

INFORME DE PRÁCTICAS PROFESIONALES - SECRETARIA DE COMPETITIVIDAD Y
DESARROLLO DE VILLAVICENCIO



JAMILTON FABRICIO GUTIERREZ HERNANDEZ



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2024

INFORME DE PRÁCTICAS PROFESIONALES - SECRETARIA DE COMPETITIVIDAD Y
DESARROLLO DE VILLAVICENCIO

JAMILTON FABRICIO GUTIERREZ HERNANDEZ

Informe de práctica presentado como requisito para optar al título de profesional en Negocios
Internacionales

Asesor

Mg. CAROL DAYANA SOSA QUINTERO

Magister en Educación

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2024

Autoridades Académicas

P. Álvaro José ARANGO RESTREPO, O.P.

Rector General

P. Mauricio Antonio CORTÉS GALLEGO, O.P.

Vicerrector Académico General

P. José Antonio BALAGUERA CEPEDA, O.P.

Rector Seccional Villavicencio

P. Rodrigo GARCÍA JARA, O.P.

Vicerrector Académico Seccional Villavicencio

Mg. JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria General Seccional Villavicencio

Mg. JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Decano de la Facultad de Negocios Internacionales

Dedicatoria

En mi proceso de vida universitaria fueron muchos los retos y adversidades presentados que surgieron en el transcurrir de mi carrera, obstáculos los cuales pude superar de manera satisfactoria con el apoyo incondicional de personas muy especiales para mi vida, por tal motivo quiero dedicar la realización de este trabajo de grado a ellas, quienes fueron eje fundamental para alcanzar la cúspide de mi pregrado, de tal modo que el presente trabajo lo dedico muy especialmente a mi querida madre Ligia Hernández y a mi amada pareja sentimental Gloria Díaz por ser mi bastón de apoyo, consuelo y por estar siempre ahí en los momentos en que más las necesitaba, a ustedes dedico este trabajo con mucho cariño y agradecimiento.

Agradecimientos

Hace unos años lo pensé y lo soñé, hoy lo materializo como una realidad la cual me otorga un título profesional, es por eso que en este apartado quiero expresar mi más profundo agradecimiento a mi alma mater la Universidad Santo Tomás, ya que mediante sus procesos de enseñanza me brindó y dotó de conocimientos necesarios para el desarrollo de mi vida profesional.

También quiero agradecer a la Alcaldía de Villavicencio, a la secretaria de competitividad y desarrollo y al secretario de competitividad Cristhian Camilo Castro, por brindarme la oportunidad de desempeñar mis prácticas profesionales en tan prestigiosa entidad y por aportar experiencias positivas en mi proceso formativo y de vida profesional.

De igual manera quiero agradecer a mis docentes quienes me acompañaron y aportaron en mí el conocimiento adquirido durante el desarrollo de mi pregrado, quiero agradecerles por su paciencia y compromiso para la formación académica que recibí en mi paso por la Universidad Santo Tomás.

Finalmente, y no menos importante quiero agradecer a mis compañeros de clase desde primero y hasta el último semestre por el apoyo y acompañamiento brindado en la elaboración de cada uno de los proyectos finales de cada semestre, por su motivación y entusiasmo lo cual hizo de mi paso por la universidad una experiencia más satisfactoria.

Contenido

	Pág.
Resumen	11
Abstract.....	12
Glosario.....	13
Introducción.....	14
1. Objetivos.	15
1.1. General.....	15
1.2. Especifico.....	15
2. Información general de la entidad.	16
2.1. Alcaldía de Villavicencio.....	16
2.2. Nombre	16
2.3. Otros datos	17
2.4. Misión	17
2.5. Visión.....	18
2.6. Ubicación geográfica	18
3. Portafolio de servicios de la secretaría de competitividad.	19
3.1. Servicios en pro de la comunidad	19
4. Organigrama.....	21
5. Cargo y funciones desempeñadas.....	22
5.1. Cargo desempeñado	22
5.2. Funciones asignadas.....	22
5.3. Actividades realizadas durante la practica	23
6. Estrategia plan centro, el centro es de todos.	24
6.1. Plan de acción como pasante en la estrategia “plan centro – el centro es de todos”	25
6.2. 1er Festival amor, amistad y carne al barril.....	26
6.3. Búsqueda de alianzas para el trabajo en cooperación entre el sector privado y publico.....	29
7. Visita de inspección a locales de comercialización de animales. (Ver anexo 2)	32
8. Apoyo como pasante en la Subcomisión de internacionalización del departamento.....	33
9. Análisis DOFA a la gestión estratégica del plan centro.....	34

9.1.	Fortalezas	34
9.2.	Oportunidades	34
9.3.	Debilidades	34
9.4.	Amenazas	34
10.	Plan de mejora.....	35
10.1.	Definición de la falencia	35
10.2.	Propuesta de mejora.....	35
10.2.1	Elaboración y distribución de flyers publicitarios	35
10.2.2	Campaña de expectativa	36
10.2.3	Anuncios digitales.....	36
10.2.4	Red de colaboradores	37
11.	Conclusiones	38
12.	Referencias.....	39
13.	Anexos	40

Lista de Tablas

Pág.

Tabla 1 Algunas Marcas participantes al festival de amor, amistad y carnes al barril.	28
---	----

Lista de Figuras

Pág.

Figura 1. Alcalde de Villavicencio.	16
Figura 2. Página web secretaria de competitividad y desarrollo.	17
Figura 3. Ubicación geográfica de la secretaria de competitividad y desarrollo de Villavicencio	18
Figura 4 Organigrama de la alcaldía mayor de Villavicencio.	21
Figura 5 Seguimiento y plan de trabajo al Eje 4 del Plan Centro.....	25
Figura 6 Feria tecnológica móvil al centro.	26
Figura 7 Festival de amor, amistad y carne al barril.....	27
Figura 8 Alianzas entre el sector privado y sector público.....	29
Figura 9 Gestión y desarrollo de evento social en pro del comercio del Villa Julia.	30
Figura 10 Estrategia “Halloween para todos” en cooperación con la administración del CC Villa Julia.	31
Figura 11 Inspección a locales de comercialización animal en el centro de Villavicencio.....	32
Figura 12 Sesión ordinaria de la Subcomisión de internacionalización	33

Lista de Anexos

Pág.

Anexo 1. Plan de mejora.....	40
Anexo 2. Formato de resultado a la visita de inspección a locales de comercio animal	41

Resumen

El presente informe de práctica empresarial llevado a cabo en la secretaría de competitividad y desarrollo de la ciudad de Villavicencio, en el cargo de Aprendiz ferias, macro-ferias y plan Centro en la dirección de fomento y desarrollo empresarial, permitió poner mis conocimientos al servicio de la comunidad articulando esfuerzos entre el gobierno municipal y los comerciantes formales e informales del municipio, en las líneas de creación de base de datos de comerciantes que refieren el contenido del dueño del establecimiento comercial, la actividad económica y los enlaces de contacto para la participación en convocatorias y capacitaciones que mejoran su producción económica.

La participación en reuniones con dirigentes y coordinadores de la promoción de eventos hizo posible que como pasante profesional me empoderara de cada una de las actividades a realizar, así mismo aprendiera en la organización y gestión de eventos, ferias, macro ruedas y demás, conociendo de primera mano la labor que realiza la secretaria de competitividad y desarrollo del municipio, junto entidades públicas como privadas que posibilitan la vida de aquellos que se dedican al sector comercial.

Palabras Clave: Competitividad, Comerciantes, Emprendimiento, Economía.

Abstract

This professional internships report carried out in the secretariat of competitiveness and development of Villavicencio in the position of administrative and business promotion assistant allowed me to put my knowledge at the service of the community, articulating efforts between the municipal government and the formal and informal merchants of the municipality in the lines of creation of a database of merchants that refer to the owner of the commercial establishment, the economic activity and the contact links for participation in calls and training that improve their economic production.

The participation in meetings with leaders and coordinators of the promotion of events made it possible for me as a professional intern to empower myself in each of the activities to be carried out, as well as to learn in the organization and management of events, fairs, macro rounds and others, knowing from first-hand the work that is done by the municipal competitiveness secretary, in cooperation with other public and private institutions that make life easier for those who work in the commercial sector.

Key Word: Competitiveness, Merchants, Entrepreneurship, Economy.

Glosario

- **Competitividad:** Capacidad de los países, departamentos o municipios en un territorio determinado, para atraer y retener inversiones, locales o extranjeras en aras de potencializar diversos pilares de la economía regional. (Rodríguez Gómez, 2008).
- **Comercio:** Forma de relacionamiento entre dos partes donde se intercambian bienes o servicios entre personas o entidades económicas de la sociedad.
- **Producto:** Materialización de un bien tangible que se alcanza mediante un proceso de producción y transformación de las empresas o personas. (Quiroa, 2024).
- **Internacionalización:** Modalidad de intercambio que alcanza una empresa al poner sus productos o servicios y comercializarlos en territorio internacional posibilitando de esta manera el crecimiento económico de las empresas.
- **Emprendimientos:** Negocio desarrollado por una o varias personas los cuales mediante la identificación previa de una idea de negocio desarrollan una serie de estrategias que permiten poner en práctica el intercambio de bienes y servicios que conllevan a beneficios económicos financieros para la o las personas que emprendieron.
- **Empresarios:** Persona que desarrolla ideas de negocios encargada de direccionar los procesos productivos de la compañía con el objetivo de alcanzar grandes rangos de utilidad y/o beneficios económicos.
- **Economía:** Ciencia encargada del estudio administrativo de los recursos socioeconómicos de una sociedad, estudiando el comportamiento y las decisiones de compra de los individuos, en aras de satisfacer las necesidades de la comunidad mediante una correcta distribución de los diferentes insumos.

Introducción

El presente informe de práctica empresarial presenta las fortalezas y debilidades que se alcanzaron en el desarrollo de mi ejercicio como pasante en la secretaria de competitividad del municipio de Villavicencio. Se destaca la labor que hace la secretaria de competitividad y desarrollo en pro de la recuperación y dinamización económica del centro histórico de la ciudad, por cuanto este ha disminuido su impacto económico y de mercado por las nuevas tendencias de comercialización territorial en Villavicencio, como lo es la presencia de los centros comerciales y de comercio electrónico, presentándose esto como un reto para aquellos que no cuentan con la posibilidad de desarrollar su actividad comercial en otros entornos.

Analizar las problemáticas socioeconómicas es un reto en la medida en que se debe dar la oportunidad de transformación y adaptación de los entornos comerciales como lo es el caso del Centro histórico de Villavicencio y los diversos (*polígonos*) entendidos como los sectores productivos del Villa Julia, el parque del hacha, plazoleta de los artesanos, parque infantil, entre otros. Advertir los problemas posibilita planear oportunidades de mejora, reto que se propuso desde el accionar como pasante, en el desarrollo de las funciones se evidencian las problemáticas del trabajo vistas y se propone una planeación estratégica y un plan de mejora que fortalezca el trabajo en la secretaria de competitiva y de la población que es atendida.

1. Objetivos.

1.1. General

Articular esfuerzos entre el sector público a través de la secretaria de competitividad y desarrollo de la alcaldía municipal de Villavicencio y el sector privado por medio de los comerciantes de diversos sectores de producción de la economía del centro de la ciudad, potencializando y fortaleciendo el comercio local del centro.

1.2. Especifico

- Establecer canales de relación directa entre comerciantes del centro de Villavicencio y el gobierno municipal, para articular esfuerzos en conjunto en el desarrollo de diferentes proyectos empresariales o ferias de emprendimiento municipal.
- Apoyar logísticamente en diversos tipos de eventos entre el gobierno de la ciudad y comerciantes locales, con el fin de fortalecer y visibilizar los diversos productos y/o servicios de los comerciantes del sector del centro, esto con la finalidad de dar vida y sustento económico a este importante sector de la ciudad.
- Caracterizar diferentes establecimientos de comercio desde la secretaria de competitividad en conjunto con otras áreas de la alcaldía de Villavicencio a fin de consolidar una base de datos robusta para la cooperación y participación de la comunidad en diversas estrategias de fortalecimiento comercial.

2. Información general de la entidad.

2.1. Alcaldía de Villavicencio

La alcaldía municipal de Villavicencio, entidad pública gubernamental al servicio de los villavicenses y metenses, se ubica una cuadra arriba del parque central y de la gobernación del meta en pleno centro de Villavicencio, entidad la cual se encuentra bajo la administración “Villavicencio cambia contigo” del señor Juan Felipe Harman Ortiz, el cual funge como alcalde de la ciudad para el periodo establecido del 2020 hasta el 2023. (Alcaldia de villavicencio, 2021).

Figura 1. *Alcalde de Villavicencio.*



Nota. Juan Felipe Harman Ortiz, Alcalde de Villavicencio 2020-2023.

2.2. Nombre

Secretaría de competitividad y desarrollo de Villavicencio, entidad pública gubernamental adscrita al gobierno municipal de la capital del Meta, entidad encargada de facilitar y viabilizar el desarrollo económico de la región mediante incentivos económico y capacitación empresarial a grandes, medianos y pequeños empresarios.

2.3. Otros datos

Dirección: Calle 41 #31-02 Centro, Antiguo hotel savoy

Teléfono: +57 3102050788

Página web: <http://villavoemprende.com/>

Modalidad: Trabajo de campo

Figura 2. *Página web secretaria de competitividad y desarrollo.*



Nota. Pantallazo tomado del menú principal de la página de “Villavo emprende” 20/03/23.

2.4. Misión

La alcaldía de Villavicencio por medio de la secretaria de competitividad y desarrollo municipal gestionara y estimulara el desarrollo económico y empresarial de la región, mediante la implementación de diversas actividades de participación ciudadana en aras del fortalecimiento empresarial, competitivo y productivo de la ciudad de Villavicencio. (Alcaldía del Municipio de Villavicencio., 2022).

2.5. Visión

La administración municipal del alcalde Felipe Harman estableció como visión para su periodo de gobernanza lo siguiente:

“la administración "Villavicencio cambia contigo" consolidará al municipio como la capital cultural del piedemonte: moderna, empoderada, competitiva, sostenible, incluyente, con arraigo por sus tradiciones, amable con su gente, justa con las personas, reconocida por el manejo consciente de sus bienes” (Alcaldía de villavicencio, 2021).

2.6. Ubicación geográfica

La secretaría de competitividad y desarrollo de Villavicencio, se ubica dos cuadras arriba del parque central en pleno centro de la ciudad o una cuadra arriba de la alcaldía municipal, tiene sus instalaciones en el edificio antiguamente conocido como hotel savoy en la calle 41 No 31-02 Barzal.

Figura 3. *Ubicación geográfica de la secretaría de competitividad y desarrollo de Villavicencio*



Nota. Pantallazo tomado de “Google earth” para evidenciar la localización de la secretaría de competitividad y desarrollo en el centro de Villavicencio.

3. Portafolio de servicios de la secretaría de competitividad.

3.1. Servicios en pro de la comunidad

Dentro de su plan de desarrollo, la secretaria de competitividad y desarrollo lleva a cabo una serie de funciones que conllevan al desarrollo económico empresarial en la región, además de buscar posicionar el departamento y el municipio con su oferta autóctona y típica de los llanos colombianos, dentro de sus funciones podemos encontrar las siguientes:

- Formular y desarrollar el plan de fomento a los diferentes sectores productivos.
- Coordinar y aplicar diversos programas orientados a impulsar y desarrollar el desarrollo de competitividad y economía municipal.
- Fomentar la constitución de empresas en diversas ramas de la economía municipal para la creación de empleos.
- Llevar a cabo proyectos o programas en aras de crear alianzas empresariales y de inversión con diversos agentes de la economía, tanto públicos como privados.

En el marco de estas funciones generales y/o principales podemos encontrar tres dependencias propias de la secretaria de competitividad y desarrollo, las cuales se especializan en un conjunto de funciones generales para llevar a cabo una ejecución más especializada en lo que a los objetivos concierne, dichas dependencias hacen mención a:

A. Dirección de fomento y desarrollo empresarial

Se encarga en velar y desarrollar estrategias orientadas al fomento y desarrollo de las empresas, enfatizando en las MiPymes, de igual manera gestiona y ejecuta sistemas de apoyo para el desarrollo de las empresas, atrae inversionistas e integra diversas formas de producción y cooperación mediante clúster empresarial (Alcaldía de villavicencio, s.f.).

B. Dirección de desarrollo rural

Se encarga en velar y desarrollar programas orientados a la promoción y fomento del desarrollo productivo agrícola del municipio, enfatizando en la agroindustria, servicios agropecuarios, además de la asistencia técnica que se le brinda a pequeños y medianos productores rurales (Alcaldía de Villavicencio , s.f.).

C. Agencia pública de empleo (APE)

La agencia pública de empleo de Villavicencio se encuentra regulada por el ministerio de trabajo, esta funciona y tiene sus instalaciones en la edificación en donde funciona la secretaría de competitividad trabajando en conjunto para brindar el mejor servicio al público, velando por una mejor organización en el mercado laboral entre empresarios y trabajadores (Alcaldía de Villavicencio , 2022).

4. Organigrama.

Figura 4 Organigrama de la alcaldía mayor de Villavicencio.



Nota. Tomado de la página web de la alcaldía de Villavicencio.

5. Cargo y funciones desempeñadas.

5.1. Cargo desempeñado

Aprendiz ferias, macro-ferias y plan Centro en la dirección de fomento y desarrollo empresarial de la secretaría de competitividad y desarrollo de Villavicencio.

5.2. Funciones asignadas

- **Asistente en la dirección de fomento y desarrollo empresarial**

Asistir y apoyar en los diversos programas adelantados por la secretaria de competitividad en los que se tenga como fin último el de impulsar, fortalecer y dinamizar la economía local del centro histórico de Villavicencio.

- **Asistente logístico**

Asistir en la creación de sistemas que apoyen al desarrollo empresarial de la mediana y pequeña empresa, con el fin de ejecutar actividades de fomento y promoción empresarial con los comerciantes del Centro.

- **Asistente operativo en la estrategia “Plan centro- el centro es de todo”**

Apoyar y gestionar la aplicación de diversas estrategias de promoción en aras de atraer y dinamizar la economía del sector comercial del centro histórico de Villavicencio, bajo el plan de acción y fomento denominado “plan centro”.

- **Gestor de alianzas cooperativas Publico-privada**

Gestionar y buscar alianzas de cooperación entre comerciantes del centro en el sector privado y la administración municipal en el sector público mediado por la secretaria de competitividad y desarrollo.

- **Apoyo como pasante al equipo representate de la alcaldía municipal en la subcomisión de internacionalización**

Asistir en el desarrollo de las diversas temáticas adelantadas en la mesa regional de internacionalización del departamento del Meta como uno de los miembros representantes de la alcaldía municipal de Villavicencio.

5.3. Actividades realizadas durante la practica

Fueron diversas las actividades realizadas en el desarrollo de la práctica empresarial, las cuales fueron asignadas y supervisadas por los líderes de ejecución de los diferentes proyectos tales como el del denominado “Plan centro” y el de los miembros representantes en la mesa regional de internacionalización del departamento del Meta.

6. Estrategia plan centro, el centro es de todos.

La estrategia denominada “plan centro, el centro es de todos” surge como una de las grandes apuestas del alcalde Juan Felipe Harman, esta surge con el fin de promover y devolver la confianza a los villavicensenses en este importante sector el cual ha perdiendo relevancia con el paso de los años a raíz del abandono y el desplazamiento comercial el cual ha tenido lugar en nuestro municipio como consecuencia de las nuevas tendencias de consumo que se posicionan en los mercados nacionales e internacionales, el plan centro se lleva a cabo mediante la articulación de diversas dependencias y/o sectores de la alcaldía quienes articulan esfuerzos en aras de potencializar, fomentar y dinamizar la economía local, además de resaltar la importancia que ha tenido el centro de Villavicencio como eje central de la ciudad como patrimonio social y cultural del municipio.

Para un campo de acción más especializado se ha dividido la estrategia de plan centro en 4 ejes, denominados como:

- a) Eje marca ciudad – patrimonio y el centro como destino turístico.**
- b) Eje hábitat – mejorar y embellecer el entorno y espacio público del centro.**
- c) Eje entorno seguro – cambio de la percepción de seguridad fortaleciendo la identidad y el arraigo con el centro.**
- d) Eje de comercio – compre local, dinamizar la economía local y fortalecer el tejido comercial del centro.**

En concordancia con lo anterior, la secretaría de competitividad y desarrollo en cabeza de su líder de proyecto y demás miembros del equipo enfatizan en el eje numero 4 (eje d), mediante el cual se abordará la problemática del alto flujo comercial que ha perdido el centro de Villavicencio debido al desplazamiento que ha tomado lugar en lo concerniente a las nuevas formas de comercio, el objetivo es claro; dinamizar, potencializar y fomentar el sector comercio en esta zona de la ciudad.

6.1. Plan de acción como pasante en la estrategia “plan centro – el centro es de todos”

El mes de septiembre del 2022 la secretaría de competitividad por medio de su líder de proyecto el señor Diego Murillo y yo, Jamilton Gutiérrez como pasante profesional de la secretaría de competitividad fungimos como delegado y/o representantes ante la asesora de despacho la Srta. Paula Recalde en aras de dar seguimiento y cumplimiento a la estrategia del “Plan centro” enfocándonos principalmente en el Eje 4, eje de comercio y compra local.

Figura 5 Seguimiento y plan de trabajo al Eje 4 del Plan Centro.



Nota. Reunión en el despacho de la alcaldía, programando futuras estrategias.

Como resultado de esta reunión, se estableció como estrategia la “Feria tecnológica móvil al centro” en la cual se articularon esfuerzos entre diversas entidades gubernamentales y pequeños empresarios y comerciantes de artículos tecnológicos del centro comercial el parque, para esta feria se contó con el apoyo de la policía y ejército nacional como entidades garantes de la seguridad y buena convivencia de la misma, para los canales de difusión y comunicación se contó con el apoyo de la nueva Villavo Fm 97.3, emisora radial del municipio, esta estrategia consistía en la promoción y exaltación de los diversos productos tecnológicos característicos de este sector central de la ciudad, nosotros como representantes del gobierno municipal acordamos con los comerciantes del centro comercial el parque una serie de descuentos de hasta el 50% en artículos móviles tales como: Vidrios templados, carcazas, audífonos, entre otros, además de la posibilidad

de adquirir su equipo móvil nuevo a precios bajos y con la posibilidad de financiamiento según sea la necesidad del cliente.

Figura 6 Feria tecnológica móvil al centro.



Nota. Feria tecnológica móvil al centro con los comerciantes del sector del parque del hacha.

6.2. 1er Festival amor, amistad y carne al barril

Toma lugar en el mismo mes de septiembre el primer festival de amor, amistad y carne al barril que se llevó a cabo en la galería del 7 de agosto y en conjunto con la gobernación departamental, surge como un espacio propicio para la reactivación económica de la región además de ser un puente para impulsar y promocionar estos nuevos emprendimientos y marcas que surgieron, muchos de ellos en la época de pandemia y post-pandemia y que vieron en esta actividad económica un proyecto de vida y una oportunidad para llevar el sustento económico a sus familias, de tal modo que la secretaría de competitividad del municipio como la del departamento vio en este festival y fecha en particular, la oportunidad de posicionar sus marcas y productos gastronómicos típicos de la región además de ampliar altamente su reconocimiento mercantil en la ciudad y el departamento.

Figura 7 Festival de amor, amistad y carne al barril



Nota. Poster, organización y desarrollo de festival de carne al barril.

El estudiante toma lugar en la participación de este evento como grupo de apoyo logístico concerniente al equipo de la alcaldía municipal, tratando temas de organización de las zonas de servicio y medios, hacer entrega y ubicación de los emprendedores para que el festival se desarrolle de manera óptima, apoyar y/o gestionar los requerimientos de los emprendedores que fuesen surgiendo en el transcurso del festival.

Tabla 1 Algunas Marcas participantes al festival de amor, amistad y carnes al barril.

Algunas marcas participantes	Logotipos
Orinoco Origen	
La Gastroteca	
Humo Cocina Gourmet	
El Fogón Huilense	
Restaurante Bar el corral	
El Chanchito Barrilero	
El Barril Llanero	
El Barril del Sur	
El Barril de Mancho	
Carnes Ancestrales	
Carbones Asados al Barril	
Bufalatte	

Nota. Registro tomado de la base de datos de la secretaría de competitividad y desarrollo 2022.

Como resultado al primer festival de carnes al barril llevado a cabo en la galería del 7 de agosto se lograron vender cerca de 3600 porciones de carnes recaudando un estimado de más de

116 millones de pesos lo cual logró impulsar, apoyar y dinamizar este sector de la economía, este festival estuvo a cargo de la secretaría de competitividad de Villavicencio y del Meta y debido a los grandes resultados que este arrojó, promete haber una segunda edición en años próximos (Gobernación del meta, 2022).

6.3. Búsqueda de alianzas para el trabajo en cooperación entre el sector privado y publico

Para la alcaldía mayor del departamento y para la secretaría de competitividad y desarrollo es muy importante la cooperación y/o apoyo de los empresarios, microempresarios y comerciantes del sector del centro, este funge como una variable muy importante al momento de llevar a cabo la estrategia del “plan centro” para que las diversas actividades y/o eventos cumplan con las expectativas esperadas y que logren dinamizar e impulsar la economía de este importante sector social y cultural de los villavicensenses.

Figura 8 Alianzas entre el sector privado y sector público.



Nota. Gestión de cooperación entre comerciantes y administración municipal.

El objetivo de generar alianzas y cooperación entre los comerciantes es un factor que no excluye a pequeños, medianos o grandes empresarios, este es un tema que concierne a todo el comercio en general, desde el vendedor informal hasta la dirección de un centro comercial, de tal modo que nuestros esfuerzos no solo se centran en una pequeña parte de la población sino que por

el contrario se buscar albergar el mayor número de actores comerciales como sean posible, por tal motivo se logró gestar un gran acuerdo de cooperación con la gerencia del centro comercial villa julia, en donde se pudo planificar y gestionar diversas estrategias de fomento e impulso empresarial para los comerciantes del sector de villa julia en el centro de Villavicencio.

Figura 9 *Gestión y desarrollo de evento social en pro del comercio del Villa Julia.*



Nota. Elaboración de estrategias comerciales con la gerencia del centro comercial villa julia y la administración municipal para incentivar el comercio y dinamizar la economía de este sector.

Como fruto de esta alianza estratégica entre la alcaldía municipal por medio de la secretaría de competitividad y desarrollo, el instituto municipal de deporte y recreación de Villavicencio (IMDER) y la gerencia del centro comercial Villa Julia se logra gestar un evento social denominado Halloween para todos, el cual va a enfocado a chicos y grandes y que buscar aumentar en consideración el flujo clientes y posibles clientes para el comercio del villa julia y de los sectores aledaños denominados como cielos abiertos.

La participación de los comerciantes para esta estrategia gestada por la secretaría de competitividad y la gerencia del centro comercial fue de vital importancia ya que entre estos se organizaron diversos donativos los cuales serían entregados entre el público participante para las diferentes categorías expuestas tales como:

- **Niños, Niñas y adolescente**
- **Adultos**
- **Mascotas**

Los donativos hechos por los comerciantes iban desde bicicletas, bonos de comercio, artículos para el hogar y artículos para las mascotas, se premiaban los disfraces más llamativos e innovadores, esto trajo una gran afluencia de público y por ende esto se vio reflejado en la dinamización económica entre los comerciantes del sector, dejando así un margen óptimo de ganancias en sus ventas.

Figura 10 Estrategia “Halloween para todos” en cooperación con la administración del CC Villa Julia.



Nota. Puesta en marcha de la estrategia comercial “Halloween para todos”.

7. Visita de inspección a locales de comercialización de animales. (Ver anexo 2)

Entre otra de las funciones que se me asignó en el desarrollo de mi práctica profesional, fue la de caracterización de diversos locales comerciales, para esta ocasión se realizaron visitas de inspección en cooperación con distintas secretarías como lo fue la secretaría de medio ambiente, gobierno, salud y la de competitividad y desarrollo, en esta visita se le revisó a cada uno de los locales si cumplían con los requerimientos de ley para el ejercicio de la actividad económica, esto se llevó a cabo por medio de la secretaría de gobierno, por otro lado la secretaría de salud se encargó de inspeccionar y vigilar aspectos relacionados a la salud pública de los comerciantes, la secretaría de medio ambiente veló por el bienestar y trato digno a los diversos animales en comercialización, mientras que la secretaría de competitividad y desarrollo se encargó en la recolección de datos generales de los comerciantes y datos de ingresos de ventas para la creación de mecanismos de cooperación y participación.

Figura 11 *Inspección a locales de comercialización animal en el centro de Villavicencio.*



Nota. Caracterización de comerciantes del centro, para retroalimentación de base de datos.

8. Apoyo como pasante en la Subcomisión de internacionalización del departamento

Otra de las funciones asignadas como pasante de la secretaría de competitividad y desarrollo fue la de brindar apoyo al equipo representante de la Alcaldía de Villavicencio, para esta ocasión fuimos partícipes de diversos encuentros en donde se ultimaron y aprobaron diversos temas propios de mesa de internacionalización, la alcaldía de Villavicencio fungió como actor invitado mas no como actor miembro, aun así la participación de la misma fue muy fructífera y se logró avanzar en lo que concerniente a la agenda del día, entre los temas a desarrollar fueron los siguientes:

- **Definición y aprobación de los actores que conformaran la presidencia de la subcomisión (Presidencia colegiada como propuesta de mayor peso)**
- **Revisión y aprobación del reglamento interno de la subcomisión de internacionalización de acuerdo a los ajustes realizados**
- **Revisión y aprobación de propuesta del plan de acción de la subcomisión el cual incluye: Misión, visión, objetivos por ejes temáticos y actividades a realizar por eje.**

Dichos resultados de los temas tratados en las sesiones de la subcomisión de internacionalización reposan en el drive de los actores dirigentes y miembros de la misma, por lo cual cuenta con cierto grado de confidencialidad.

Figura 12 Sesión ordinaria de la Subcomisión de internacionalización



Nota. Encuentro adelantado en el auditorio menor No. 2 de la universidad Santo Tomás.

9. Análisis DOFA a la gestión estratégica del plan centro.

9.1. Fortalezas

- Articulación entre las diversas dependencias de la alcaldía de Villavicencio en aras de la satisfacción de un mismo objetivo. La recuperación económica, cultural y social del centro de Villavicencio.
- Fortalecimiento y cooperación entre la población y el gobierno municipal, trabajando en conjunto para obtener siempre los mejores resultados.
- Visibiliza y promueve emprendimientos locales, facilitando el crecimiento empresarial y económico del sector.

9.2. Oportunidades

- Amplia variedad en oferta comercial.
- Modernización a la implementación del comercio electrónico.
- Ofertas y/o promociones de gran interés para el público objetivo.

9.3. Debilidades

- Limitados canales de divulgación.
- Poca colaboración entre dependencias.
- Nula publicidad física y comercial de los eventos programados.

9.4. Amenazas

- No vinculación de comerciantes no afines a la corriente política actual de la Alcaldía municipal.
- Poco alcance de público.
- Espacios limitados de parqueo.

10. Plan de mejora.

10.1. Definición de la falencia

En mi paso por la secretaría de competitividad y desarrollo de Villavicencio y en el trabajo de campo desarrollado con la comunidad, comerciantes del sector del centro y alrededores, se logró identificar que, los canales o medios de divulgación de las diferentes estrategias de dinamización económica son muy limitadas, estas se encaminan en su gran mayoría a la divulgación por medio de las redes sociales de la administración municipal y sus servidores públicos, al igual que por medio de la frecuencia radial del municipio la nueva Villavo FM 97.3.

Es muy bien sabido que una de las principales tendencias como medios de información hoy en día, son las redes sociales y diversos canales cibernéticos, pero, esto se queda muy corto al momento de convocar a la comunidad y visibilizar los emprendimientos de los y las comerciantes del centro, en evidencia a lo anterior se establece el plan de mejora.

10.2. Propuesta de mejora

Posterior a la identificación de la falencia evidenciada en la implementación bajo la estrategia del plan centro, se elabora el plan de mejora en el cual se establecerán una serie de medidas que buscan como objetivo principal el de generar un mayor alcance a público en general, con el fin de visibilizar y potencializar a los emprendedores y pequeños empresarios del sector.

10.2.1 Elaboración y distribución de flyers publicitarios

Esta alternativa surge como medida alterna para llegar a aquellos a los que nunca se ha llegado, y es que, aunque los medios tecnológicos llegan a mucho público, existe otra parte de la población la cual no tiene acceso a estos, y es ahí a donde se quiere llegar con esta alternativa, la cual pretende llegar al adulto medio y adulto mayor, personas las cuales su uso de dispositivos y redes sociales son casi nulos y que en gran medida son actores importante que influyen en la economía y el comercio del sector del centro, se eleva la propuesta para que en por lo menos una semana antes previa al inicio de la feria se abarquen puntos estratégicos del centro y se le sea

entregado a nuestro público objetivo el flyer con la publicidad del eventos, en donde resaltaremos los beneficios que podrían adquirir al momento de acercarse a nuestros stands y realizar el proceso de compra.

10.2.2 Campaña de expectativa

En aras de seguir incrementado el alcance en lo que concierne al público objetivo y alejándonos de lo cibernético y las redes sociales, se sugiere la realización de la campaña de expectativa, al igual que en la propuesta anterior esta se relega a la publicidad física, pero en esta ocasión se dará por medio de pendones en donde el objetivo primordial consiste en el de generar expectativa, esto con el fin de captar la atención y el interés de la audiencia en general, tanto niños, jóvenes y adultos, esta campaña se realiza mediante el uso de poca información al evento a realizar, en este sentido la información será limitada, paulatina pero a su vez específica, evocando en los usuarios interés y expectativa en lo que se promociona, se sugirió hacerlo por medio de vallas publicitarias, dos en las vías de acceso vehicular y otras dos distribuidas en el sector de cielos abiertos en donde su acceso es únicamente peatonal.

10.2.3 Anuncios digitales

Por otro lado y volviendo nuevamente a lo cibernético, se sugiere el pago de anuncios digitales y de promoción por medio de las diferentes redes sociales, esto ayuda en gran medida ya que el alcance que se logra mediante las publicaciones en las redes oficiales de la administración municipal y de sus funcionarios es muy limitada y va dirigida siempre al mismo público, de tal modo que mediante los anuncios pagos por medio de Facebook o Instagram se lograra segmentar el publico al cual se pretende llegar tanto desde lo geográfico haciendo llegar este anuncio no solo a los habitante de Villavicencio sino a los de sus municipios mas cercanos como restrepo, Cumaral e inclusive acacias, al igual que desde lo demográfico segmentándolo desde la edad, género y demás.

10.2.4 Red de colaboradores

Hasta el momento se han sugerido diversas maneras y/o formas de campañas publicitarias y de promoción que serían ejecutadas por la Alcaldía municipal, de tal modo que la estrategia de red de colaboradores lo que busca es involucrar no solamente a la alcaldía municipal y sus dependencias, sino que también a los comerciantes y/o emprendedores partícipes, esto mediante la inclusión del logo de los emprendedores y pequeños empresarios que serán partícipes de la misma, mediante la inclusión del logo de las empresas partícipes del evento se lograría evocar en el empresario el sentimiento de adoptar esta iniciativa como propia de su marca y que de esta manera se convierta en un actor directo de difusión y promoción, al lograr esto en conjunto con las 10 o 15 marcas participantes, el alcance al público objetivo que se logre obtener sería significativamente mayor, además de incrementar sustancialmente las probabilidades del éxito en el desarrollo del evento en mención.

11. Conclusiones

Al momento de iniciar mis prácticas profesionales en la alcaldía de Villavicencio, especialmente en la secretaría de competitividad y desarrollo, entidad encargada de fomentar y potencializar el crecimiento económico de la región, significó un gran reto personal, no solo por la entidad en la que iba a desarrollar mi pasantía y por la responsabilidad que adquiriría ante esta, sino que también por la responsabilidad y el compromiso que tenía que adoptar ante la comunidad y los comerciantes de este sector tan importante como el centro histórico de la ciudad, trabajar mancomunadamente con la población me ayudó a entender de una manera más amplia las necesidades que enfrentan los comerciantes luego de enfrentar una pandemia y que el mercado vaya adaptando nuevas tendencias de consumo que han venido surgiendo a raíz de los eventos que han sido relevantes para la humanidad.

De esta manera y luego de conocer las debilidades que atañan el proceso interno que tiene la secretaría de competitividad y el comercio en general, me permitió crear estrategias en conjunto con los líderes del proyecto del “plan centro” el cual facilitó la vinculación de un gran número significativo de comerciantes del sector y la ejecución y buen desarrollo de diferentes actividades comerciales que fomentaron y potencializaron los emprendimientos y/o marcas de los pequeños y medianos empresarios del centro, durante este proceso logré evidenciar algunos aspectos claves los cuales presentan ciertas falencias, debido a esto procedí a sugerir un plan de mejora a los líderes del proyecto que al momento de ser abordados pueden traer consigo un desempeño más óptimo en futuros eventos a realizar.

Por último, esto me lleva a estar siempre agradecido con las personas que hicieron parte de esta etapa tan fructífera como lo fue la de mi paso por la secretaría de competitividad y desarrollo de Villavicencio, ya que aportaron en mi vida tanto profesional como personal aspectos muy importantes que influyeron e influyen aún en mi carácter y desarrollo personal como persona y como profesional.

12. Referencias

- Alcaldía de Villavicencio . (08 de Febrero de 2022). *Agencia publica de empleo* . Obtenido de Villavicencio.gov.co: <https://www.villavicencio.gov.co/micrositio/agencia-publica-de-empleo-388>
- Alcaldía de Villavicencio . (s.f.). *Direccion de desarrollo rural*. Obtenido de Historico Villavicencio : <http://historico.villavicencio.gov.co/NuestraAlcaldia/Dependencias/Paginas/Direccion-de-Desarrollo-Rural.aspx>
- Alcaldia de villavicencio. (17 de 03 de 2021). *Villavicencio cambia contigo*. Obtenido de <https://www.villavicencio.gov.co/micrositio/misi%C3%B3n-y-visi%C3%B3n-204>
- Alcaldía de villavicencio. (s.f.). *Direccion de fomento y desarrollo empresarial*. Obtenido de Historico Villavicencio: <http://historico.villavicencio.gov.co/NuestraAlcaldia/Dependencias/Paginas/Direccion-de-Fomento-y-Desarrollo-Empresarial.aspx>
- Alcaldía del Municipio de Villavicencio. (2022). *Informe de gestion*. Villavicencio: Secretaria de competitividad y desarrollo.
- Gobernación del meta. (19 de Septiembre de 2022). *1er Festival de Amor, Amistad y Carne al Barril*. Obtenido de meta.gov.co: <https://meta.gov.co/noticias/rompi%C3%B3r%C3%A9cord-el-1er-festival-de-amor,-amistad-y-carne-al-barril/1730>
- Quiroa, M. (14 de mayo de 2024). *¿Qué es un producto?* Obtenido de economipedia.com.: <https://economipedia.com/definiciones/producto.html>
- Rodríguez Gómez, C. (Septiembre de 2008). *La competitividad en los municipios de México*. . Obtenido de Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública.: http://www3.diputados.gob.mx/camara/content/download/202973/490993/file/Competitividad_municipal_docto55.pdf

13. Anexos

Anexo 1. Plan de mejora

ASPECTO A MEJORAR	METAS	ACCIONES	INDICADOR	HACER/VERIFICAR	RECURSOS
Elaboración y distribución de flyer publicitarios	Llegar al adulto medio y al adulto mayor, público al cual el uso de redes sociales y medios tecnológicos es casi nulo.	Cubrir sitios estratégicos del centro de Villavicencio en donde se entregará la publicidad mediante flyers al público en general, enfatizando en el adulto medio y adulto mayor los cuales el uso de redes es casi nulo.	0%	Se sugiere al secretario y a los líderes del proyecto mediante un oficio la adaptabilidad de la estrategia para una futura implementación.	Físicos.
Campaña de expectativa	Generar expectativa e interés en el público circundante en el centro de Villavicencio	Mediante vallas y pendones publicitarios ubicados estratégicamente en vías de acceso vehicular como en la cra 32 con 38 y en la avenida Alfonso López, al igual que en vías peatonales como lo son cielos abiertos	0%	Se sugiere al secretario y a los líderes del proyecto mediante un oficio la adaptabilidad de la estrategia para una futura implementación.	Físicos.
Anuncios digitales	Tener un mayor alcance en redes sociales, segmentando nuestro público objetivo desde las variables demográficas y geográficas.	Pautar anuncios publicitarios con las principales redes sociales como lo son Facebook e Instagram, segmentado mediante estas variables tales como la localidad o zona, la edad y género, entre otras.	0%	Se sugiere al secretario y a los líderes del proyecto mediante un oficio la adaptabilidad de la estrategia para una futura implementación.	Digitales.
Red de colaboradores	Involucrar y hacer que el mediano y pequeño empresario adopte la promoción y divulgación de las ferias como propias.	Incluir los logotipos de las marcas participantes otorgando el reconocimiento de colaboradores en las diferentes piezas publicitarias tanto físicas como digitales para que	50%	Se dejan signos distintivos en los diferentes establecimientos comerciales, y se impulsan los eventos en las redes sociales oficiales del establecimiento de comercio	Físico/digital

		apropien el evento como propio e impulsen su divulgación y promoción.		
--	--	---	--	--

Anexo 2. Formato de resultado a la visita de inspección a locales de comercio animal

Visita de inspección locales de comercialización de animales	
Proceso:	COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONÓMICO
Subproceso:	N/A
Acta Número:	1200-04/003
Fecha de la reunión:	28/10/2022
Hora de inicio:	8:00 am
Hora de Terminación:	11:00 am
Fecha reunión de Seguimiento:	N/A
PARTICIPANTES	
Mara Paula Sanchez Yaguara Jamilton Fabricio Gutiérrez	
OBJETIVO DE LA REUNIÓN	
Hacer visitas de inspección a los locales de comercialización de animales en la zona santa de Villavicencio, donde las oferentes secretarías: Medio Ambiente, Competitividad y Desarrollo, Gobierno y Salud aplicaron los formatos de caracterización para poder hacer una diagnóstico sobre ese sector.	
ORDEN DEL DÍA	
1. Punto de encuentro 2. Visitas de inspección 3. Socialización jornada	
DESARROLLO DEL ORDEN DEL DÍA	
1. Encuentro con los funcionarios de las demás secretarías y con el pasante de la secretaría de competitividad Jamilton Fabricio Gutiérrez en el teatro maría hoyos. 2. Inicio a realizar las visitas de inspección a los locales comerciales, donde se realizó la caracterización del local. 3. Encuentro para hacer una socialización de cómo estuvo la jornada y que se encontró en cada local comercial.	

DECISIONES TOMADAS			
N/A			
COMPROMISOS Y ASIGNACIÓN DE RESPONSABILIDADES			
• SEGUIMIENTO DE CUMPLIMIENTO A COMPROMISOS GENERADOS EN ACTA ANTERIOR			
N/A			
• COMPROMISOS GENERADOS EN REUNIÓN ACTUAL			
No	Compromiso	Fecha de cumplimiento	Responsable
1	Enviar el informe de la caracterización de los locales comerciales a la abogada.	20/11/2022	Secretaria competitividad
2	Se programara una próxima reunión.	Esta pendiente por definir	Despacho del alcalde
Mara Paula Sanchez Yaguara Mara Paula Sanchez Yaguara Cargo: controladora			
Jamilton Fabricio Gutierrez Cargo: pasante			
VERIFICACIÓN Y ASESORIA			
Verificado	Por	Fecha	
Elaborado	Por	Fecha	