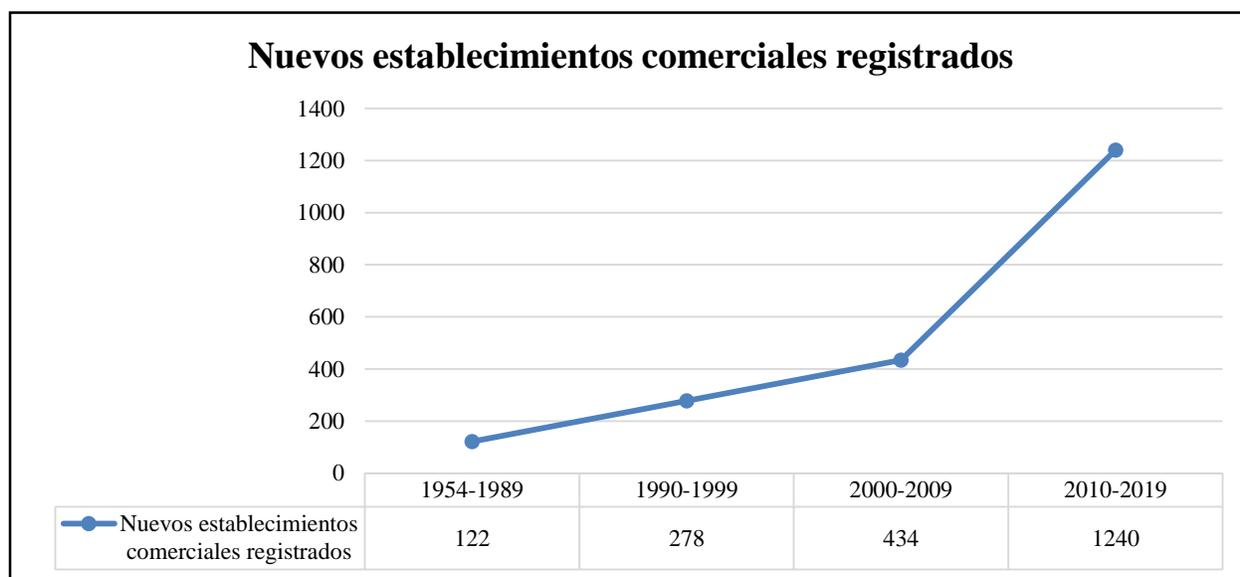


Fuente: Elaboración propia en base a la Cámara de Comercio de Montería 2019

Los datos de la gráfica 1 muestran que en Cereté los negocios registrados entre 1980 – 1989 son de aproximadamente 382 establecimientos que pertenecían a la actividad comercial o sector terciario, de los cuales la gran mayoría se localizaron para esta fecha en la zona centro. Entre 1990 – 1999 la cantidad de negocios registrados fue de 660 lo que da entender hubo un aumento del renglón comercio, en este contexto esa actividad productiva se empezaría a desligar del centro y

buscando otras zonas en las cuales localizarse. Para el nuevo siglo, entre los años 2000 y 2009 cuando el comercio zonal en las vertientes de flujo urbano importantes dentro de la ciudad se intensificó e implantó se registraron 1094 establecimientos en total, dando paso al inicio de la expansión del territorio y de la economía. Y en la última década, 2010 – 2019 el número de negocios registrados en toda la cabecera municipal fue de 2334 respectivamente, con esto el comercio no solo se consolida en muchas zonas nuevas, sino que se integra entre los diferentes ejes de la zona urbana antes mencionados.

**Gráfica 2 número de nuevos establecimientos registrados por década desde 1954**



Fuente: Elaboración propia en base a la Cámara de Comercio de Montería 2019

Se muestran explícitamente la diferencia entre el número de negocios nuevos dentro de los lapsos de tiempo establecidos, desde 1954 con 260 negocios hasta 1989 con 382 establecimientos que acrecentan en un 47% la actividad comercial dando paso a 122 nuevos puntos de ventas, lo que sorprende aquí es el poco incremento comercial urbano en la zona centro para todos estos años

a diferencia de las décadas siguientes, debido a que más adelante entre finales de la década de los ochenta con 382 negocios y la década de los noventa con 660 establecimientos se consolida un incremento del 72% con 278 nuevos puntos comerciales respectivamente, así mismo desde finales de los noventa con 660 negocios y el nuevo siglo con 1094 establecimientos se presentaría entonces un aumento del 65% que comprende 434 nuevos puntos de venta repartidos en las principales calles, si bien bajó un poco el porcentaje de crecimiento con respecto a los años anteriores en un 7% no descendió por debajo del 50 % por lo que eso hubiera afectado la economía local. Por último, finalizado el año 2009 con 1094 negocios urbanos y el pasado año 2019 con 2334 establecimientos se concluiría un crecimiento porcentual del 113% con 1240 nuevos puntos de venta, duplicándose así el número de nuevos locales y a su vez los espacios de comercio dentro de la actividad terciaria los cuales estarían localizados en algunos barrios residenciales y en las zonas aledañas a los corredores viales urbanos ensanchando de esta manera y conectando varias arterias de la ciudad con dicha actividad económica.

## **5. CAPÍTULO V: CARACTERIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES COMERCIALES Y ECONÓMICAS URBANAS ESTABLECIDAS EN EL MARCO DE LAS TRANSFORMACIONES DE LA CIUDAD**

### **5.1. Características comerciales urbanas de Cereté 1980-2019**

La caracterización de los establecimientos comerciales radica en la variedad de productos que se ofrecen para la venta, que caracteriza el tipo de negocio y/o servicios. Los anteriores pueden variar en proporción y actividad de acuerdo a las necesidades de las personas y por la creciente comercialización de productos nuevos y modernos.

El departamento administrativo nacional de estadística (DANE, 2018a, 2018b) clasificó en los Boletines Técnicos titulados: Encuesta anual de comercio (EAC) y Encuesta Anual de Servicios (EAS) del año 2018 los diferentes negocios y servicios según su actividad y naturaleza, de la misma forma los servicios fueron categorizados dependiendo las características de lo que podían ofrecer al público. Para caracterizar las actividades terciarias urbanas de Cereté, se tomaron en cuenta las categorías establecidas por el DANE en base a las necesidades comerciales y a las actividades económicas terciarias que se realizan en el municipio, así pues, se sintetizaron los datos por década y categorías comerciales de negocios y servicios.

### **5.2. Comercio: actividad de los negocios**

Son establecimientos comerciales urbanos o de zonas apartadas que ofrecen particularmente algún tipo de producto material con el fin de lucrarse e invertir.

## **Clasificación de los negocios**

### **ALIMENTOS Y BEBIDAS.**

Comprende los renglones de: Abarrotes, carnicerías, frutas, legumbres y tubérculos, lecherías, alimentos finos, licores y tabaco, panaderías y bizcocherías, café (al por Mayor), cervezas, licores y gaseosas (al por mayor), y otros alimentos.

### **MERCANCÍAS EN GENERAL.**

Incluye la venta de mercancías en general, artículos de uso corriente y que se venden en establecimientos que se hacen llamar Cacharrerías, bazares y variedades. Son aquellos establecimientos que ofrecen diferentes clases de artículos y tienen departamentos especiales para ello, como los que venden toda clase de artículos que abarcan diferentes grupos de esta clasificación.

### **TELAS, PRENDAS DE VESTIR Y CALZADO.**

Comprende los renglones de: Prendas de vestir y artículos para hombre, prendas de vestir y artículos para mujer, prendas de vestir y artículos para niños y bebés, calzado, telas y tejidos en general, prendas de vestir y calzado para la familia.

### **AUTOMOTORES, BICICLETAS Y ACCESORIOS.**

Incluye los Establecimientos dedicados a la venta de Automotores y bicicletas, así como los accesorios de estos dos renglones únicamente. (Cuando por los porcentajes de los artículos de venta, se observa que el establecimiento solamente vende camiones, buses y volquetas, se clasifica como comercio al por mayor.)

### MAQUINARIA, EQUIPO INDUSTRIAL, COMERCIAL Y AGRÍCOLA.

(Este grupo se clasifica en Comercio al por Mayor) incluye los renglones de: Maquinaria y Equipo Industrial (excepto maquinaria eléctrica), Maquinaria y Equipo Eléctrico industrial, herramientas, equipos agrícolas, semillas, abonos y otros artículos para las granjas, muebles y equipos para restaurantes, bares y hoteles, muebles y equipos para profesionales, y otra maquinaria.

### FERRETERÍA Y MATERIALES PARA CONSTRUCCIÓN.

Comprende los renglones de: Ferretería y artículos de plomería, madera (al por mayor), pinturas, vidrios y papel de colgadura, (al por mayor), ladrillos, tejas y baldosas (al por mayor), artículos eléctricos para construcción y otros artículos para reconstrucción.

### MUEBLES, MENAJE Y ARTÍCULOS ELÉCTRICOS DOMÉSTICOS.

Comprende los renglones de: Muebles para el hogar, vajillas, menaje y otros adornos para el hogar aparatos eléctricos domésticos y radios.

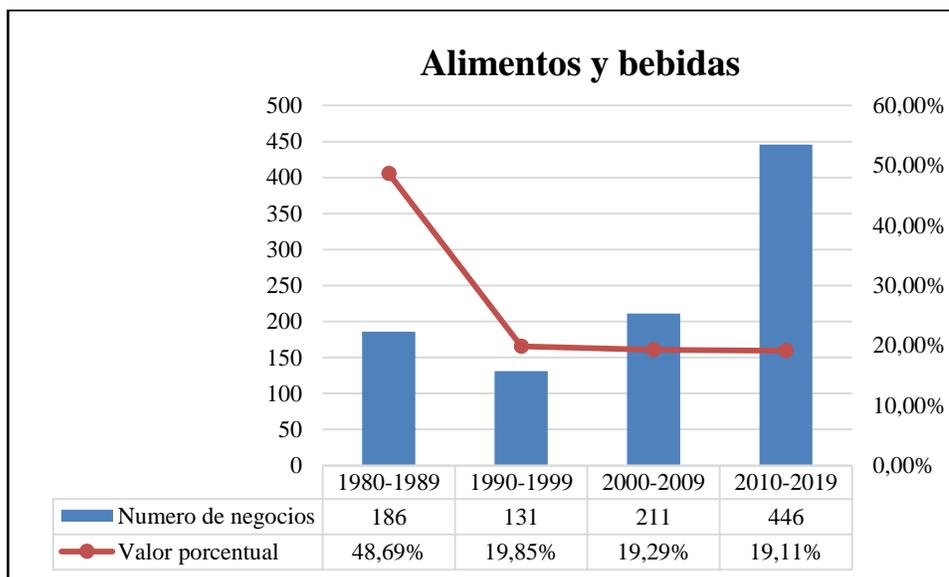
### COMBUSTIBLES.

Comprende los renglones de: Carbón y leña, gasolina y otros productos derivados del petróleo.

### OTRAS MERCANCÍAS

Comprende los renglones de: Drogas y cosméticos, artículos de limpieza, joyerías, artículos ópticos, fotográficos y aparatos de precisión, librerías, papelerías, cuero y artículos de cuero (excepto calzado), floristerías, ventas de artículos y accesorios tecnológicos y de comunicación, misceláneas, talabarterías, vidrieras, otras mercancías.

**Gráfica 3 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de alimentos y bebidas, desde 1980**



Elaboración propia en base a la cámara de comercio de montería 2019

Sin duda en los resultados de la categoría Alimentos y bebidas se evidencia la contribución de esta actividad en el comercio urbano presentando en los 80s un total de 186 locales o tiendas alusivas a este tipo de negocios los cuales significaban el 48,69% de la actividad comercial; es decir, prácticamente eran los negocios más comunes y que representaban la mitad del comercio en Cereté. Entre 1990 – 1999 hubo un cambio que indicaría un dinamismo, pues en ese lapso el número de negocios registrados fue de 131; es decir, que hubo una reducción de 55 establecimientos repartidos en la ciudad, bajando además el valor porcentual en 19,85% reduciendo así la proporción en casi 30% lo que da a entender que otras actividades toman fuerza restando a esta categoría el impacto y dominio comercial. Para los decenios posteriores 2000 – 2009 la cantidad de puestos de ventas se ampliaría y crecería indudablemente en 211 y en los últimos 10 años hubo 446 establecimientos activos, pero con respecto al valor en porcentaje cubrirían el 19,29% y luego en la actualidad el 19,11% respectivamente. Si bien ha bajado desde

los 90s y de forma casi imperceptible su composición porcentual en la participación de la economía comercial local, esta se ha mantenido sobre el 19% conformándose hoy día como la categoría con más representación no solo de negocios sino de toda la actividad económica terciaria municipal.

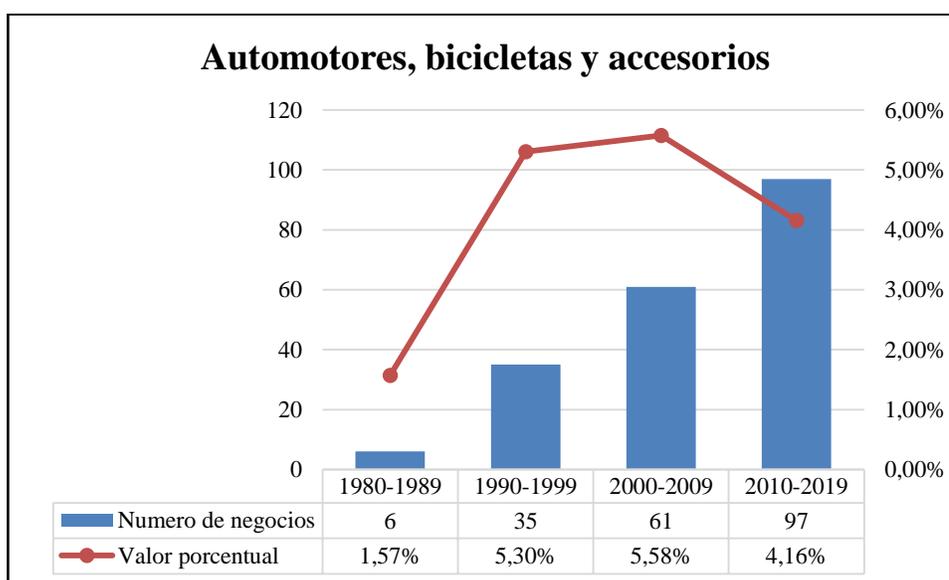
(Castro & Oviedo, 2016) menciona que: *Una tienda de barrio es, según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) realizada por Naciones Unidas y adaptada para Colombia por el DANE, un “Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco”, y a su vez es un “Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en general), bebidas y tabaco”, conforme indican los códigos CIIU 4711 y 4719 (Departamento Nacional de Estadística, 2016).*

Por ende, se entiende que la dinámica que presenta la categoría de Alimentos y bebidas está estrechamente relacionada con la transformación de los barrios en materia económica y comercial instaurando un dominio de la actividad en estas zonas. De igual forma, se comprende que el aumento en el número de establecimientos de esa clase en Cereté se ha localizado en zonas residenciales, calles principales y algunos corredores viales comerciales.

En este sentido, esta actividad comercial ha encontrado oportunidad y aceptación en la economía por los múltiples beneficios que representa para las personas, de esta manera, siguiendo con Castro y Oviedo los cuales mencionan sobre este aspecto resaltando que: *Las tiendas de barrio en Colombia como canales de distribución, aún representan oportunidades de desarrollo empresarial, igualmente, se convirtieron en una herramienta de captación de capital,*

*oportunidades de trabajo, y es el gran apoyo al sustento de la familia del microempresario. Además, cabe destacar la existencia de factores estratégicos como la ubicación, la amabilidad, el crédito que les otorgan a sus clientes, y la cantidad precisa del producto en una representación monetaria baja. De acuerdo con estas razones las tiendas de barrio han continuado con su actividad comercial a pesar de la llegada de grandes establecimientos de comercio.*

**Gráfica 4 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de automotores, bicicletas y accesorios desde 1980.**

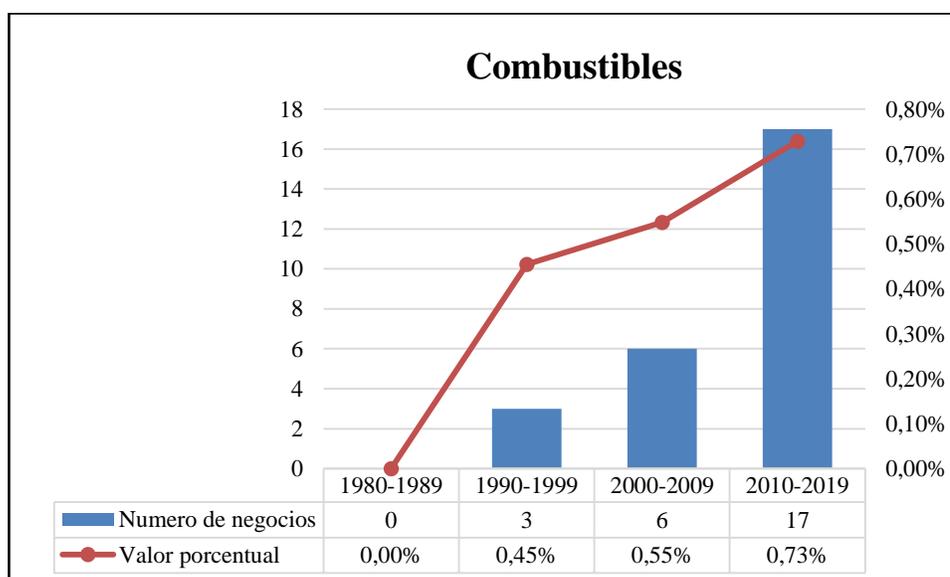


Elaboración propia en base a la cámara de comercio de montería 2019

El renglón de Automotores, bicicletas y accesorios presentó un desarrollo proporcional en la cantidad de locales que ofrecen productos relacionados, pero una baja representación porcentual por categoría en cada década mostrando un 1,57% del valor porcentual en los 80s, un 5,30% en los 90s, el 5,58% en los inicios del dos mil y el 4,16% en el último decenio, de esta forma configuraban 6, 35, 61 y 97 establecimientos respectivamente.

Dentro de la situación nacional, se pueden establecer comparaciones con la gráfica pues en el documento elaborado por el banco (BBVA, 2018) que lleva por título “Situación Automotriz 2018 – Colombia”, donde se muestra por medio de datos estadísticos que el sector automotor tocó fondo en 2017 con una caída de las ventas de vehículos y de motos nuevos con 6,1% y de 11,8%, individualmente y que posteriormente en 2018 las ventas de estos mismos crecerán en una proporción de 250 mil unidades y de 513 mil unidades. Mientras que en el año 2019 se esperaba una nueva y consecutiva recuperación en ventas de 274 mil unidades y de 538 mil unidades, respectivamente.

**Gráfica 5 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de combustibles desde 1980.**



Elaboración propia en base a la cámara de comercio de montería 2019

En la gráfica se muestra el número de puestos de autoservicio respectivos en los periodos determinados, configurando que para la década de los 80s no existían tales puestos y como era de esperarse no atribuían ningún porcentaje. Al segundo período, las ventas de combustibles solo

alcanzaron el 0,45% del comercio, ese porcentaje englobaba solo 3 puntos alegóricos a combustibles, al decenio siguiente se registraron 6 establecimientos los cuales figuraban el 0,55% de la actividad comercial urbana y al final del año pasado se establecieron un total de 17 lugares. De esta categoría se localizaron entonces 11 nuevos puestos de comercio subiendo el porcentaje a 0,73% en la actividad productiva local.

No está demás denotar que de esta clase de actividad de negocios se obtuvo una participación muy baja, en todos los periodos se presenta una contribución por debajo del 1% en comparación con el resto de las categorías establecidas, la localización de estos establecimientos se encuentran en su mayoría repartidas en zonas alejadas del centro más específicamente en las salidas del casco urbano o en las cercanías a las vías departamentales que conectan al municipio con el resto del departamento, pero es de mencionar que en interior de la ciudad también existe una presencia de la actividad que aunque es muy poca en cantidad es bastante solicitada.

Este tipo de negocio ha mantenido su crecimiento cuantitativo aunque no represente mucho el grado de participación porcentual respecto a los otros negocios.

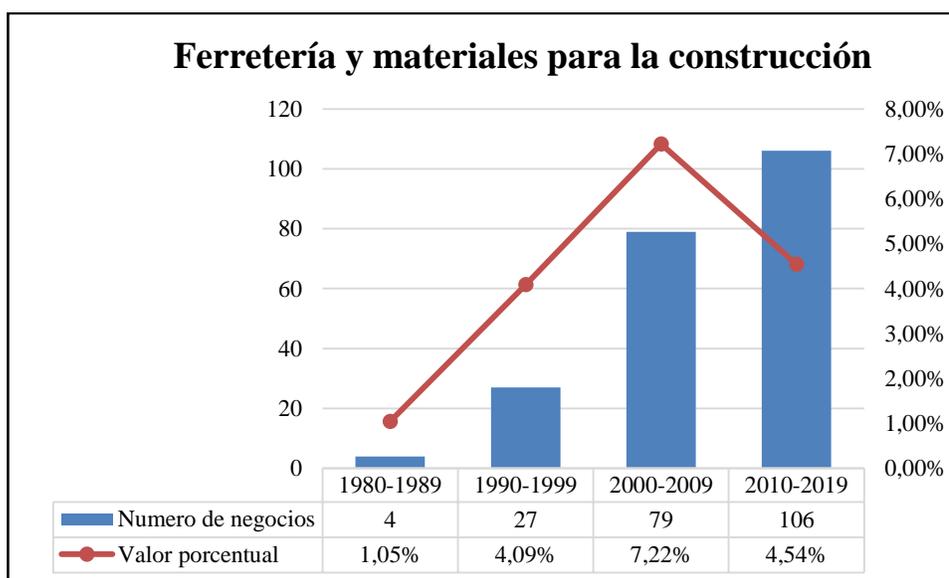
En la gráfica se puede observar que, aunque la proporción de combustibles era inexistente tiende a subir poco después de irrumpir el nuevo milenio, desde luego este hecho estuvo ligado con el crecimiento del consumo de combustibles en el país.

Colombia ha tenido indudablemente un aumento de la demanda por combustibles como lo indica el informe del (Ministerio de Minas y Energía, 2016) titulado “Proyección de Demanda de Combustibles Líquidos en Colombia” en el cual por medio de las tasas de crecimiento anuales de cada uno de los energéticos modelados se presenta un promedio del crecimiento anual de la demanda en cada uno de estos energéticos, mostrando al ACPM con un 2.4% de crecimiento

promedio, la Gasolina Motor con 1.9%, GNV con 1.01% y Jet Fuel con el 0.9% de crecimiento en la demanda.

Con esto, se puede mencionar que muy posiblemente el número de estaciones de servicio y otras fuentes de abastecimiento de combustibles se incrementará.

**Gráfica 6** dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de ferretería y materiales para la construcción desde 1980.

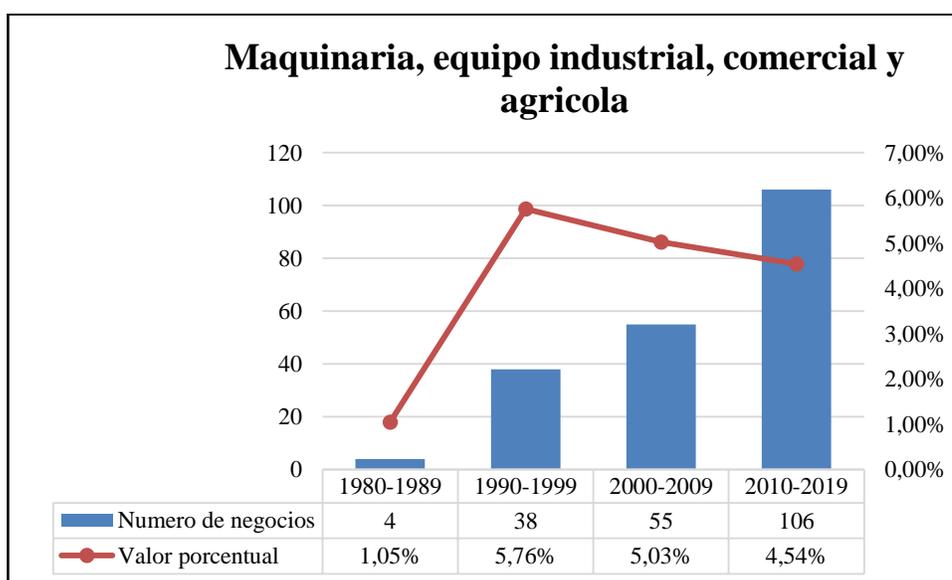


Elaboración propia en base a la cámara de comercio de montería 2019

Los resultados obtenidos en la categoría de Ferretería y materiales para construcción difieren en cada periodo, para los 80s el casco urbano solo contaba con 4 ferreterías importantes que pagaban impuestos a la cámara de comercio, dicha cantidad correspondía al 1,05%, es decir, un porcentaje bajo, en los 90s la suma total de ferreterías fue de 27 lo que aumenta positivamente su representación en el porcentaje a 4,09% teniendo un crecimiento del 3% para esta fecha, en la década del 2000 se registraron 79 puestos de comercio de esta misma condición los cuales casi triplican la cantidad correspondiente a la pasada etapa, a todos estos se le atribuyen el 7,22% del

comercio urbano, porcentaje que es tenido en cuenta como el cuarto más significativo en el nuevo siglo. Tras el pasado decenio los negocios inscritos de esta índole fueron en conjunto 106 comprendiendo un aumento de las localizaciones pero bajando su figuración porcentual en 4,54%, solo hasta 2009 entonces tanto el crecimiento porcentual es constante y en todas las décadas ilustradas la cantidad se eleva gradualmente como lo muestran todas las categorías anteriores.

**Gráfica 7 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de maquinaria, equipo industrial, comercial y agrícola desde 1980.**

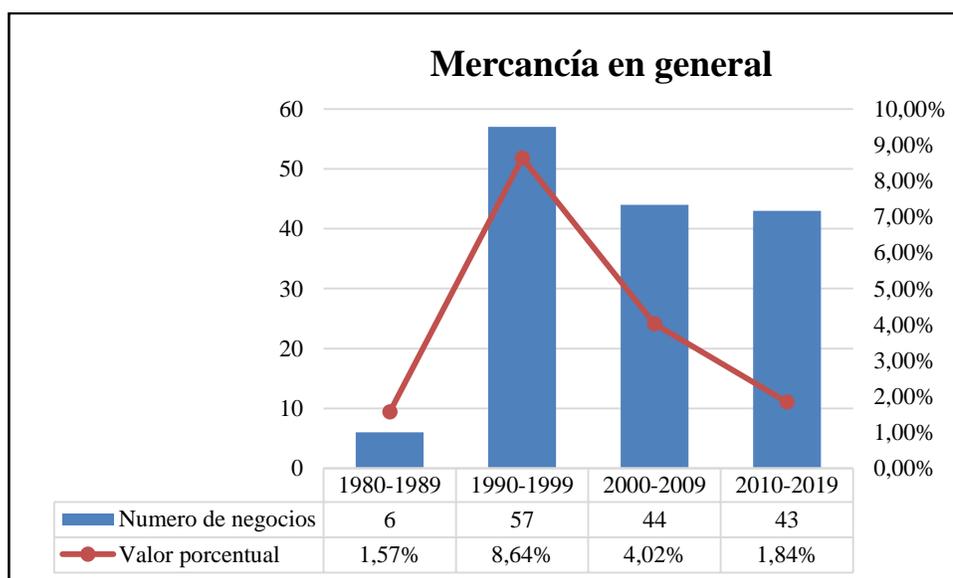


Elaboración propia en base a la cámara de comercio de montería 2019

Maquinaria, equipo industrial, comercial y agrícola supuso para el primer periodo un número de establecimientos bajo, con solo 4 puntos de oferta que representaban el 1,05% de la actividad comercial que cambiaría para los años 90s con un aumento de 34 nuevos locales conformando un total de 38 puntos que simbolizan un 5,76% considerablemente. En lo que respecta al nuevo siglo, en la categoría se consiguió un alza en la cantidad de negocios propiciado

un registro de 55 que, aunque decreció levemente representaría el 5,03% manteniendo el porcentaje sobre ese dígito. Respecto a los años 2010 – 2019 el número de estos puestos estuvo a punto de duplicarse enmarcando 106 establecimientos nuevos de esta categoría que figuraban el 4,54% de la actividad en el renglón del comercio en la cabecera municipal de Cereté.

**Gráfica 8 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de mercancías en general desde 1980 en Cereté.**



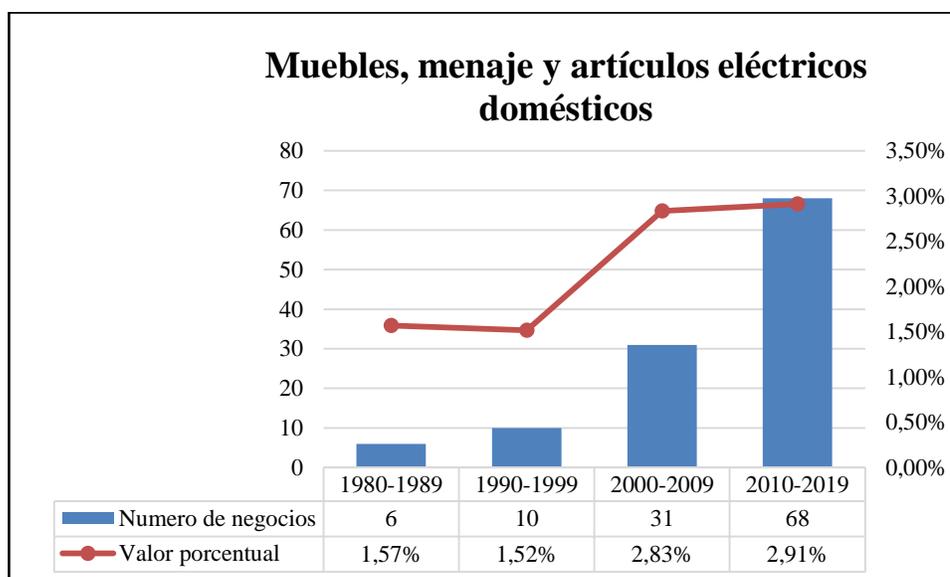
Elaboración propia en base a la cámara de comercio de montería 2019

En el caso de negocio enmarcado como Mercancía en general en donde se encuentran las Cacharrerías, bazares y variedades, se pudo obtener que finalizados los años ochenta estos negocios comprendían el 1,57% que significaban apenas 6 negocios de ese tipo, en el transcurso de los años noventa se consolidaron 57 puntos de venta que dentro de ellos 51 nuevos se habían localizado para el entonces proporcionado un crecimiento de la participación por categorías al establecer un 8,64% y de esa forma estos negocios consolidarían un papel medianamente importante. En los 2000 se propicia un cambio negativo pues el número de negocios de esta

tipología bajó a 44 reduciendo 13 puntos comerciales lo cual explica su nueva reducción del valor porcentual a 4,02%, ya en los recientes años el último registro que se obtuvo para la Mercancía en general fue del 1,84% perdiendo solo 1 establecimiento y quedando con 43.

En toda la dinámica lo que se refleja es una especie de cambio piramidal en porcentaje y un esfuerzo por mantener los mismos puntos de comercio de esa clase para los próximos años.

**Gráfica 9 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de muebles, menaje y artículos eléctricos, domésticos desde 1980.**



Elaboración propia en base a la cámara de comercio de montería 2019

Dentro de la categoría de Muebles, menaje y artículos electrodomésticos se encontró haciendo la diferenciación por décadas que existían solo 6 establecimientos que ofrecían productos referentes a esa actividad para los años ochenta, representando así el 1,57% de toda la actividad comercial en la urbe, de forma continua se obtuvo que para los noventa ya había un total de 10 establecimientos de esa categoría por lo que muestra un aumento de solo 4 nuevos puntos representando el 1,52% del comercio, si bien bajó el porcentaje representativo para el comercio en

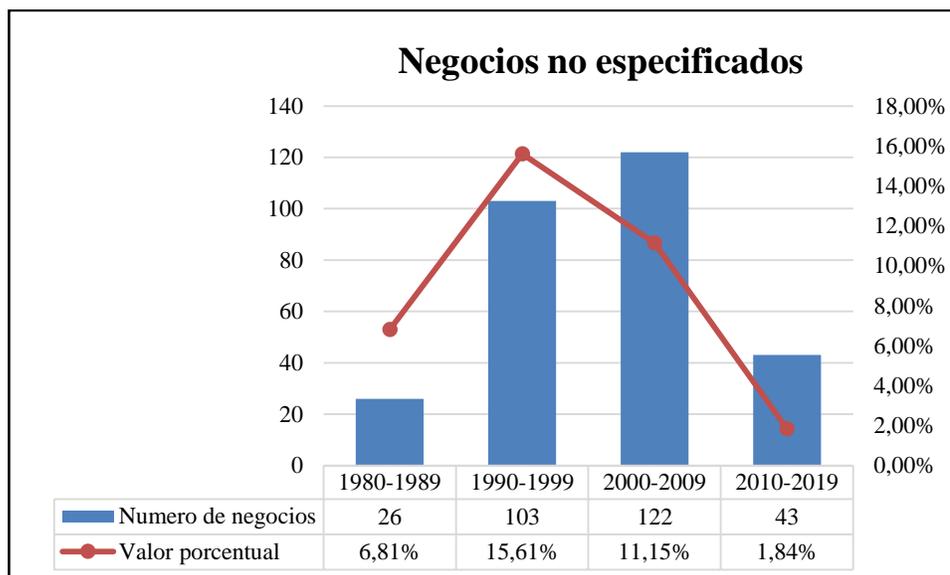
general supuso un pequeño aumento en el número de negocios con esa particularidad. En la década del nuevo siglo hubo notables cambios, para estos años la cantidad de establecimientos sería de 31 en total, triplicando la cantidad de negocios y con ello el porcentaje comercial urbano que pasaría a un 2,83% llegando a casi el doble del porcentaje anterior. Ya para la última década, se reconoció otra subida del número en los negocios pasando a 68 establecimientos y de esta manera incrementando un poco más del doble en los puntos de venta del lapso anterior, su crecimiento en porcentaje solo fue del 0,8% llegando a 2,91% en relación a los demás porcentajes de las otras tipologías de negocios que conforman el porcentaje general del comercio urbano.

Las dos últimas décadas del siglo pasado fueron poco significativas y representaban solo un poco más del 1% en la clasificación de negocios de toda la zona, el leve cambio de esta categoría sin duda se encuentra entre el pasado y el nuevo siglo donde se nota una mínima variación que sigue representando una baja participación por categoría.

En un documento del banco de recomendaciones de la empresa (EPM, 2012) suscitan la relación de los productos electrodomésticos con la actividad económica diciendo que “...si un electrodoméstico tiene más potencia, será un electrodoméstico más potente, el cual podrías necesitar para ciertas actividades (por ejemplo, si tienes producción de paletas en tu hogar, producción de jugos, tienda, cafetería, etc.)”

Esto expresa que el consumo y demanda de electrodomésticos en un determinado poblado no solo sirve para uso exclusivo en los hogares, sino que además es muy primordial para los negocios los cuales poseen ventas relacionadas a la alimentación o en aquellos espacios de recreación donde por lo general tienen servicios de atención igual.

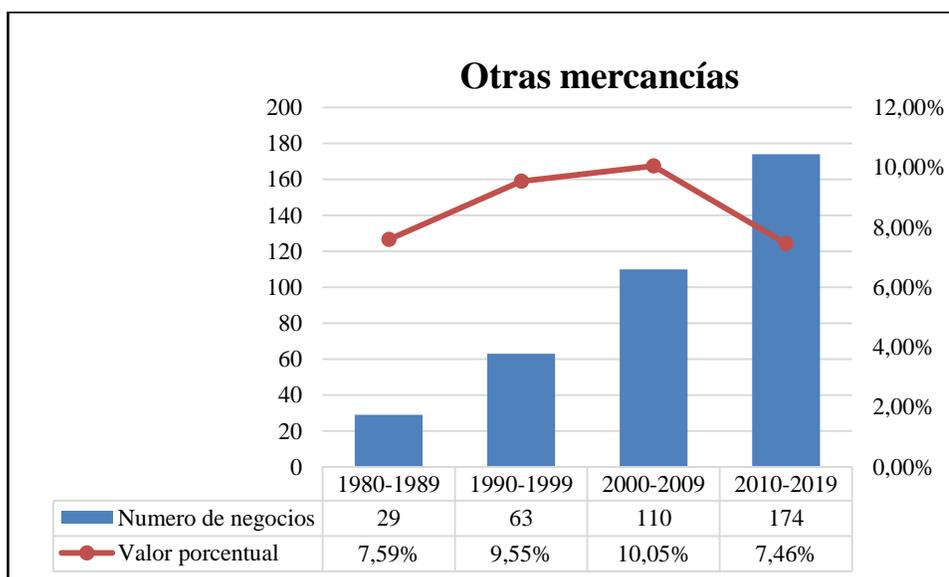
**Gráfica 10 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de negocios no especificados desde 1980.**



Elaboración propia en base a la cámara de comercio de montería 2019

Dentro de los Negocios No especificados; es decir, de los que no se obtuvo información específica referente al tipo de productos que ofrecen se obtuvo que existían alrededor de 26 en la década de los 80s los cuales representaban el 6,81% del comercio urbano, entre los 90s estos negocios sin especificar comprenderían el 15,61% en la localidad contabilizando a 103 establecimientos de este tipo, razón por la cual presentaba una participación considerable del comercio en esos años. Transcurrida la primera década del nuevo milenio, los negocios sin especificar tocarían la punta más alta dentro de su dinámica con 122 negocios de esta clase, pero con un porcentaje representativo del 11,15% y para el año pasado solo hubo 43 negocios sin especificar figurando solo el 1,84% por lo cual se concluye una reducción bastante notoria y producida por la actualización en la obtención de información específica de estos negocios que permitió deducir en qué categorías se vinculaban.

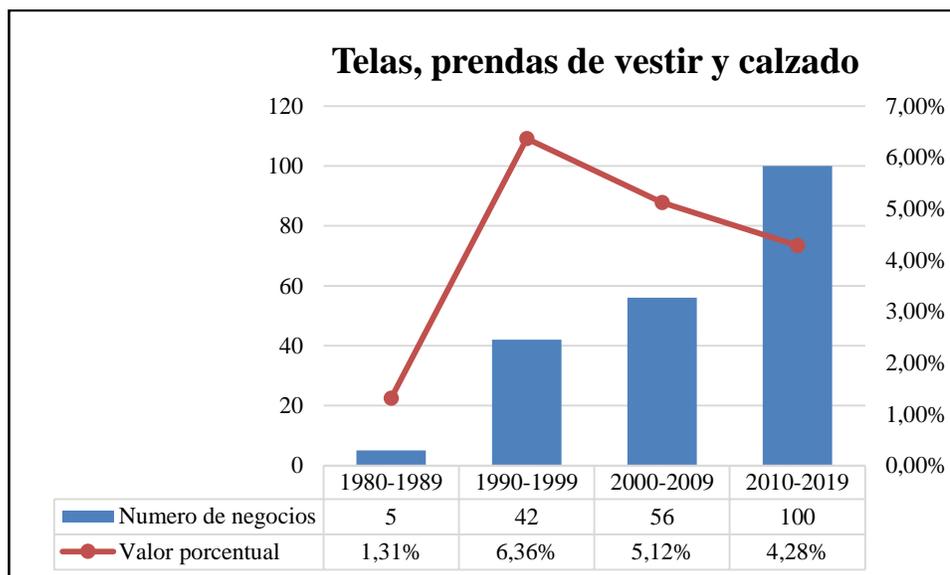
**Gráfica 11 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de otras mercancías desde 1980.**



Elaboración propia en base a la cámara de comercio de montería 2019

Las Otras mercancías que están compuestas por joyerías, papelerías, drogas y cosméticos también tendrían influencia en el comercio de la ciudad puesto que para finales de 1989 se registró un 7,59% de su contribución en la economía local con 29 espacios correspondientes a la categoría, en 1999 ya contaba el municipio con 53 tiendas que ofertaban productos relacionados a los mencionados y en lo que concierne a su porcentaje por actividad subió a 9,55%, el siguiente incremento conllevaría al poblado en su consolidación de 110 puestos con un porcentaje de 10,5% que hasta esa época sostendría una positiva variabilidad. En el último lapso se sintetizó que, aunque por tipo de negocio hubo un declive porcentual quedándose en el 7,46% se identificaron 64 nuevos establecimientos que se localizarían repartidos en la zona residencial y con este porcentaje instaurándose como la segunda categoría más relevante dentro de la tipología de negocios y la tercera categoría con más representación de todo el comercio de la localidad.

**Gráfica 12 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de telas prendas de vestir y calzado desde 1980.**



Elaboración propia en base a la cámara de comercio de montería 2019

En la categoría de Telas, prendas de vestir y calzado se obtuvo que para 1980 – 1989 esta contaba con aproximadamente 5 establecimientos los cuales representaban un 1,31% del comercio Cereteano y que al desarrollarse el siguiente decenio se incrementarían estos establecimientos en 42, se localizaron entonces 37 nuevos puntos de venta de dicha clasificación superando la cuadruplicación porcentual en base a la anterior configurándose de ese modo un 6,36% en los años noventa. Entre 2000 – 2019 se registraron 56 establecimientos con igual función, como resultado el crecimiento respecto a la cantidad desacelera un poco y baja el porcentaje como consecuencia de los otros tipos de establecimientos, en 5,12% se estableció el valor porcentual en este lapso. Seguidamente, cerca de 100 puntos de venta se registraron y localizaron en todo el transcurso del último decenio, esto refleja un aumento de casi el doble que el anterior significando un porcentaje de 4,28%, en este sentido se puede constatar un declive en porcentaje representativo general del comercio urbano para esta clase de locales.

### **5.3. Comercio: actividad de los servicios**

Los servicios, son un conjunto de actividades que buscan satisfacer las necesidades de un cliente, por lo general los servicios implican brindar algo que **No** es material o netamente físico, a diferencia de los productos que son bienes materiales.

#### **Tipología de servicios.**

**SERVICIOS COMERCIALES:** Incluye los servicios prestados por Agencias de Publicidad, cobranza de cuentas, trabajo de impresión heliográfica y reproducción fotostática, Asociaciones comerciales y servicios prestados al público, no clasificados en otro lugar.

(Puntos de pago, apuestas, rifas, loterías, recaudos, agencia de ventas y representaciones comerciales, distribuidoras, comercializadoras, proveedoras, surtidoras)

**SERVICIOS PERSONALES Y FAMILIARES:** Incluye los servicios estéticos, servicio doméstico, servicios de reparación o restauración, domiciliarios y todo aquel servicio desempeñado por un profesional.

(Talleres, peluquerías, salones de belleza, lavanderías, parqueaderos, servicios funerarios, servicios de reparación o arreglo, servicios a domicilio, remontadoras)

**SERVICIOS FINANCIEROS Y EMPRESARIALES:** Los servicios financieros son todas aquellas entidades o instituciones cuya actividad principal gira en torno al sistema monetario y sus variantes, en tanto las empresariales son aquellos que brindan algún tipo de asesoramiento o apoyo físico o moral por parte de personas especializadas.

(Servicios informáticos: sistemas, redes y software, asesorías y servicios técnicos, inversiones, créditos, diseño gráfico, consultorías, publicidad, etc.)

**SERVICIOS DE EDUCACIÓN, SALUD Y BIENESTAR SOCIAL:** Llamados también servicios sociales, porque satisfacen necesidades básicas de la sociedad, suelen ser asumidos por el sector público, aunque existen además algunas empresas o instituciones privadas que suelen vincularse al nivel de bienestar social.

(Escuelas, colegios, jardines, institutos, corporaciones, liceos, academias, gremios sociales, educativos y de la salud, farmacias, hospitales, clínicas, unidades de atención a la salud, laboratorios, etc.)

**SERVICIOS DE TRANSPORTE Y DISTRIBUCIÓN:** Son servicios que ofrecen movilidad y transporte de personas o mercancías de un lugar a otro, están vinculados al almacenamiento y a la logística.

(Terminales, agencias de viaje, transportadoras, puntos de almacenamiento y abastecimiento, servicios de viajes, entregas, tours, cargas, autoservicios)

**SERVICIOS DE RECREACIÓN, OCIO Y ESPARCIMIENTO:** Los servicios de esta categoría ofrecen en pocas palabras entretenimiento, estos incluyen los prestados por centros de recreación o establecimientos que ofrecen alternativas de pasatiempo y espacios limitados para estancias cortas de ocio. Están relacionados a juegos, bebidas y alimentación.

(Clubes, kioscos, panaderías, heladerías, restaurantes, cantinas, ventorrillos, bares, billares, estaderos, llaneras, fondas, refresquerías, discotecas, gimnasios, galleras, tabernas, salas de videojuegos)

**SERVICIO DE HOTELERÍA Y ALOJAMIENTO:** Este servicio se encuentra vinculado a la hostelería o el turismo, aquí se ofrecen espacios y lugares donde las personas pueden hospedarse

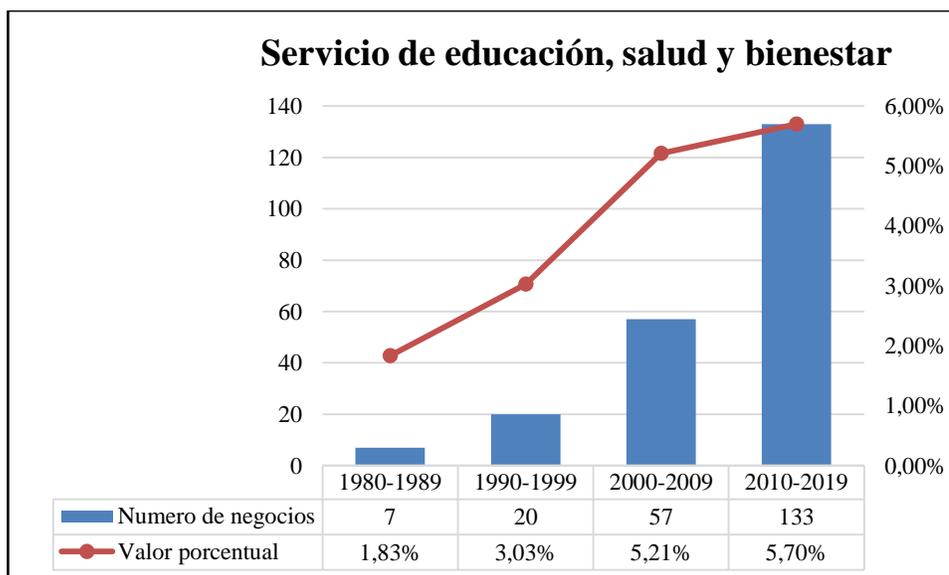
por cortas, medianas y largas estancias, en definitiva, brindan algún servicio de alojamiento a las personas y pueden estar conectados con otros tipos de servicio.

(Casa de huéspedes, hoteles, residencias, moteles, alquileres residenciales, conjuntos cerrados, urbanizaciones, pensiones)

**SERVICIOS CONEXOS, TECNOLÓGICOS Y CINEMATOGRAFICOS:** Comprende los teatros, compañías de Operas, organizaciones de conciertos y compañías teatrales, estudios de radiodifusión y televisión, orquestas para bailes y orquestas sinfónicas, establecimientos que ofrecen servicio cibernético, tecnológico o que incluyan la producción y distribución de películas cinematográficas.

(Servicios de comunicaciones, telecomunicaciones, radiodifusión, impresiones, copias, telefonías, estudios televisivos, cine, servicios fotográficos, ampliaciones, grupos musicales, etc.)

**Gráfica 13 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de servicio de educación, salud y bienestar desde 1980.**



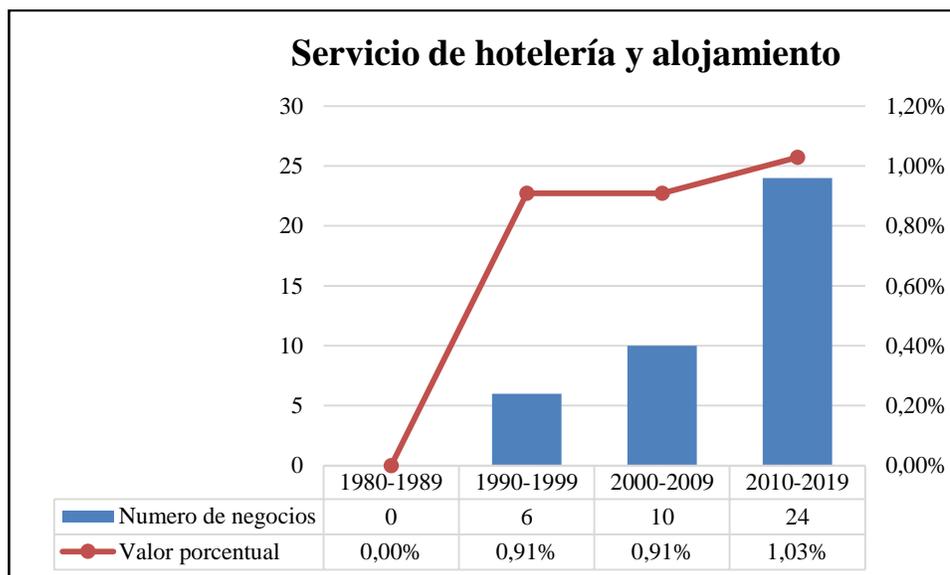
Elaboración propia en base a la cámara de comercio de montería 2019

El Servicio de Educación, salud y bienestar componía con 7 espacios que cumplían esa función servicial el 1,83% del sector servicios en los 80s, en la siguiente década Cereté tenía al menos 20 establecimientos de esa clase, estos generarían el incremento porcentual de 3,03% correspondiente como se muestra en la gráfica. Al pasar los años siguientes, justo en la primera etapa del presente siglo los establecimientos encontrados sobre este servicio llegarían a ser 57 y el valor porcentual de 5,21% relativamente, ya en el último lapso habría una ampliación de estos mercados componiendo el total de 133 espacios con dicha ocupación, el total del porcentaje presentado en esta etapa es de 5,70% como último dato.

Así pues, se espera un progreso de estos servicios en la localidad puesto que se van mostrando niveles positivos cada vez más complementado también por los programas a nivel local que promueven el desarrollo de la salud pública dentro del territorio como lo muestra el Informe de intervenciones de la salud en Cereté del 2018 donde se reafirma la búsqueda por reducir al máximo las complicación de las enfermedades no transmisibles en la población, por lo que la Secretaría Seccional de Salud ha querido implementar equipos funcionales responsables del proceso para fortalecer las acciones de vigilancia epidemiológica a nivel municipal con el fin de monitorear el comportamiento de estas enfermedades y generar acciones que permitan dar cumplimiento a las metas de los Programas de Prevención y Control que reduzcan la posibilidad de ocurrencia de complicaciones y muertes. De igual manera, la secretaría de salud local pretende promover la creación de espacios de acción sectorial, tran-sectorial y comunitaria, buscando garantizar el disfrute de una vida sana, en las diferentes etapas del ciclo de vida de todos los habitantes del municipio de Cereté.

En esta misma línea se busca entonces a nivel local, el fortalecimiento de centros de atención en salud, así como la conformación de espacios de atención y prevención a la ciudadanía.

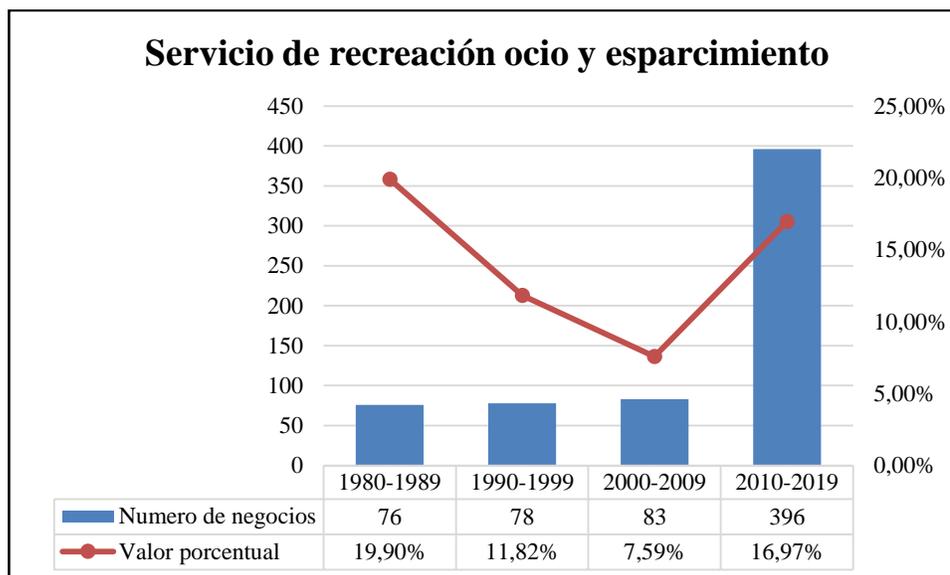
**Gráfica 14 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de servicio de hotelería y alojamiento desde 1980.**



Elaboración propia en base a la cámara de comercio de montería 2019

En lo que respecta al Servicio de Hotelería y alojamiento no se registraron servicios vigentes en la década de los ochenta, pero al llegar la nueva década se establecieron un total de 6 hospedajes que prestaban el servicio como consecuencia del constante flujo migratorio entre regiones y diversas ciudades, por lo que esto representaba un porcentaje bajo del 0,91% como indicio del comienzo de la línea de servicios en alojamientos. La etapa posterior referente al nuevo milenio no mostró cambio en porcentaje, pero si en la ampliación de esa tipología de servicio con 4 nuevas localizaciones y por tanto alcanzando a 10 el total de sitios que alojaban a turistas y residentes de las zonas cercanas, dicha cantidad llegaría a 24 hoy día con un porcentaje comprendido en el 1,03% en la participación de la actividad del sector terciario en la zona urbana.

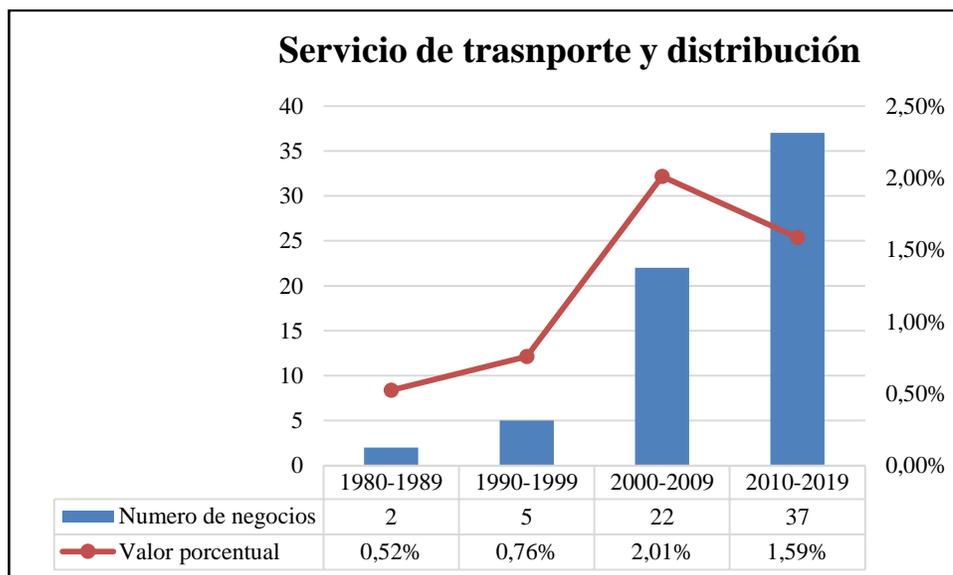
**Gráfica 15 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de servicio de recreación, ocio y esparcimiento desde 1980.**



Elaboración propia en base a la cámara de comercio de montería 2019

Los resultados para el Servicio de Recreación, ocio y esparcimiento se ubicaron en 76 como cantidad inicial en los años ochenta y con un porcentaje de 19,90% conformando una gran contribución a la actividad de los servicios pero que a través de los noventa solo ampliaría con dos locales más fijando un total de 78 espacios con esa productividad por lo que su proporción fue de 11,82%, el que solo haya aumentado dos nuevos lugares hace que baje su porcentaje respecto a los demás. El nuevo siglo no trajo realmente un dinamismo positivo pues el aumento de los establecimientos fue de 5 por lo que se concretó en 83 la cantidad de locales y con eso el encogimiento del nuevo porcentaje que fue de 7,59% consecuentemente. Fue en definitiva el último decenio el que produjo la más notable variación en todos los servicios pues se pasó de 83 a 396 establecimientos de esa clase de servicios y que desde luego favoreció a un crecimiento relevante que permitió de nuevo el alza del valor porcentual al 16,97%, logrando introducirse como la categoría con la mayor participación en el renglón de servicios y la segunda en todo el comercio.

**Gráfica 16 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de servicio de transporte y distribución desde 1980.**



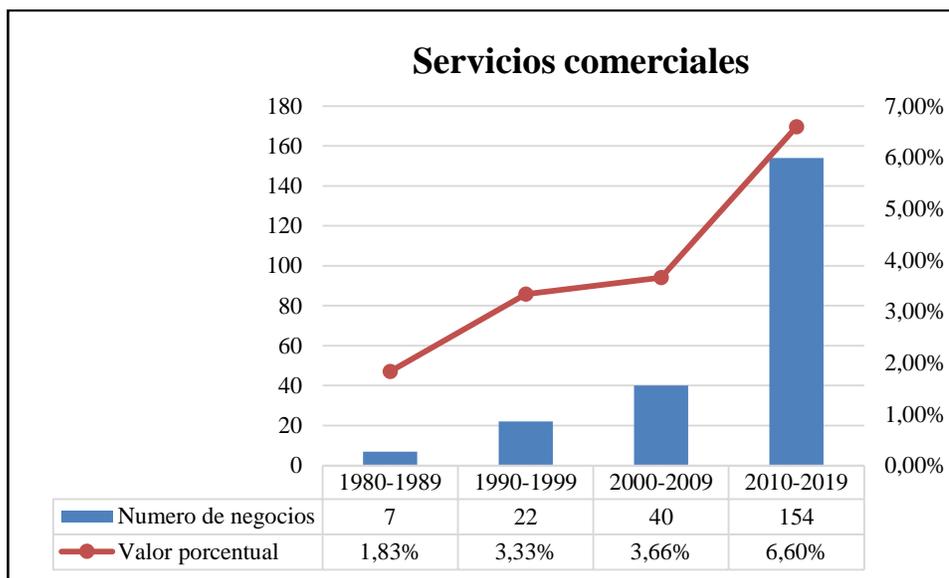
Elaboración propia en base a la cámara de comercio de montería 2019

El Servicio de Transporte y distribución que depende de los flujos migratorios y abastecimiento presentó para la primera etapa de estudio un 0,52% del renglón económico de comercio y servicios por lo que solo 2 establecimientos tenían servicio de transporte, en el segundo decenio esa actividad de servicios solo tuvo 5 puntos de prestación ubicados en el terminal de transportes del municipio y en el nuevo mercado abarcando el 0,76% de la actividad terciaria local, hecho que para el siguiente lapso fueron 22 la cantidad de puestos que ofrecían servicio de distribución llegando a figurar el 2,01% como valor porcentual. Por último, fue hace un par de años que el municipio registró de acuerdo al incremento por década un número de 37 sucursales o puestos de servicios relacionados al transporte público y a la distribución de productos a nivel local, departamental y nacional constituyendo un 1,57% de los servicios en la ciudad.

Enmarcando lo anterior dentro del contexto nacional (Rodríguez, 2013) señala que *“El sector transporte cumple una labor vital para cualquier país, no solo a nivel económico sino social, pues de éste depende en gran parte la competitividad de un país. En el caso del transporte terrestre de carga, permite la movilización de todos los productos de una región a otra, incluyendo todos aquellos para exportación o los importados. El producto interno bruto del sector de transporte por vía terrestre ascendió a \$14,4 billones para 2012, reflejando un crecimiento del 3,1%. Pese a este crecimiento, el volumen de toneladas movilizadas ascendió a 135 millones, siendo este un menor nivel al reflejado en 2011, cuando la carga ascendió a 140 millones”*

Luego el mismo autor suscita la importancia de los servicios de transporte de carga sosteniendo que *“La participación del PIB del sector transporte (Servicios de Transporte + Obras Civiles) en el PIB Nacional fue en el año 2010 de 7.87%, correspondiendo el 4.26% a los servicios de transporte, y el restante 3.61% al sector de la construcción por obras civiles. Los servicios de transporte para el año 2010, muestran una tasa de crecimiento del 6%, al pasar de \$17.065 miles de millones a \$18.089 miles de millones, observándose incrementos tanto en los servicios de transporte terrestre (6%) como en los servicios de transporte aéreo (10,6%) y en los servicios de transporte complementarios y auxiliares (3,4%), lo que evidencia un cambio de tendencia pues para el 2009, se registró una variación negativa, que en su momento se explicó por la recesión económica mundial.*

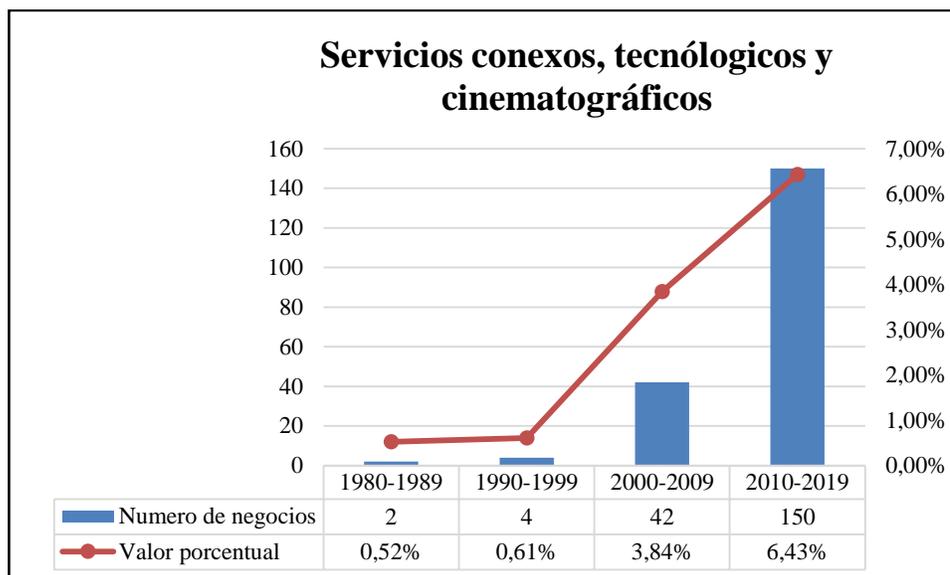
**Gráfica 17 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de servicios comerciales desde 1980.**



Elaboración propia en base a la cámara de comercio de montería 2019

Dentro del rango de Servicios que se pudieron clasificar concretamente se obtuvo que los resultados de los Servicios Comerciales fueron óptimos, en la etapa inicial del estudio solo habían solo 7 establecimientos que ofrecían servicios comerciales dentro del casco urbano, este número representaba el 1,83% de la participación categórica del sector terciario en la localidad, luego en la segunda etapa se hallaron inscritos 22 establecimientos aumentando el porcentaje en 3,33% que continuaría elevándose por el resto de los lapsos conformados en la investigación. En el tercer lapso se encontró alrededor de 40 establecimientos que ofrecían estos servicios los cuales significarían el 3,66% para el decenio y entre el 2018 - 2019 se pudo sintetizar que la cantidad llegó en suma a 154 establecimientos que comprenderían el 6,60% de la actividad servicios y así se constituiría como el segundo servicio más simbólico y el cuarto de todo el sector terciario en la economía local de Cereté.

**Gráfica 18 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de servicios conexos, tecnológicos y cinematográficos desde 1980.**



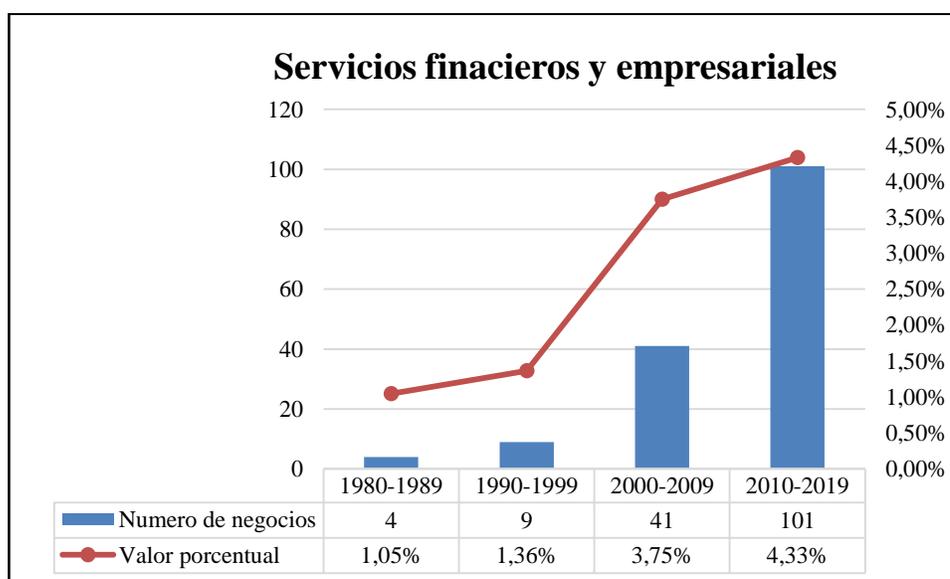
Elaboración propia en base a la cámara de comercio de montería 2019

Como era de esperarse otra de las clases de servicios que también tuvo un trascendental cambio fue la de Servicios Conexos, tecnológicos y cinematográficos debido a que en el desarrollo de los lapsos se presentaron resultados atractivos, en 1980 – 1989 el municipio solo contaba con 2 puntos de servicios obteniendo el 0,52%, luego para el periodo siguiente se encontraron solo 4 establecimientos confinando el porcentaje a 0,61% y con eso un crecimiento estancado en las dos épocas, pero a partir del año 2000 se estableció un total de 42 espacios que prestaban el servicio con lo que el aumento fue de 40 locales que se localizaron mayormente en la zona centro y partes aledañas, el nuevo porcentaje así sería de 3,84% para el nuevo milenio. Consecuentemente, para la década del 2010 se triplicó el número de servicios con 150 establecimientos ubicados de forma dispersa pero con mayor notoriedad en la zona centro y teniendo un valor porcentual hoy de 6,43%.

En el contexto colombiano, se puede resumir que muchos de estos servicios sirven como ayuda o herramienta en el desarrollo de otros servicios relacionados a los cuales se les asiste como

señala el Informe de (Mintic, 2015) titulado “Caracterización del sector teleinformática, software y TI en Colombia 2015” donde se muestra las principales actividades económicas a las que van dirigidas los bienes y servicios producidos por las empresas del sector donde se puntualiza que el 40,9% de las 401 empresas encuestadas desarrollaron productos y servicios para a actividades de información y comunicación, el 10,4% actividades financieras y de seguros, el 8,3% actividades de servicios administrativos y de apoyo y el 7,8% a actividades profesionales, científicas y técnicas; cabe anotar que apenas el 2,8% van dirigidos a actividades relacionadas con la educación.

**Gráfica 19 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de servicios financieros y empresariales desde 1980.**



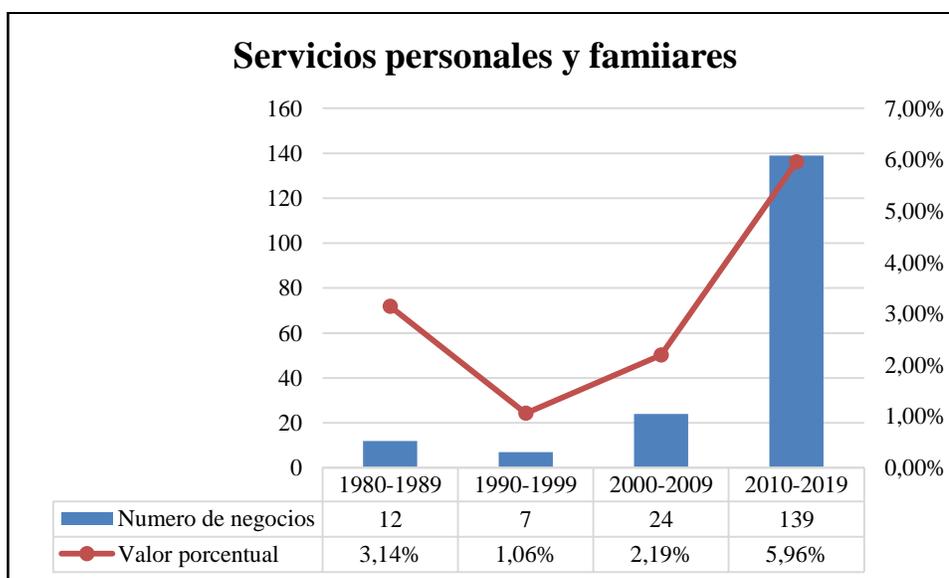
Elaboración propia en base a la cámara de comercio de montería 2019

Los Servicios Financieros y empresariales cobijaban para los 80s el valor de 1,05% en la actividad del comercio con tan solo 4 locales que ofrecían esa prestación, luego en la segunda etapa se localizarían solo 5 más dando un total de 9 establecimientos y de esa forma se simbolizó el 1,36% en la línea de servicios que hallaría de alguna manera en la posterior década concretarse

con un 3,75% respaldado por los 41 locales que se registraron para ese tiempo. Al final, se han localizado actualmente 101 puestos de servicios financieros o empresariales que se emplazaron en la ciudad hasta hoy día con una representación cuantitativa del 4,33%.

De esta forma el sector servicios en este municipio forma parte vital de la economía local, pues en casi todas las categorías de servicios mencionadas sostienen un aumento positivo del número de negocios y de los porcentajes por actividad representativa para el sector terciario, como diría Soubbotina (2004) citado en (López & Muñoz, 2016) *“El sostenido crecimiento del sector terciario en las economías, particularmente las desarrolladas, ha impulsado el estudio del rol y la capacidad de los servicios para guiar el crecimiento y el desarrollo económico de los países. Según van aumentando los ingresos, las necesidades se vuelven menos materiales y la gente comienza a demandar más servicios, en los campos de la salud, educación y el entretenimiento”*

**Gráfica 20 Dinámica de los establecimientos urbanos relacionados a la categoría de servicios personales y familiares desde 1980**



Elaboración propia en base a la cámara de comercio de montería 2019

En las categorías de servicios se obtuvo como resultado que para el año 1989 el número de Servicios Personales y familiares eran de 12 con un porcentaje del 3,14% en esa década, finalizado el año 1999 el cambio efectuado sería de 7 establecimientos y un porcentaje de 1,06% dentro del margen del sector terciario. Para el periodo siguiente, se obtuvo una contabilización de 24 servicios personales que repartidos en el casco urbano representarían el 2,19% del comercio, significando otra vez un rumbo de mejora que se consolidaría en 2019 con alrededor de 139 servicios personales, localizándose al menos 115 locales que atienden esa clase de servicios y que representan actualmente el 5,96% del sector terciario local.

#### **5.4. Crecimiento demográfico, expansión urbana y comercial de Cereté**

El censo de 1964 muestra una diferencia numérica positiva pues dicho estudio poblacional cubre el desarrollo demográfico de los años 50s y está correlacionando con la información obtenida de la expansión urbana de Cereté a 1959, así pues se supera el estancamiento demográfico relativo que sufrió el municipio entre los años 1937 y 1950 como se evidencia en el censo de población de 1951 que realizó el departamento de Bolívar y a su vez se abre paso al avance gradual del espacio urbano, lo que se sustenta con los 29.666 habitantes que poseía el municipio para 1964, incrementando su población casi el doble después de 1951 y confirmando en ese sentido la ampliación territorial dentro del componente residencial.

Es evidente que para 1978 el crecimiento registrado en la zona urbana se constituya como uno de los más expansivos en comparación con los procesos anteriores pues de manera resumida el municipio caminó hacia todos los sentidos y reforzó la integridad urbana de diversas zonas que eran consideradas como no consolidadas, en ese sentido el despliegue del barrio

la Candelaria, Santa María y La Esperanza aparecen y se consolidan en el área urbana y paralelamente a eso se expanden parte del barrio Chuchurubí, Vilches, Santa Teresa, San Pedro, Venus segunda etapa, Pablo VI y Villa Rosa.

En el sur entonces ya existe una integración de los barrios que conducen al centro de forma casi continua a excepción de unas zonas que se concretarían en los años próximos.

La población para 1973 fue de 37.068 habitantes respectivamente, lo que denota un aumento de más de 7.000 personas en 9 años si se toma el anterior censo de 1964, este aumento de la población llegó a una efímera equidad entre lo rural y lo urbano representando casi la misma proporción de habitantes en cada una de esas zonas. Ambos sectores contaban para ese entonces con más de 18.000 habitantes, número que no había estado equiparado anteriormente y que a su vez no volvería a repetirse

Con el censo de 1985 el municipio demostraría otra gran dinámica en el número de habitantes en todo el casco urbano y fuera de este, pues hubo un incremento considerable de personas que residían para la época en Cereté, cobijando unos 58.605 habitantes que en comparación con el anterior censo tendría un crecimiento superior al 50% registrando así 21.537 nuevos ciudadanos cereteanos para la fecha, una cantidad relevante si se tiene en cuenta el tamaño de la ciudad en contraste con otras de similar tamaño que no presentan incrementos representativos. Para los años 90s el ensanche de Cereté estaba prácticamente establecido en la zona de la margen izquierda del río Bugre, al occidente del casco urbano, los barrios como el Totumo y 7 de Agosto se conformarían para ese lapso, también se consolida para el entonces otra parte del caserío Chuchurubí, hacia el suroccidente el caserío de Leticia se conforma paralelo al río y a la carretera principal, en el norte pero en la margen derecha los barrios de La Floresta y el barrio Bienestar presentan intenciones de habitabilidad.

En ese sentido, el poblado tendría para 1993 aproximadamente unos 65.965 habitantes, de los cuales 40.411 pertenecían a la zona urbana o al casco urbano municipal y 25.554 a la zona rural, dicho esto se demuestra que a partir de los años noventa Cereté presenta un incremento de su población urbana por encima de la rural que no había pasado antes o por lo menos de manera muy distinguida pues en 1973 ya había ocurrido cuando las dos zonas representaban un equilibrio demográfico zonal al presentar casi la misma cantidad de personas, la única diferencia era una mínima y casi irreconocible superioridad de la zona urbana sobre la rural pero en el caso de 1993 se hace esencial la brecha que separaban por miles de habitantes y que de alguna forma reivindicaría la primacía de una zona por encima de la otra en la evolución demográfica zonal en el municipio.

En el nuevo siglo y a su vez en la nueva década, Cereté presentaría para el año 2000, crecimientos alternos que terminarían de conectar sólidamente los diferentes barrios en todos los sentidos, el crecimiento para esta fecha rellenaría los espacios no consolidados en la parte interna del casco urbano, los barrios San Francisco, Las Palmas, El noval, El Prado, La Gloria, El Oriente, Nuevo Oriente y Las Américas se crearon de forma casi completa aunque es de aclarar que en muchas de las zonas mencionadas ya existía una presencia humana incluso desde 1970 pero que por ser muy poca se constituía como zona rural; por esa razón, a partir del nuevo siglo estas franjas se comienzan a poblar lo que favorecería a la demarcación del área urbana, por su parte barrios como El Cañito, La Candelaria, y Pablo VI continuarían desarrollándose y creciendo. Esto muestra sin duda la concreción del ensanche urbano que ha presentado el casco urbano del municipio de Cereté y que seguirá creciendo si tomamos en cuenta los otros factores que se asocian al crecimiento no solo demográfico sino también comercial.

## CONCLUSIÓN

De acuerdo a los objetivos planteados en la investigación y a los resultados que se obtuvieron después de analizar la información suministrada por las diversas fuentes secundarias se concluye que en el caso de la localización de actividades comerciales urbanas se empiezan a notar de forma más notoria después de 1990, ya que antes de ese periodo el comercio que se venía dando en el municipio era un comercio central establecido de manera predominante en la Calle del Comercio y el establecimiento de nuevos locales crecía lentamente para el entonces, con lo cual la localización de actividades relacionadas al comercio urbano era limitada y más lenta que en los años póstumos.

Para la década de los 90s la localización de establecimientos económicos en el casco urbano crece y se empieza a extender fuera del perímetro central, dentro del estudio se obtuvo que 278 nuevos establecimientos se localizaron para esa década situándose hacia el sur de la ciudad, con ello se configura como otro sector importante para el comercio y la economía local la zona del nuevo mercado y la Cra 15 (Avenida Santander). En el desarrollo del nuevo siglo 2000 – 2010 la localización de la actividad comercial toma forma y se desliga del centro de manera relativamente independiente por medio de corredores viales urbanos que sirven de vertientes comerciales con 434 nuevos puntos de venta establecidos en esas nuevas zonas de comercio.

Actualmente, la actividad económica girada entorno al comercio urbano se encuentra interconectada entre los diferentes corredores y el centro que se ha expandido considerablemente, en la investigación se pudo determinar por medio de los resultados alcanzados cerca de 1240 nuevos establecimientos localizados no solo en las áreas mencionadas de comercio que permitieron su consolidación sino también repartidas en zonas residenciales que hoy día toman

fuerza configurando el inicio de un comercio de barrio más estructurado. Así, la localización de la actividad económica concreta en primera instancia un comercio central luego un comercio zonal y por ultimo un comercio sectorial dentro del casco urbano.

Luego del análisis de los datos obtenidos encaminados a la caracterización de las actividades comerciales y económicas urbanas, se puede mencionar que en la economía comercial local existe un arraigo de los establecimientos calificados en la categoría de alimentos y bebidas, los cuales componen casi el 20% de la actividad llevada a cabo en todo el casco urbano, pero con predominio en las zonas residenciales más importantes y en las calles principales. Igualmente, el renglón de otras mercancías compuesto por floristerías, papelerías, drogas, joyerías, etc., representan el más del 7% del comercio urbano, estas categorías incluidas en la actividad de negocios son las más productivas, comunes y que más se han preservado durante los años. Por otro lado, los servicios urbanos relacionados a la categoría de recreación, ocio y esparcimiento constituyen prácticamente el 17% de la actividad terciaria, localizadas en la zona centro y su área de influencia en los alrededores y en menor medida en los corredores viales, así mismo en segundo plano aparecen los servicios comerciales que simbolizan poco más del 6% siendo los nuevos establecimientos relacionados con estas categorías los que más se han localizado como parte de la actividad económica urbana.

Como resultado, solo las anteriores categorías de negocios y servicios componen entonces el 50%, es decir, la mitad de la economía del sector terciario en el casco urbano, la otra mitad de la estructura comercial constituida por el resto de categorías comerciales y de servicios son encabezadas por establecimientos vinculados a la venta de partes automotores, ferreterías, prendas de vestir y calzado, por el otro lado los servicios conexos como parte de la tercerización de la economía se hacen presentes al igual que los relacionados a la educación, salud y bienestar.

En cuanto a los factores asociados a la localización de actividades económicas y comerciales, se concluye que hubo un distintos hechos que influenciaron un dinamismo comercial en el casco urbano de Cereté, en primer caso la globalización y la apertura económica juegan un papel vital para el cambio económico no solo de las localidades sino de todo el país, con este fenómeno los mercados locales sufren grandes cambios de adaptación y en el caso del municipio estudiado este acontecimiento diversificó los productos y ofreció nuevos servicios a la población que se adecuaban al contexto de las nuevas tecnologías y el consumo de productos importados acrecentando el uso del suelo urbano en favor del comercio debido a los nuevos establecimientos que ofrecerían esos artículos.

Los proyectos de infraestructura vial que buscaban un mejoramiento de la malla vial terrestre en Colombia, afectaría consecuentemente a la localidad para los años 50s y 60s permitiendo un crecimiento del flujo migracional a diferentes partes del casco urbano que se evidenciaría con más claridad en el sur y en las áreas periféricas de la época, también facilitó el transporte de productos campesinos que no contaban con accesos para sacar sus productos al mercado local.

Referente a las transformaciones de la zona centro y la relocalización de las actividades comerciales de Cereté, se obtiene también como promotora de una nueva localización comercial independiente a la Calle del Comercio (Cereabastos), instaurando de esa forma un policentrismo comercial y la consolidación de la Avenida Santander como otro polo de comercio local facilitando el acceso a diferentes bienes y productos de consumo para las zonas residenciales cercanas, su ubicación estratégica con el terminal de transporte sirve al mismo tiempo como punto de referencia para los habitantes de otros municipios circundantes que viajan a Cereté para comprar y abastecerse, afianzando el sector comercio dentro del casco urbano.

Por último, el ensanche urbano y la dinámica demografía del municipio permitieron que se desarrollara exitosamente un comercio diverso y una actividad enfocada a servicios de todo tipo, el incremento de la población y a su vez la amplia demanda que cada año se hacía mayor fue factor para desarrollar un incremento de locales y puntos comerciales que suplían las necesidades de las personas.

## RECOMENDACIONES

Para las recomendaciones, se debe manifestar primeramente que la cantidad de estudios que se han realizado en el municipio de Cereté dentro del aspecto económico son muy pocos, más aún si se mira el aspecto del comercio y los diferentes indicadores que permiten establecer ciertas ideas de la situación o estado de una ciudad en relación con la economía que esta posee, a su vez los pocos materiales de apoyo en el campo investigativo se limitan a describir generalidades de los territorios locales dejando una brecha amplia del conocimiento específico y detallado que se ignora de nuestras ciudades y poblados, por tal motivo la principal recomendación es que se hace de vital importancia seguir investigando sobre esta temática abordada desde múltiples enfoques y miradas que puedan ayudar a comprender y analizar hechos vinculados al estudio y al fenómeno, las características del problema y las raíces de los hechos que constituyen su desarrollo social, económico y político en los espacios urbanos. Por ello, se hace una invitación al programa académico, facultad y a la universidad en general para seguir construyendo y apoyando investigaciones fuera del aula que puedan enriquecer el estudio y la historia científica en nuestro territorio.

En el mismo sentido, las investigaciones posteriores dentro de la misma temática pueden cubrir más información de los fenómenos a estudiar por lo que la relevancia de sus realizaciones radica por un lado en ese motivo, como también en la pertinencia no solo para la localidad sino también para la región y otros territorios de iguales manifestaciones.

**BIBLIOGRAFÍA**

- Alderete, M. (2013). Acuerdos productivos desde la visión del desarrollo local: el rol de la innovación. *Semestre Económico*, 16(33), 127–154. <https://doi.org/10.22395/seec.v16n33a5>
- Anonimo. (2006). *La Localidad* (p. 4).
- Aragón, J., & De la Fuente, L. (2007). La relocalización empresarial y las relaciones laborales en España. *Papeles Del Este: Transiciones Poscomunistas*, 14, 4–18. [https://doi.org/10.5209/rev\\_PAPE.2007.v14.26824](https://doi.org/10.5209/rev_PAPE.2007.v14.26824)
- Astudillo, M. (2012). Fundamentos de economía. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Asuad, N. (2014). *Teorías de la distribución espacial de las actividades económicas* (p. 91).
- Azpiazu, J. A. (1984). *El Comercio según Foronda*. 27–41. <http://hedatuz.euskomedia.org/2268/1/02025042.pdf>
- Balsas, C. (2004). City centre regeneration in the context of the 2001 European Capital of Culture in Porto, Portugal. *Local Economy*, 19.
- BBVA, R. (2018). *Situación Automotriz en Colombia 2018*. 45. <https://www.bbvaresearch.com/wp-content/uploads/2018/03/SituacionAutomotriz2018.pdf>
- Beck, U. (1997). ¿Qué es la globalización? *¿Qué Es La Globalización?*, 17.
- Bembibre, C. (2011). *Localidad*. <https://www.definicionabc.com/geografia/localidad.php>
- Castro, F., & Oviedo, J. (2016). Tiendas De Barrio a La Vanguardia De La Competitividad. *SENA Colombia*. <http://www.aeca1.org/xixcongresoaecca/cd/72g.pdf>
- CEPAL. (2018). *Actualización de proyecciones de crecimiento de América Latina y el Caribe en 2018 y 2019a*. 1. <https://www.cepal.org/sites/default/files/pr/files/tabla->

proyecciones\_octubre-2018\_esp.pdf

Chisari, O., Ramos, P., Leon, S., Basante, G., & Mastroscello, L. (2015). *LOCALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN LA CABA*.

Clark, G., Huxley, J., & Mountford, D. (2012). *La economía local*.

Concejo Nacional de Poblacion. (2010). *Capítulo 2. Localidades, diferentes perspectivas*.

Correa, D. (2012). *Políticas culturales urbanas y construcción de Memoria Colectiva y Lugar: los casos de “La Ronda” en Quito y “La Merced” en Cali*. Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador.

Da Rocha Ceia, J. L. (2015). *La influencia de la imagen del comercio del centro urbano en la imagen de ciudad*. Universidad de Extremadura.

DANE. (2018a). *Encuesta anual de comercio (EAC)*.

DANE. (2018b). *Encuesta anual de servicios (EAS)*.

De Lunardo, M. (2014). *“Relocalización de empresas: efectos sobre la cultura organizacional y su potencial como agente de cambio.”* Universidad de Buenos Aires.

Duch, N. (n.d.). *La teoría de la localización* (pp. 1–73).  
[http://www.eco.ub.es/~nduch/postgrau\\_archivos/Duch\\_localizacion.pdf](http://www.eco.ub.es/~nduch/postgrau_archivos/Duch_localizacion.pdf)

Durand, F. (2008). *Teorías Localización según F* . 25–26.

EPM, E. P. de M. (2012). *Uso inteligente de la energía eléctrica Banco de recomendaciones ¿Qué es uso inteligente de los servicios públicos ? Aspectos importantes para que el usuario tenga en cuenta*. 10.

Fischer, L., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*.

Fuentes, H., Jiménez, L., & Pérez, N. (2019). La demografía industrial en Colombia: localización y relocalización de la actividad manufacturera. *Cuadernos de Geografía: Revista*

- Colombiana de Geografía*, 28(1), 43–65. <https://doi.org/10.15446/rcdg.v28n1.66823>
- Fundación DEMUCA. (2005). *Desarrollo económico local*.
- Hernández, J. (2006). *La Localización de las Actividades de los Servicios Superiores en el Centro de la Ciudad: Un Análisis Estático del Patrón de Localización de los Bancos y Servicios Especializados en la Ciudad de Puebla*.
- Herranz, M. (2015). *Modelos de gestión de marca y su aplicación en el ámbito de las ciudades*.
- Juárez, G. (2013). Revisión del concepto de desarrollo local desde una perspectiva territorial. *Líder: Revista Labor Interdisciplinaria de Desarrollo Regional*, 23(23), 9–28.
- Lira, L. (2003, November). La cuestión regional y local en América Latina. *Instituto Latinoamericano y Del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES) Dirección*, 1–36.
- Londoño, E., & Navas, M. (2011). Comercio tradicional de productos de gran consumo en Colombia: Movilidad del consumidor. *Orinoquia*, 15(1), 103. <https://doi.org/10.22579/20112629.50>
- López, D., & Muñoz, F. (2016). El comercio de servicios y el desarrollo: una discusión en curso. *Sociedad y Economía*, 255–280. <https://doi.org/10.25100/sye.v0i30.3908>
- Martinez. (2005). *Martinez*. <https://doi.org/10.1007/978-1-4614-7990-1>
- Meisel, A., & Pérez, G. (2006). Geografía física y poblamiento en la costa Caribe colombiana. *Geografía Económica y Análisis Espacial En Colombia. Capítulo 2. Geografía Física y Poblamiento En La Costa Caribe Colombiana. Pág.:47-106*, 82. <http://repositorio.banrep.gov.co/handle/20.500.12134/461>
- Ministerio de Minas y Energía. (2016). *Proyección de demanda combustibles líquidos en Colombia. Revisión Diciembre de 2016*. 24.

<http://www.sipg.gov.co/sipg/documentos/Proyecciones/2016/ProyeccionDemandaLiquidos-Rev2016.pdf>

- Mintic. (2015). *Caracterización del sector teleinformática, software y TI en Colombia*.
- Molina, F. X., & Ares, M. A. (2008). Evolución de las decisiones de relocalización de actividades en el distrito industrial de la cerámica de Castellón. la experiencia de la década de 1995-2005. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de La Empresa*, 14(2), 51–69. [https://doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)60023-9](https://doi.org/10.1016/S1135-2523(12)60023-9)
- Moncayo, E. (2001, August). Evolución de los paradigmas y modelos interpretativos del desarrollo territorial. *Instituto Latinoamericano y Del Caribe de Primer Texto, Optativo Segundo Texto, de Menor Jerarquía, Optativo: Amb, January 2001*, 1–52.
- Nájar, A. (2006). Apertura económica en Colombia y el sector externo (1990-2004). *Apuntes Del CENES*, 26(41), 85–106.
- Ospina, G. (2016). El papel de las vías secundarias y los caminos vecinales en el desarrollo de Colombia. *Revista de Ingeniería*, 0(44), 20. <https://doi.org/10.16924/riua.v0i44.911>
- Peréz, G. (2005). La infraestructura del transporte vial y la movilización de carga en Colombia. *Documentos de Trabajo Sobre Economía Regional y Urbana; No. 64*, 64. <http://repositorio.banrep.gov.co/handle/20.500.12134/3194>
- Perez, J., & Gardey, A. (2015). *Relocalización*. <https://definicion.de/relocalizacion/>
- Perez, J., & Merino, M. (2017). *Actividad Económica*. <https://definicion.de/actividad-economica/>
- plan de desarrollo municipal. (2016). *PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL 2016-2019* (pp. 1–555). <https://cpd.blob.core.windows.net/test1/23162planDesarrollo.pdf>
- Pumain, D. (2004). *Localización*. 1–2.
- Ramirez, C. (2013, July 19). *Beneficios de los proyectos viales en las comunidades*.

<https://www.larepublica.co/infraestructura/beneficios-de-los-proyectos-viales-en-las-comunidades-2043058>

Restrepo, B. (2011). la actividad económica de las empresas agropecuarias. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (p. 132).

<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Rodriguez, C. (2013). *Análisis del transporte de carga en Colombia, para crear estrategias que permitan alcanzar estándares de competitividad e infraestructura internacional.*

<http://ir.obihiro.ac.jp/dspace/handle/10322/3933>

Romero, F. (2018). Procesos de relocalización industrial en el municipio de Tocancipá (Cundinamarca-Colombia) durante el periodo 2000-2015. *FOLHMYP*, 62–79.

SCIANTO. (2002). Principales Conceptos Del Sector Comercio. In *Experimentación Teórica* (Vol. 79, p. 96).

Ucha, F. (2010). *Municipio*. <https://www.definicionabc.com/politica/municipio.php%0A>

UNCTAD. (2018). Informe sobre el comercio y el desarrollo 2018: Panorama general Naciones Unidas. *Naciones Unidas*, 24.

[https://doi.org/https://unctad.org/es/PublicationsLibrary/tdr2018overview\\_es.pdf](https://doi.org/https://unctad.org/es/PublicationsLibrary/tdr2018overview_es.pdf)

Vallejo, C. (2007). *Desarrollo económico local y globalización* (Issue November 2012, pp. 1–12).

Viloria, J. (2005). Estructura económica de Cereté: Municipio agrícola de Córdoba. In *Boletín del Museo del Oro* (Issue 40, pp. 328–388).

## ANEXOS

Anexo 1 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década de 1980

ULTIMO AÑO DE RENOVACION	1. Alimentos y bebidas		2. Automotores, bicicletas y accesorios		3. Ferrería y materiales para la construcción		4. Maquinaria y equipo industrial, comercial y agrícola	
	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual
1980	3	42.86%	2	28.57%	--	0.00%	--	0.00%
1981	2	40.00%	--	0.00%	--	0.00%	--	0.00%
1982	3	33.33%	--	0.00%	--	0.00%	--	0.00%
1983	--	0.00%	--	0.00%	--	0.00%	--	0.00%
1984	2	33.33%	--	0.00%	--	0.00%	--	0.00%
1985	121	60.50%	--	0.00%	1	0.50%	--	0.00%
1986	27	50.94%	--	0.00%	2	3.77%	--	0.00%
1987	13	39.39%	--	0.00%	--	0.00%	2	6.06%
1988	4	14.29%	2	7.14%	1	3.57%	1	3.57%
1989	11	28.95%	2	5.26%	--	0.00%	1	2.63%
Total general	186	48.69%	6	1.57%	4	1.05%	4	1.05%

**Anexo 2 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década de 1980**

ULTIMO AÑO DE RENOVACION	5. Mercancía en general		6. Muebles, menaje y artículos eléctricos domésticos		7. Negocios No especificados		8. Otras Mercancías	
	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual
1980	--	0.00%	1	14.29%	1	14.29%	--	0.00%
1981	--	0.00%	--	0.00%	--	0.00%	2	40.00%
1982	--	0.00%	2	22.22%	1	11.11%	1	11.11%
1983	--	0.00%	--	0.00%	2	66.67%	1	33.33%
1984	--	0.00%	--	0.00%	--	0.00%	2	33.33%
1985	4	2.00%	1	0.50%	8	4.00%	6	3.00%
1986	1	1.89%	--	0.00%	2	3.77%	5	9.43%
1987	--	0.00%	--	0.00%	2	6.06%	3	9.09%
1988	1	3.57%	1	3.57%	6	21.43%	5	17.86%
1989	--	0.00%	1	2.63%	4	10.53%	4	10.53%
Total general	6	1.57%	6	1.57%	26	6.81%	29	7.59%

**Anexo 3 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década de 1980**

ULTIMO AÑO DE RENOVACION	9. Servicio de Educación, salud y bienestar		10. Servicio de Recreación, ocio y esparcimiento		11. Servicio de Transporte y distribución		12. Servicios Comerciales	
	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual
1980	--	0.00%	--	0.00%	--	0.00%	--	0.00%
1981	--	0.00%	--	0.00%	--	0.00%	--	0.00%
1982	--	0.00%	--	0.00%	--	0.00%	2	22.22%
1983	--	0.00%	--	0.00%	--	0.00%	--	0.00%
1984	--	0.00%	1	16.67%	--	0.00%	--	0.00%
1985	2	1.00%	47	23.50%	2	1.00%	--	0.00%
1986	1	1.89%	13	24.53%	--	0.00%	1	1.89%
1987	--	0.00%	6	18.18%	--	0.00%	3	9.09%
1988	2	7.14%	3	10.71%	--	0.00%	--	0.00%
1989	2	5.26%	6	15.79%	--	0.00%	1	2.63%
Total general	7	1.83%	76	19.90%	2	0.52%	7	1.83%

Anexo 4 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década de 1980

ULTIMO AÑO DE RENOVACION	13. Servicios Conexos, tecnológicos y cinematográficos		14. Servicios Financieros y empresariales		15. Servicios Personales y familiares		16. Telas, prendas de vestir y calzado	
	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual
1980	--	0.00%	--	0.00%	--	0.00%	--	0.00%
1981	--	0.00%	1	20.00%	--	0.00%	--	0.00%
1982	--	0.00%	--	0.00%	--	0.00%	--	0.00%
1983	--	0.00%	--	0.00%	--	0.00%	--	0.00%
1984	--	0.00%	--	0.00%	1	16.67%	--	0.00%
1985	1	0.50%	1	0.50%	4	2.00%	2	1.00%
1986	--	0.00%	1	1.89%	--	0.00%	--	0.00%
1987	1	3.03%	--	0.00%	3	9.09%	--	0.00%
1988	--	0.00%	1	3.57%	1	3.57%	--	0.00%
1989	--	0.00%	--	0.00%	3	7.89%	3	7.89%
<b>Total general</b>	<b>2</b>	<b>0.52%</b>	<b>4</b>	<b>1.05%</b>	<b>12</b>	<b>3.14%</b>	<b>5</b>	<b>1.31%</b>

Total numero de negocios	Total Valor porcentual
7	100.00%
5	100.00%
9	100.00%
3	100.00%
6	100.00%
200	100.00%
53	100.00%
33	100.00%
28	100.00%
38	100.00%
<b>382</b>	<b>100.00%</b>

**Anexo 5 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década de 1990**

ULTIMO AÑO DE RENOVACION	1. Alimentos y bebidas		2. Automotores, bicicletas y accesorios		3. Combustibles		4. Ferretería y materiales para la construcción	
	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual
1990	20	26.67%	4	5.33%	--	0.00%	1	1.33%
1991	22	25.58%	2	2.33%	--	0.00%	3	3.49%
1992	11	19.64%	2	3.57%	--	0.00%	1	1.79%
1993	9	19.15%	2	4.26%	--	0.00%	2	4.26%
1994	9	19.57%	2	4.35%	--	0.00%	3	6.52%
1995	7	12.50%	3	5.36%	1	1.79%	3	5.36%
1996	9	12.68%	6	8.45%	--	0.00%	3	4.23%
1997	12	16.22%	3	4.05%	--	0.00%	3	4.05%
1998	18	25.00%	6	8.33%	--	0.00%	3	4.17%
1999	14	18.18%	5	6.49%	2	2.60%	5	6.49%
Total general	131	19.85%	35	5.30%	3	0.45%	27	4.09%

**Anexo 6 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década de 1990**

ULTIMO AÑO DE RENOVACION	5. Maquinaria y equipo industrial, comercial y agrícola		6. Mercancía en general		7. Muebles, menaje y artículos eléctricos domésticos		8. Negocios No especificados	
	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual
1990	1	1.33%	5	6.67%	1	1.33%	9	12.00%
1991	6	6.98%	13	15.12%	--	0.00%	15	17.44%
1992	3	5.36%	5	8.93%	2	3.57%	12	21.43%
1993	--	0.00%	4	8.51%	--	0.00%	9	19.15%
1994	3	6.52%	4	8.70%	--	0.00%	11	23.91%
1995	3	5.36%	1	1.79%	3	5.36%	7	12.50%
1996	7	9.86%	6	8.45%	--	0.00%	8	11.27%
1997	5	6.76%	11	14.86%	1	1.35%	5	6.76%
1998	6	8.33%	4	5.56%	2	2.78%	15	20.83%
1999	4	5.19%	4	5.19%	1	1.30%	12	15.58%
Total general	38	5.76%	57	8.64%	10	1.52%	103	15.61%

## Anexo 7 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década de 1990

ULTIMO AÑO DE RENOVACION	9. Otras Mercancías		10. Servicio de Educación, salud y bienestar		11. Servicio de Hotelería y alojamiento		12. Servicio de Recreación, ocio y esparcimiento	
	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual
1990	3	4.00%	3	4.00%	--	0.00%	24	32.00%
1991	3	3.49%	3	3.49%	1	1.16%	13	15.12%
1992	10	17.86%	1	1.79%	--	0.00%	1	1.79%
1993	7	14.89%	1	2.13%	--	0.00%	3	6.38%
1994	2	4.35%	1	2.17%	1	2.17%	4	8.70%
1995	9	16.07%	2	3.57%	1	1.79%	7	12.50%
1996	9	12.68%	2	2.82%	--	0.00%	11	15.49%
1997	10	13.51%	2	2.70%	--	0.00%	5	6.76%
1998	5	6.94%	2	2.78%	--	0.00%	3	4.17%
1999	5	6.49%	3	3.90%	3	3.90%	7	9.09%
Total general	63	9.55%	20	3.03%	6	0.91%	78	11.82%

## Anexo 8 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década de 1990

ULTIMO AÑO DE RENOVACION	13. Servicio de Transporte y distribución		14. Servicios Comerciales		15. Servicios Conexos, tecnológicos y cinematografico		16. Servicios Financieros y empresariales	
	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual
1990	--	0.00%	1	1.33%	--	0.00%	--	0.00%
1991	--	0.00%	--	0.00%	--	0.00%	--	0.00%
1992	--	0.00%	1	1.79%	--	0.00%	--	0.00%
1993	--	0.00%	2	4.26%	--	0.00%	1	2.13%
1994	2	4.35%	--	0.00%	--	0.00%	--	0.00%
1995	1	1.79%	3	5.36%	--	0.00%	--	0.00%
1996	1	1.41%	5	7.04%	--	0.00%	1	1.41%
1997	1	1.35%	6	8.11%	1	1.35%	1	1.35%
1998	--	0.00%	1	1.39%	1	1.39%	4	5.56%
1999	--	0.00%	3	3.90%	2	2.60%	2	2.60%
Total general	5	0.76%	22	3.33%	4	0.61%	9	1.36%

## Anexo 9 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década de 1990

ULTIMO AÑO DE RENOVACION	17. Servicios Personales y familiares		18. Telas, prendas de vestir y calzado		Total Numero de negocios	Total Valor porcentual
	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual		
1990	1	1.33%	2	2.67%	75	100.00%
1991	--	0.00%	5	5.81%	86	100.00%
1992	1	1.79%	6	10.71%	56	100.00%
1993	2	4.26%	5	10.64%	47	100.00%
1994	1	2.17%	3	6.52%	46	100.00%
1995	1	1.79%	4	7.14%	56	100.00%
1996	--	0.00%	3	4.23%	71	100.00%
1997	1	1.35%	7	9.46%	74	100.00%
1998	--	0.00%	2	2.78%	72	100.00%
1999	--	0.00%	5	6.49%	77	100.00%
<b>Total general</b>	<b>7</b>	<b>1.06%</b>	<b>42</b>	<b>6.36%</b>	<b>660</b>	<b>100.00%</b>

## Anexo 10 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década del 2000

ULTIMO AÑO DE RENOVACION	1. Alimentos y bebidas		2. Automotores, bicicletas y accesorios		3. Combustibles		4. Ferretería y materiales para la construcción	
	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual
2000	18	22.78%	8	10.13%	--	0.00%	5	6.33%
2001	10	13.16%	4	5.26%	--	0.00%	8	10.53%
2002	19	24.36%	2	2.56%	--	0.00%	6	7.69%
2003	14	20.29%	1	1.45%	--	0.00%	5	7.25%
2004	13	13.54%	5	5.21%	--	0.00%	8	8.33%
2005	22	19.47%	5	4.42%	1	0.88%	3	2.65%
2006	23	19.17%	7	5.83%	1	0.83%	11	9.17%
2007	29	19.73%	8	5.44%	1	0.68%	10	6.80%
2008	38	20.99%	11	6.08%	2	1.10%	11	6.08%
2009	25	18.52%	10	7.41%	1	0.74%	12	8.89%
<b>Total general</b>	<b>211</b>	<b>19.29%</b>	<b>61</b>	<b>5.58%</b>	<b>6</b>	<b>0.55%</b>	<b>79</b>	<b>7.22%</b>

## Anexo 11 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década del 2000

ULTIMO AÑO DE RENOVACION	5. Maquinaria y equipo industrial, comercial y agrícola		6. Mercancía en general		7. Muebles, menaje y artículos eléctricos domésticos		8. Negocios No especificados	
	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual
2000	1	1.27%	1	1.27%	3	3.80%	20	25.32%
2001	4	5.26%	5	6.58%	--	0.00%	12	15.79%
2002	3	3.85%	3	3.85%	--	0.00%	10	12.82%
2003	1	1.45%	5	7.25%	2	2.90%	5	7.25%
2004	8	8.33%	4	4.17%	5	5.21%	11	11.46%
2005	11	9.73%	8	7.08%	3	2.65%	13	11.50%
2006	6	5.00%	6	5.00%	5	4.17%	8	6.67%
2007	5	3.40%	4	2.72%	5	3.40%	12	8.16%
2008	12	6.63%	7	3.87%	5	2.76%	18	9.94%
2009	4	2.96%	1	0.74%	3	2.22%	13	9.63%
Total general	55	5.03%	44	4.02%	31	2.83%	122	11.15%

## Anexo 12 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década del 2000

ULTIMO AÑO DE RENOVACION	9. Otras Mercancías		10. Servicio de Educación, salud y bienestar		11. Servicio de Hotelería y alojamiento		12. Servicio de Recreación, ocio y esparcimiento	
	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual
2000	4	5.06%	5	6.33%	--	0.00%	4	5.06%
2001	11	14.47%	3	3.95%	--	0.00%	5	6.58%
2002	6	7.69%	9	11.54%	--	0.00%	4	5.13%
2003	3	4.35%	5	7.25%	1	1.45%	6	8.70%
2004	9	9.38%	8	8.33%	1	1.04%	3	3.13%
2005	13	11.50%	6	5.31%	2	1.77%	4	3.54%
2006	13	10.83%	4	3.33%	1	0.83%	6	5.00%
2007	22	14.97%	2	1.36%	1	0.68%	16	10.88%
2008	18	9.94%	5	2.76%	2	1.10%	18	9.94%
2009	11	8.15%	10	7.41%	2	1.48%	17	12.59%
Total general	110	10.05%	57	5.21%	10	0.91%	83	7.59%

**Anexo 13 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década del 2000**

ULTIMO AÑO DE RENOVACION	13. Servicio de Transporte y distribución		14. Servicios Comerciales		15. Servicios Conexos, tecnológicos y cinematográficos		16. Servicios Financieros y empresariales	
	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual
2000	1	1.27%	1	1.27%	2	2.53%	1	1.27%
2001	2	2.63%	3	3.95%	4	5.26%	1	1.32%
2002	--	0.00%	5	6.41%	4	5.13%	2	2.56%
2003	1	1.45%	4	5.80%	2	2.90%	7	10.14%
2004	4	4.17%	2	2.08%	2	2.08%	4	4.17%
2005	1	0.88%	5	4.42%	4	3.54%	4	3.54%
2006	3	2.50%	7	5.83%	6	5.00%	5	4.17%
2007	4	2.72%	3	2.04%	5	3.40%	7	4.76%
2008	4	2.21%	7	3.87%	7	3.87%	5	2.76%
2009	2	1.48%	3	2.22%	6	4.44%	5	3.70%
<b>Total general</b>	<b>22</b>	<b>2.01%</b>	<b>40</b>	<b>3.66%</b>	<b>42</b>	<b>3.84%</b>	<b>41</b>	<b>3.75%</b>

**Anexo 14 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década del 2000**

ULTIMO AÑO DE RENOVACION	17. Servicios Personales y familiares		18. Telas, prendas de vestir y calzado		Total Numero de negocios	Total Valor porcentual
	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual		
2000	2	2.53%	3	3.80%	79	100.00%
2001	--	0.00%	4	5.26%	76	100.00%
2002	2	2.56%	3	3.85%	78	100.00%
2003	4	5.80%	3	4.35%	69	100.00%
2004	3	3.13%	6	6.25%	96	100.00%
2005	--	0.00%	8	7.08%	113	100.00%
2006	1	0.83%	7	5.83%	120	100.00%
2007	3	2.04%	10	6.80%	147	100.00%
2008	5	2.76%	6	3.31%	181	100.00%
2009	4	2.96%	6	4.44%	135	100.00%
<b>Total general</b>	<b>24</b>	<b>2.19%</b>	<b>56</b>	<b>5.12%</b>	<b>1094</b>	<b>100.00%</b>

## Anexo 15 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década del 2010

ULTIMO AÑO DE RENOVACION	1. Alimentos y bebidas		2. Automotores, bicicletas y accesorios		3. Combustibles		4. Ferretería y materiales para la construcción	
	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual
2010	34	24.11%	5	3.55%	2	1.42%	4	2.84%
2011	19	16.38%	4	3.45%	1	0.86%	7	6.03%
2012	23	15.75%	8	5.48%	1	0.68%	5	3.42%
2013	53	27.75%	5	2.62%	1	0.52%	3	1.57%
2014	35	23.33%	7	4.67%	1	0.67%	5	3.33%
2015	24	17.91%	6	4.48%	2	1.49%	2	1.49%
2016	32	22.38%	5	3.50%	--	0.00%	7	4.90%
2017	45	19.48%	8	3.46%	1	0.43%	8	3.46%
2018	35	13.36%	10	3.82%	1	0.38%	19	7.25%
2019	146	17.80%	39	4.76%	7	0.85%	46	5.61%
Total general	446	19.11%	97	4.16%	17	0.73%	106	4.54%

## Anexo 16 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década del 2010

ULTIMO AÑO DE RENOVACION	5. Maquinaria y equipo industrial, comercial y agrícola		6. Mercancía en general		7. Muebles, menaje y artículos eléctricos domésticos		8. Negocios No especificados	
	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual
2010	10	7.09%	6	4.26%	1	0.71%	17	12.06%
2011	4	3.45%	8	6.90%	2	1.72%	7	6.03%
2012	5	3.42%	4	2.74%	5	3.42%	6	4.11%
2013	3	1.57%	6	3.14%	6	3.14%	5	2.62%
2014	10	6.67%	4	2.67%	3	2.00%	2	1.33%
2015	4	2.99%	3	2.24%	3	2.24%	--	0.00%
2016	4	2.80%	2	1.40%	7	4.90%	--	0.00%
2017	11	4.76%	4	1.73%	4	1.73%	--	0.00%
2018	12	4.58%	1	0.38%	8	3.05%	1	0.38%
2019	43	5.24%	5	0.61%	29	3.54%	5	0.61%
Total general	106	4.54%	43	1.84%	68	2.91%	43	1.84%

**Anexo 17 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década del 2010**

ULTIMO AÑO DE RENOVACION	9. Otras Mercancías		10. Servicio de Educación, salud y bienestar		11. Servicio de Hotelaría y alojamiento		12. Servicio de Recreación, ocio y esparcimiento	
	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual
2010	8	5.67%	5	3.55%	4	2.84%	9	6.38%
2011	11	9.48%	8	6.90%	--	0.00%	16	13.79%
2012	12	8.22%	9	6.16%	3	2.05%	26	17.81%
2013	19	9.95%	14	7.33%	1	0.52%	24	12.57%
2014	10	6.67%	7	4.67%	1	0.67%	26	17.33%
2015	18	13.43%	8	5.97%	1	0.75%	29	21.64%
2016	13	9.09%	10	6.99%	2	1.40%	26	18.18%
2017	21	9.09%	11	4.76%	--	0.00%	46	19.91%
2018	16	6.11%	17	6.49%	1	0.38%	53	20.23%
2019	46	5.61%	44	5.37%	11	1.34%	141	17.20%
<b>Total general</b>	<b>174</b>	<b>7.46%</b>	<b>133</b>	<b>5.70%</b>	<b>24</b>	<b>1.03%</b>	<b>396</b>	<b>16.97%</b>

**Anexo 18 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década del 2010**

ULTIMO AÑO DE RENOVACION	13. Servicio de Transporte y distribución		14. Servicios Comerciales		15. Servicios Conexos, tecnológicos y cinematográficos		16. Servicios Financieros y empresariales	
	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual
2010	4	2.84%	16	11.35%	3	2.13%	6	4.26%
2011	4	3.45%	10	8.62%	4	3.45%	4	3.45%
2012	5	3.42%	13	8.90%	2	1.37%	8	5.48%
2013	2	1.05%	17	8.90%	7	3.66%	10	5.24%
2014	5	3.33%	7	4.67%	10	6.67%	3	2.00%
2015	3	2.24%	5	3.73%	5	3.73%	9	6.72%
2016	1	0.70%	8	5.59%	5	3.50%	5	3.50%
2017	1	0.43%	20	8.66%	13	5.63%	10	4.33%
2018	3	1.15%	17	6.49%	25	9.54%	11	4.20%
2019	9	1.10%	41	5.00%	76	9.27%	35	4.27%
<b>Total general</b>	<b>37</b>	<b>1.59%</b>	<b>154</b>	<b>6.60%</b>	<b>150</b>	<b>6.43%</b>	<b>101</b>	<b>4.33%</b>

## Anexo 19 Tipos de negocios y servicios presentes por actividad económica en la década del 2010

ULTIMO AÑO DE RENOVACION	17. Servicios Personales y familiares		18. Telas, prendas de vestir y calzado		Total Numero de negocios	Total Valor porcentual
	Numero de negocios	Valor porcentual	Numero de negocios	Valor porcentual		
2010	3	2.13%	4	2.84%	141	100.00%
2011	5	4.31%	2	1.72%	116	100.00%
2012	9	6.16%	2	1.37%	146	100.00%
2013	9	4.71%	6	3.14%	191	100.00%
2014	8	5.33%	6	4.00%	150	100.00%
2015	6	4.48%	6	4.48%	134	100.00%
2016	8	5.59%	8	5.59%	143	100.00%
2017	17	7.36%	11	4.76%	231	100.00%
2018	25	9.54%	7	2.67%	262	100.00%
2019	49	5.98%	48	5.85%	820	100.00%
<b>Total general</b>	<b>139</b>	<b>5.96%</b>	<b>100</b>	<b>4.28%</b>	<b>2334</b>	<b>100.00%</b>