

Perdurabilidad empresarial*

Los hechos del sector servicios**

Lasting business. Services sector facts

Perdurabilidade empresarial: os fatos do setor serviços

Néstor Sanabria Landazábal***
Nelson Manolo Chávez****
José David Cantillo*****

Recibido: junio de 2011. Aceptado: agosto de 2011

Para citar este artículo: Sanabria Landazábal, Néstor; Chávez, Nelson Manolo; y Cantillo, José David, "Perdurabilidad empresarial. Los hechos del sector servicios", *Revista Universidad & Empresa*, 2011, 21, pp. 37-63.

* Este trabajo es parte integrante del proyecto de investigación "Evolución y competitividad, estudio del sector servicios en Bogotá, D.C. 1994-2004". Se realiza en el Sistema Universitario de Investigación (SUI) de la Universidad Autónoma de Colombia, Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Programa de Economía (www.fuac.edu.co). El proyecto se lleva a cabo bajo la supervisión del representante de la Facultad ante el SUI, Dr. Carlos Zambrano (carlos.zambrano@fuac.edu.co).

** Se formula al sector servicios de manera amplia, englobando al comercio. En la siguiente exposición se deja de lado el sector de educación, en especial el de educación superior, en razón de que fue tratado en Sanabria y Vélez (2009). Los datos obtenidos se tomarán como referencia al final. Se puede consultar en: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1511920

*** Investigador-docente de la Universidad Autónoma del Caribe. Correo electrónico: nestor.sanabria@uac.edu.co.

**** Docente investigador de la Universidad de La Salle. Correo electrónico: nchavez@unisalle.edu.co.

***** Asistente de investigación. Estudiante de Administración de Empresas en la Universidad Autónoma del Caribe. Correo electrónico: jose.cantillo27@uac.edu.co

Resumen

El sector servicios, identificado como el de mayor dinámica competitiva en los mercados globalizados, en las actuales condiciones basa su acción en el conocimiento de su entorno en tanto que sus productos, en general, tienden a ser personalizados, o por lo menos, suponen una gama amplia de escogencia para los consumidores. En este sentido y dados los altos niveles de competencia, se precisa formular una *estrategia evolutiva eficiente*, a partir del reconocimiento de la información del entorno. Estos hechos estilizados pretenden mostrar datos del entorno y algunas regularidades, las cuales serán modeladas en el resultado definitivo presentado en el artículo final de este trabajo de investigación.

Palabras clave: sector servicios, evolución cultural, estrategia evolutiva eficiente.

Abstract

The services sector, identified as the sector most dynamics competitive in global markets, in the current conditions, it base its action on the knowledge of their environment as their products, generally, tend to be customized or at least, in a wide range of choice for consumers. In this regard, and given the high levels of competence, its required to formulate an Efficient Evolutionary Strategy based on the recognition of the environment information. These stylized facts are oriented to show data from the environment and some regularities, which will be modeled in the final result presented in the next article.

Key words: service sector, cultural evolution, evolutionary strategy efficiently.

Resumo

O setor serviços, identificado como o de maior dinâmica competitiva nos mercados globalizados, nas atuais condições, baseia sua ação no conhecimento de seu entorno em tanto que seus produtos, em geral, tendem a ser personalizados ou pelo menos, em uma gama ampla de escolha para os consumidores. Neste sentido e devido aos altos níveis de competência, precisa-se formular uma Estratégia Evolutiva Eficiente a partir do reconhecimento da informação do entorno. Estes fatos estilizados pretendem mostrar dados do entorno e algumas regularidades, as quais serão modeladas no resultado definitivo apresentado no seguinte artigo.

Palavras chave: setor serviços, evolução cultural, estratégia evolutiva eficiente.

1. A MANERA DE INTRODUCCIÓN: RESUMEN DE TEORÍA¹

En el primer texto remitido a publicación (Sanabria, 2011) en el marco de esta investigación, se presenta una disertación acerca de los alcances teóricos con los cuales se propone comprender los fenómenos del sector servicios. Se asume allí que la actual preeminencia del sector es resultado del proceso evolutivo en el sentido civilizatorio. Dicha asunción se puede hacer desde dos perspectivas:

En primer lugar, según Becker (2000, pp. 133 y ss.) dentro de estrategias de ‘*fad, fashion and norm*’, en el cual no existe la separación tajante entre producción-distribución-comercio denotando con ello las necesidades de ajustes al proceso de construcción de soluciones más allá de lo manufacturero, y basados en el procesamiento de información y su conversión en conocimiento útil “... a fin de llegar a los modernos consumidores cuyas preferencias no son sólo de los bienes de consumo para garantizar la subsistencia material, que sirvieron de base a la formulación clásica,

también los de alto valor agregado y los resultados de la incorporación tecnológica como medio de distinción, contrario a la masificación que fue el paradigma industrializador” (Becker, 2000).

En segundo lugar, “En el sentido de lo descrito aparece una *zona crítica* en donde se establecen y validan las propuestas de las empresas de servicios y los consumidores. Ello constituye el límite que permite establecer los *neighborhoods effects* y definir la posibilidad de perdurabilidad empresarial a partir de los intereses intrínsecos de las organizaciones y el bienestar del entorno a donde llegan las firmas, desde una tienda hasta una gran superficie comercial o una empresa de tecnología y sus posibilidades de producir software a medida, entre otros”.

Si asumimos el concepto disipativo de Prigogine y Stengers (1984, 1998), se puede plantear que en las zonas cercanas de turbulencia, el asunto se puede resolver como lo formula Thom (1987), esto es, que los equilibrios no sólo son transitorios, sino que intencionalmente pueden ser cambiados por virtud de la competencia; podrían ser asumi-

¹ Este texto resumen es una aproximación al artículo de Sanabria (2011). Por esta razón sólo se entrecomilla y no se cita la autoría reiterativamente.

dos como objetos similares a los descritos en las teorías de catástrofes. Esta podría ser una base de estudio de la competitividad, acercándose, de esta manera, a lo definido en el primer texto de la investigación en cuanto a una *estrategia evolutiva eficiente* (EEE), construida sobre la base de la información transformada en conocimiento útil por las organizaciones y aceptada socialmente como un imaginario, expresándose con ello el alcance de la firma.

Es pues la capacidad de reducción de complejidad que tiene el sistema de su entorno global, lo que garantizará la perdurabilidad y sostenibilidad de las empresas. Y es dicha capacidad la que puede expresarse en los postulados de Thom. De esta manera, puede ser claro que los mecanismos de las decisiones sean representables con mayor claridad si se asume su contexto y sus expresiones heurísticas, aunque la linealidad de los promedios permita algunos niveles de aproximación. Desde esta perspectiva, las soluciones competitivas a través de la manipulación de los tamaños de las escalas o la generación de productos nuevos, requerirán traducirse en nuevas *norms* que implicarán mecanismos sociales evolutivos. Ello puede explicar la esencia de los cambios.

Descrita de esta manera, la acción de las firmas se puede determinar

por dos mecanismos: la capacidad de procesamiento de datos o reducción de complejidad del entorno del sistema, como lo formula Lhuman (1997, 1998, 2007), y la potencialidad de sus comunicaciones hacia la sociedad, que puede ser entendida como incrementos de competitividad que se van a expresar en la búsqueda de reordenación del mercado a su favor. Esto se refiere, entonces, a capacidades y competencias a partir de las cuales se pueden expresar las funciones de las empresas, “de controles y autocontroles; *spillovers*; y, en general, la aproximación, como posibilidad cierta, a una Estrategia Evolutiva Eficiente (EEE), que en la gráfica 1 se presenta como Curvas de Referencia y que expresan una aproximación a las mejores estrategias posibles de solución no sólo de productividad, sino de perdurabilidad de las empresas”, como se expresa en el primer texto de esta serie en torno al estudio del sector servicios.

Así, para garantizar o perseguir como funciones la captura de rentas en el corto plazo y la perdurabilidad en el largo plazo, no son estrictamente necesarias las maximizaciones en sentido ortodoxo, sino garantizar la calidad de la información y la conversión en conocimiento útil y propuestas de cambio evolutivo. En términos de la gráfi-

ca 1, esto corresponde a los diseños entre E_1 y E_2 , acotados por la oferta de la empresa de mayor tamaño (O^3) y la utilidad correspondiente a la de menor tamaño (U^1). Se puede asumir, por ende, que la selección evolutiva es un problema aleatorio que implica gran capacidad de procesamiento de datos provenientes del entorno y su transformación mediante políticas desde la demanda (Penrose, 1959).

El concepto de EEE en este entorno implica la existencia de un amplio menú de reglas e instituciones, en el sentido de North (1994). Pero dichas reglas e instituciones no son un cuerpo único, uniforme y estable, y no corresponden estrictamente a un solo punto fijo; también son aceptables múltiples desviaciones, correcciones o redefiniciones que dan paso a múltiples estrategias que pueden implicar la posibilidad de asumir una disminución en los beneficios en el corto plazo, si los cambios garantizan una ampliación, y perduración de las firmas en largo plazo. En este sentido, se pueden admitir puntos con estabilidad que expresen acumulación social, en el sentido de la geometría fractal.

De otra manera y de acuerdo con lo enunciado, la existencia de modelos (*fad*), y en la medida en que se integren en el corto plazo, se

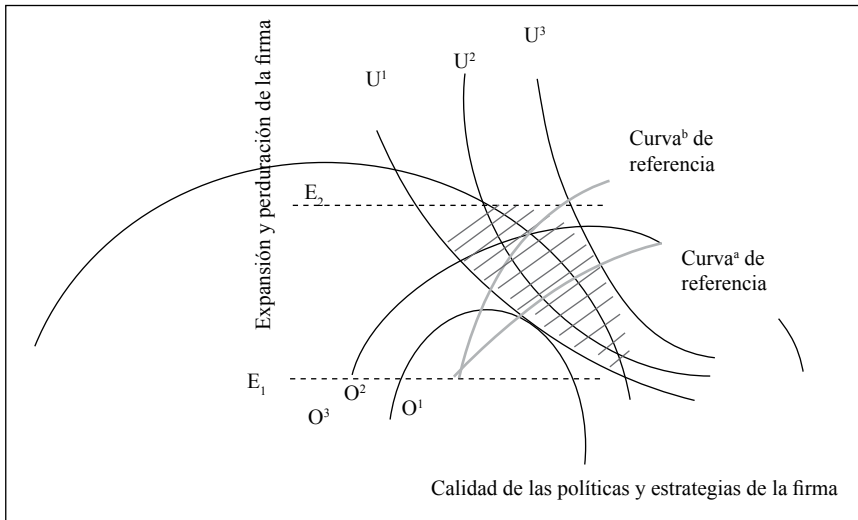
transforma en modas (*fashion*); se aseguran rentas en la misma temporalidad. Pero la perdurabilidad se puede obtener si las propuestas *fad-fashion* generan cambios sociales, es decir, si hacen referencia al cambio institucional expresado precedentemente e implican renovación de acuerdos estratégicos en el conjunto de la sociedad. De esta manera, habrá estrategias robustas y otras que se pueden denominar administrativamente torpes, pero que en virtud de la evolución y de la no linealidad del mercado son necesarias. De hecho, estos dos tipos de estrategias son mutuamente necesarios para la consolidación del mercado como estructura disipativa. Ello explica las relaciones de apertura y cierre de empresas, los disímiles y transitorios puntos de inicio de la existencia de firmas, los *spillovers*, y en algunos eventos, las soluciones oligopólicas de alternativas como la intrafirma y el cuasimonopolio, e incluso las estrategias de innovación cuando están generadas y tienen posibilidades en ambientes egoístas (Axelrod, 1981).

La solución de lo formulado se puede hacer a través de dos alternativas: la primera (*rat race*) supone que el asunto se resuelve en una masa de seguidores que definen su permanencia en sectores por deba-

jo de la EEE, descrita en la gráfica 1 como curva^a de referencia, y que explica la elevada tasa de nacimiento y defunción de empresas, o encontrar una solución evolutiva representada en una nueva curva de referencia como la indicada como curva^b,

esencialmente explicada en modelos de cooperación-competencia (*chicken game*) con la generación de nuevos puntos con estabilidad (atractores), a partir de los cuales se expresa una nueva forma de acumulaciones y contratos sociales.

Gráfica 1



Fuente: Sanabria (2011).

Las formas funcionales presentadas, de características heterodoxas, permitirán evaluar el conjunto del sector servicios. Así, los resultados pueden ser asimilables como representación estadística de las curvas de referencia de la gráfica 1. En la siguiente sección se intentará mostrar los elementos promedios, a fin de establecer algunas regularidades y aproximaciones a lo planteado

teóricamente. Los datos utilizados provienen del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal), entre otras fuentes.

2. LOS HECHOS ESTILIZADOS

Desde los enunciados generales del marco teórico, del cual se presenta

el anterior resumen, y en relación con el sector servicios, –que en la estadística del DANE se desagrega en la encuesta al comercio, las grandes superficies, el sector automotriz y sector servicios–, se presenta un análisis gráfico de las principales variables que pueden explicar sus comportamientos. Se inicia presentando las principales economías de la región suramericana, en razón de que ellas son el referente más cercano, en el sentido de la EEE, pensado desde la actividad individual de las empresas locales o transnacionales, y también una importante conexión a partir de las políticas comerciales, tales como los acuerdos subregionales o los acuerdos bilaterales.

En los países tomados como referencia es posible advertir cómo, en relación con los datos de manufacturas, comercio al por mayor y al por menor, restaurantes y hoteles, transporte, almacenamiento y comunicaciones y establecimientos financieros, seguros, bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas, según la Cepal, para el lapso 2000-2008, el comportamiento tiene pendientes diferenciadas, y aunque el nivel de comercio interno a nivel suramericano puede

ser importante, ello no se ve reflejado claramente en los datos del período. Este dato puede ser interesante, debido a que presenta una región con poca armonización en sus políticas comerciales y en los demás sectores presentados, a excepción de los sectores financieros, los cuales muestran una gran similitud, si se excluye Argentina, esta última influenciada por la gran crisis de comienzos de década; es decir, con pocas capacidades de actuación como región, dejando de lado las importantes posibilidades de las alianzas como garantía del crecimiento interno y la disputa competitiva con otras regiones como la europea o grandes mercados como el chino. Si se analiza por actividad, cada uno de los países² muestra que tampoco es posible inferir comportamientos homogéneos ni al interior de cada país ni en la región.

En Colombia, con respecto a la tasa de crecimiento económico por sectores de actividad económica, con datos del DANE, se aprecia que a partir de 2002 los sectores de comercio al por mayor y transportes tienen una tendencia creciente, la cual se mantiene hasta 2007. Ese año los transportes alcanzaron el

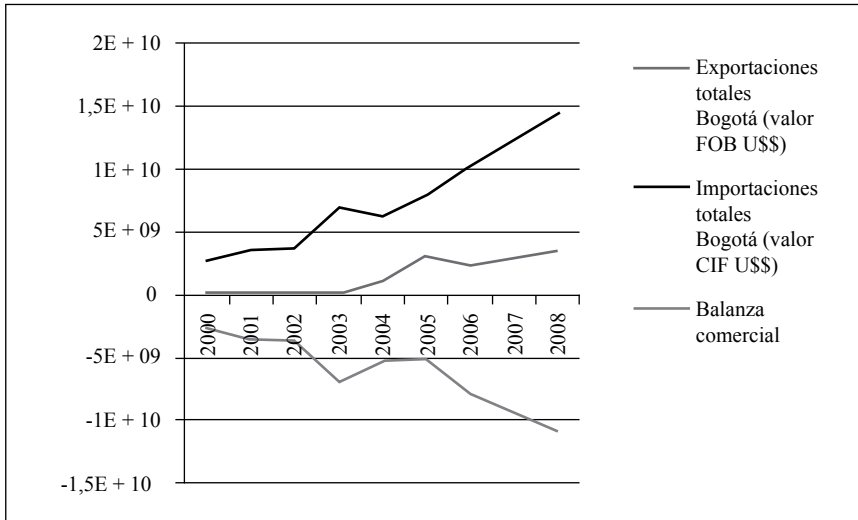
² Argentina, Brasil y Chile con datos de la Cepal. Estos países se escogieron por ser los más representativos de Suramérica, a efectos de una comparación con Colombia.

mayor crecimiento económico de los cuatro sectores (11% aproximadamente). A finales de ese mismo año en Colombia se produjo una recesión, como consecuencia de la cual se observó una reducción en las tasas de crecimiento y cambiaron las tendencias de los cuatro sectores. El sector más afectado fue el de las manufacturas.

Las tendencias y los datos para estos países muestran en una visión amplia, comportamientos que se pueden considerar similares en lo correspondiente a la consolidación de la primacía de los sectores objeto de análisis asociados a los servicios,

no sólo en sus aspectos agregados, sino también si se aprecian los sectores por separado. Esto, aunque es reconocido fácilmente, es una expresión de los comportamientos sistémicos resultado de la globalización y permite entender algunas opciones de política, entre ellas buscar las complementariedades entre economías similares, como se presenta con decisiones de arancel externo común o las que son resultado de los esquemas de regionalismo abierto; también permite entender y construir escenarios como los tratados de libre comercio o la existencia de pactos como la Comunidad Andina (CAN) o el Mercado Común del Sur.

Gráfica 2. Balanza comercial Bogotá



Fuente: elaborado por los autores con base en el Sistema Estadístico de Comercio Exterior (SIEX) del DANE.

En el caso del sector comercial esto es relevante, no sólo por los propios flujos comerciales, sino también por el impacto en otras variables como las tasas cambiarias e incluso los comportamientos de los indicadores inflacionarios. Así, es relativamente sencillo de comprender que los problemas de los sectores no son ajenos unos de otros, ya que por diferentes canales acceden al mismo espacio, y al hacer parte de un sistema mundial, ello implica la posibilidad de utilizar manejos hologramáticos³ (Capra, 1993) para explicar los comportamientos económicos. Así, las posibilidades de la cooperación-competencia se pueden ubicar más en el orden político que en el económico.

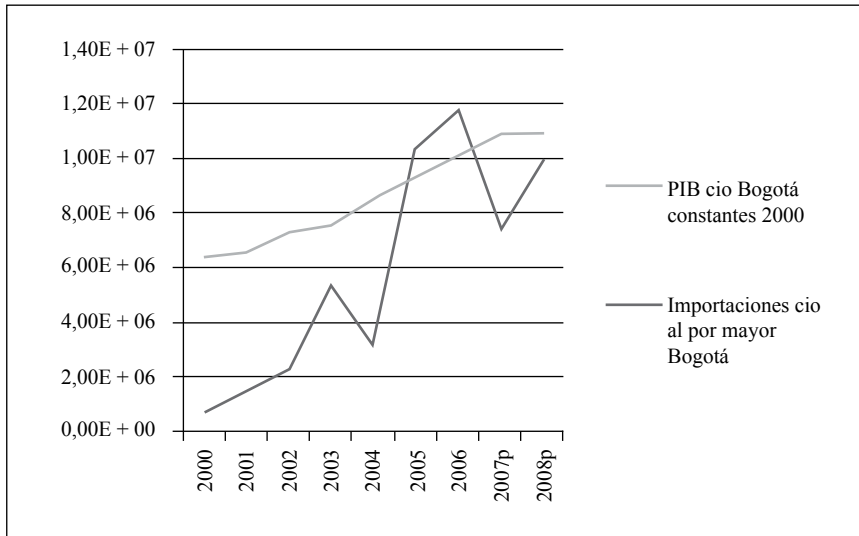
Por su parte, y de acuerdo con los datos del DANE, en el período 2007- 2009, las tasas de crecimiento del producto del sector comercio y servicios presentan similar tendencia a la tasa de crecimiento del PIB de Colombia, y es el sector servicios, considerado de manera ampliada, como se hace en esta propuesta, el que mayor aporte hace al crecimiento.

En este entorno, al analizar la balanza comercial de Bogotá, como se muestra en la gráfica 2, se encuentra que aquélla es deficitaria en los años 2000 a 2008. Su tendencia a través de los años es decreciente y en 2008 se registran las exportaciones netas más negativas de todo el período analizado. Las importaciones y las exportaciones presentan similar tendencia a través del tiempo; sin embargo, la brecha entre las dos, a partir de las pendientes de las curvas, se va ampliando cada vez más. Este comportamiento puede explicarse porque la economía colombiana, y por supuesto la de la capital se dinamizó en los años 2000 a 2007, y generó mayores niveles de consumo, tanto de productos nacionales como de productos importados, y ello va a explicar más adelante el crecimiento del comercio, principalmente el de las grandes superficies. Por su parte, el sector real, al aumentar sus niveles de producción, importó más materias primas e insumos.

La contrastación de los datos de la productividad manufacturera (Sanabria, 2008) con la gráfica 3, muestra cómo y de acuerdo con los esque-

³ El concepto hace referencia a las formaciones fractales. Se aplica en el área de las ciencias sociales para explicar que el todo, en escala, está en la parte.

Gráfica 3. PIB e importaciones comercio Bogotá



Fuente: elaborado por los autores con base en información la Secretaría de Hacienda Distrital.

mas teóricos expuestos, la apuesta en el período fue por una apertura económica basada en las exportaciones, pero los problemas estructurales expresados en la productividad, las pocas capacidades gerenciales para liderar estrategias de inserción basadas en innovación, y además, un bajo nivel competitivo en relación con los volúmenes con los cuales generalmente se comercian los bienes transables,⁴ condujeron a una apertura hacia adentro o basada en importaciones. Importa destacar esto en el sentido de que una posible coordinación latinoamericana

podría implicar que se alcancen los volúmenes necesarios para tener una mayor capacidad de negociación en el entorno de los mercados más dinámicos o las potencialidades competitivas intrarregionales. La estrategia de “Red Andina de Ciudades” se puede entender como orientada en esta dirección, y del mismo modo las recientes integraciones de las Bolsas de Valores.

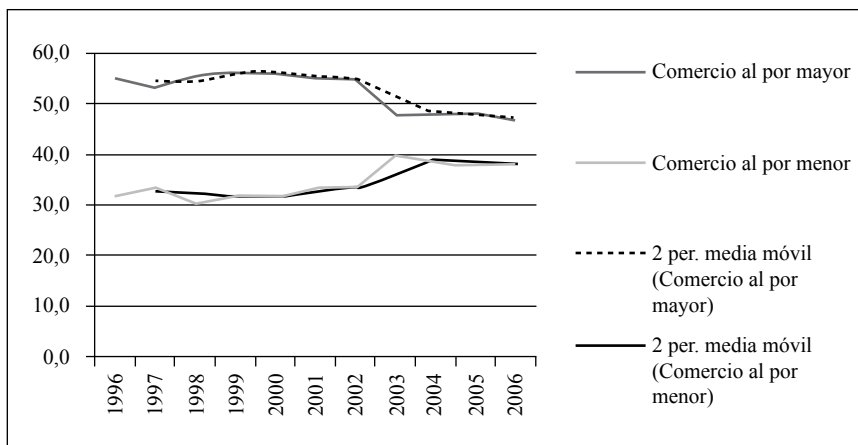
Al revisar las importaciones del comercio mayorista de Bogotá y el PIB del sector comercio (gráfica 3), se evidencia lo especificado intui-

⁴ Otra posibilidad hace referencia a la venta de conocimiento, pero allí los problemas de calidad son también una gran talanquera (Sanabria, 2009).

tivamente en el párrafo anterior: existe una relación directa entre la tendencia creciente del sector comercio y las importaciones. Ello permite afirmar que el sector comercio de la ciudad se dinami-

za, principalmente en el período (2000-2008), con incremento de sus importaciones, y también contribuye a explicar lo explicitado en la parte teórica en relación con la EEE.

Gráfica 4. Participación de las ventas por grupos sector comercio



Fuente: elaborado por los autores con base en datos del DANE.

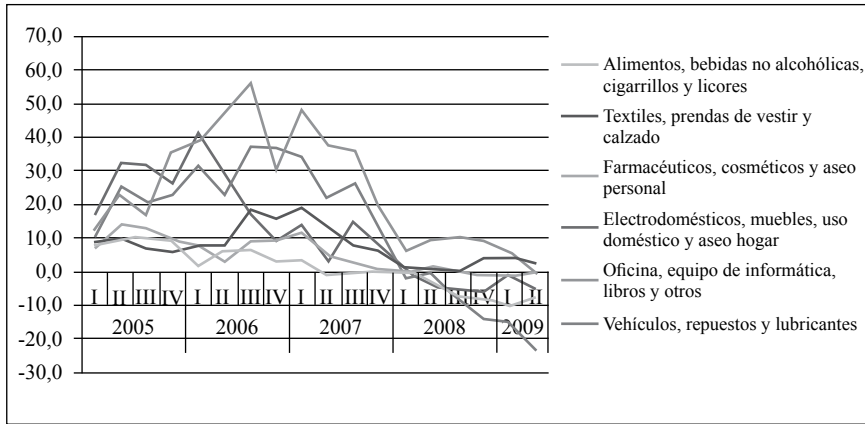
Al graficar la tendencia de la participación de las ventas por subsectores (51 y 52 CIU 3, revisar gráfica 4), se evidencia claramente que entre 1996 y 2006, el comercio al por mayor es el que mayor nivel registra en las ventas. Sin embargo, en el año 2003, el comercio al por menor gana participación, pasando de 33%, aproximadamente, en el año precedente a 40%; en los años subsiguientes se mantiene cerca al 40% en los años siguientes; esta mayor participación del

comercio al por menor es simultánea a la pérdida de la participación del comercio al por mayor, el cual pasó de 55%, aproximadamente, en 2002, a 48% en 2003. Ello puede explicarse, en parte, por las posibilidades tendencialmente crecientes de consumo a través de medios electrónicos y las mayores oportunidades ofrecidas por la eliminación/simplificación de trámites. La ampliación de los espacios de las grandes superficies y su alta dinámica constituyen también un importan-

te factor que tener en cuenta. Ello sobre todo porque si se revisan las cifras de este subsector, éstas pue-

den contribuir a explicar un cambio de cultura en la forma como se establece la relación comercial.

Gráfica 5. Ventas reales del comercio en Bogotá, según grupo de mercancía

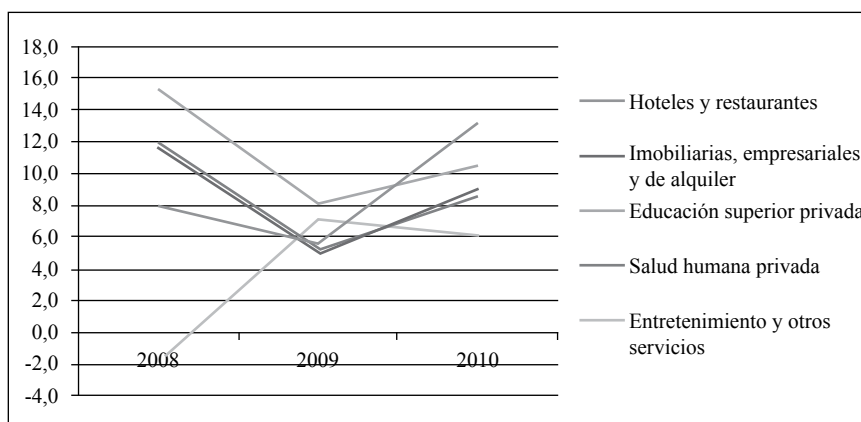


Fuente: elaborado por los autores con base en datos del DANE.

Como se puede observar en la gráfica 5, la tendencia decreciente de las ventas reales del comercio en Bogotá es general en el período. El grupo de vehículos, es el que decrece de manera más rápida entre los años 2007 y 2009, alcanzando un 20%, aproximadamente, en el segundo trimestre de 2009. De otra parte, el grupo de oficina y equipo de informática, es el que mejor comportamiento presenta en sus ventas, en comparación con los otros grupos. La gráfica en mención evidencia que la crisis económica afecta de manera directa a los

seis grupos que conforman las ventas del comercio en Bogotá y conduce a menores ventas a través de los años analizados. Estos dos extremos de la tendencia decreciente son interesantes, en cuanto los primeros tienen la tasa negativa más alta, pero, en general, se pueden asociar a los circuitos financieros de manera diferente a como se hace en el subsector oficinas, equipos de informática, libros y otros; así mismo existe una diferencia significativa en los montos invertidos y en la importancia cualitativa de los dos bienes.

Gráfica 6. Variación anual de ingresos operacionales por actividad económica, sector servicios



Fuente: elaborado por los autores con base en datos del DANE.

Sin embargo, y de manera hipotética, si no es con el soporte bancario para las transacciones comerciales, en razón de la tendencia negativa se puede suponer que la ganancia del sector financiero proviene de los circuitos especulativos propios. Esto es importante porque permite señalar la independencia relativa de ambos bienes, y como se señaló atrás, en la actual fase de la globalización el predominio del sector servicios, en especial los servicios financieros, es evidente, no sólo por los montos, sino también por la diferenciación de funciones. La razón de este análisis se origina en que la EEE es principalmente resultado de una comprensión y explicación funcional, construida por las firmas a fin de satisfacer los

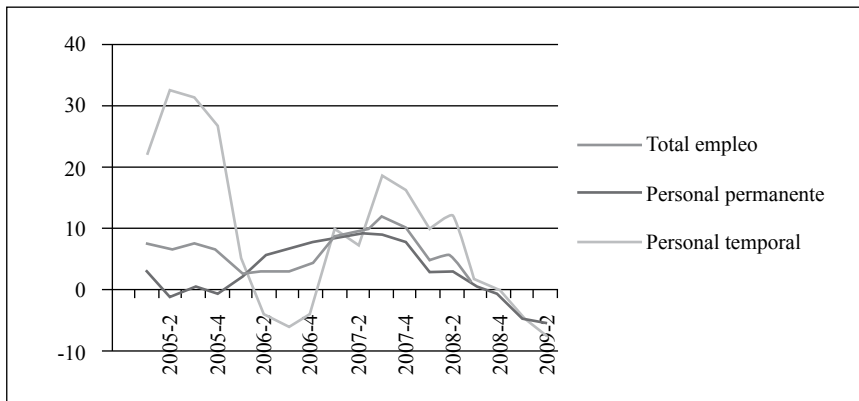
intereses de evolución social, y por tanto, las estrategias orientadas hacia la perdurabilidad. El desarrollo de un sector financiero moderno, basado en la necesidad de soportar una demanda creciente con productos innovadores, se puede explicar a partir de que dichos productos sean funcionalmente admitidos por la sociedad. Por otra parte, la comparación de los resultados de las gráficas 5 y 6 permite afirmar que la hipótesis formulada puede tener alguna validez.

Al analizar el comportamiento de los ingresos operacionales de cinco subsectores de servicios (gráfica 6), se evidencia que hoteles y restaurantes, inmobiliarias empresariales y de alquiler, educación

superior privada y salud humana privada presentan la misma tendencia, esto es, una reducción en los ingresos de sus operaciones del año 2008 al año 2009, explicada principalmente por la desaceleración económica que registró Colombia en el 2009. Para 2010, estos ingresos se recuperan para los

cuatro subsectores mencionados, ya que la economía colombiana también lo hace. Con respecto al subsector de entretenimiento y otros servicios, los ingresos por operación se incrementan un 7% cuando la economía entra en su etapa recesiva (2009) y se mantienen en 7%, aproximadamente, en 2010.

Gráfica 7. Empleo por tipo de contratación, muestra trimestral de comercio Bogotá. Variación anual



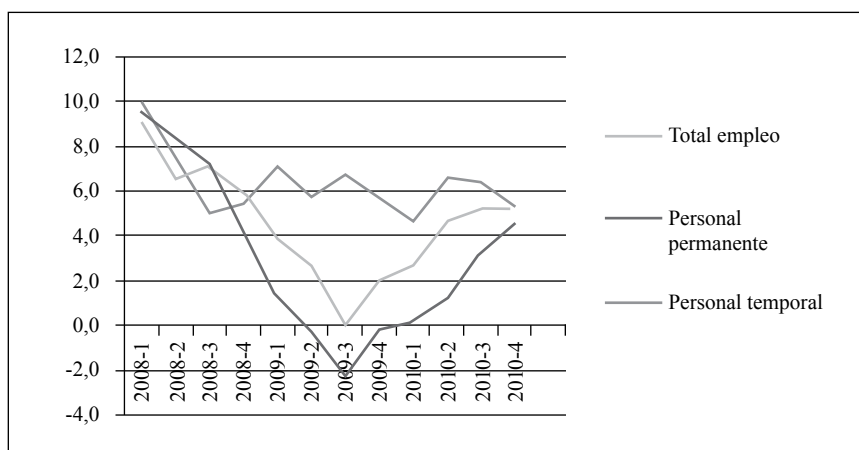
Fuente: elaborado por los autores con base en datos del DANE

Para los propósitos de este trabajo también es importante tener en cuenta el comportamiento de la demanda de trabajo en los sectores de comercio y servicios, para determinar el jalonamiento del empleo en dichos sectores.

Con respecto al comportamiento del empleo generado por el sector del comercio en Bogotá (gráfica 7), se observa que el empleo total presenta

un comportamiento oscilante desde el primer trimestre de 2005 y hasta el segundo trimestre de 2009. A partir del tercer trimestre de 2007 se empieza a reportar una reducción significativa en los tres tipos de empleo, lo cual se explica, principalmente, por la crisis económica del período; en el segundo trimestre de 2009 se alcanzan las menores tasas de empleo originadas por el sector comercio en Bogotá. En este lap-

Gráfica 8. Empleo por tipo de contratación, muestra trimestral de servicios. Variación anual



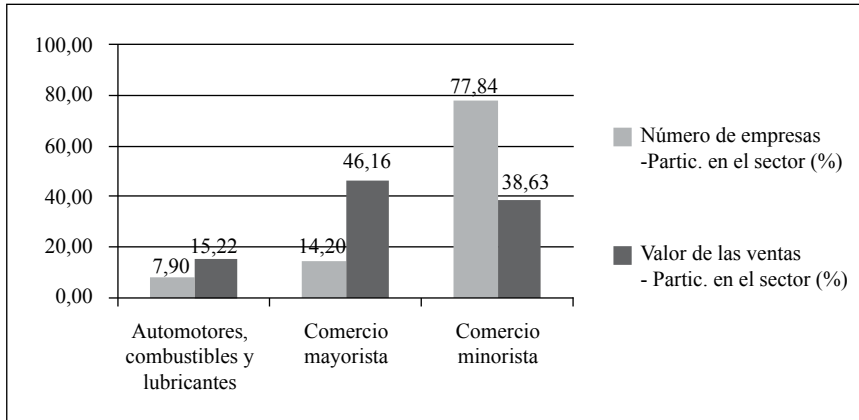
Fuente: elaborado por los autores con base en datos del DANE

so, el empleo del personal temporal fue el que más se vio afectado; se redujo significativamente, pasando de 32%, aproximadamente, en el segundo trimestre de 2006, a -3,2% en el cuarto trimestre de ese mismo año. Para el tercer trimestre de 2007 se registra una recuperación del empleo y se reporta un crecimiento de éste del 9,2%. Por último, el empleo del personal permanente revela una tendencia creciente desde el cuarto trimestre de 2005 y hasta el tercer trimestre de 2007. De allí al 2009 el desempleo se incrementó de manera apreciable.

Observando el comportamiento del empleo en el sector de servicios (gráfica 8), se puede pensar que la

crisis económica afecta negativa y significativamente el empleo de las personas que están ocupadas de manera permanente, pues dicho tipo de empleo pasa de 10% en el primer trimestre de 2008 a -2% en el tercer trimestre de 2009. A partir de ese momento se registra una recuperación importante. De otra parte, se observa que a pesar de la desaceleración económica registrada en 2009, el empleo del personal contratado de manera temporal se mantiene en un rango entre 6,5 y 7,5% en los trimestres de estudio. El empleo total, a su vez, presenta una tendencia muy similar al empleo del personal permanente. De lo anterior se puede inferir que en épocas de recesión, el sector de ser-

Gráfica 9. Empresas y ventas. Comercio



Fuente: elaborado por los autores con base en la Encuesta Nacional Anual de Comercio para el año 2008 del DANE.

vicios prefiere despedir al personal permanente y mantener al personal temporal, opción explicada posiblemente porque el costo laboral del personal permanente es mayor que el del personal temporal, y esta es una forma clara de poder apreciar las cosas desde lo presentado intuitivamente en la EEE: se prefiere asumir en primera instancia lo financiero, antes que buscar consolidar los escenarios de perdurabilidad que podrían ser entendidos más fácil a partir de la contratación permanente de capacidades humanas instaladas en un horizonte innovador de largo plazo.

Por último, se analizan gráficamente las principales variables de la Encuesta Nacional Anual de Comercio

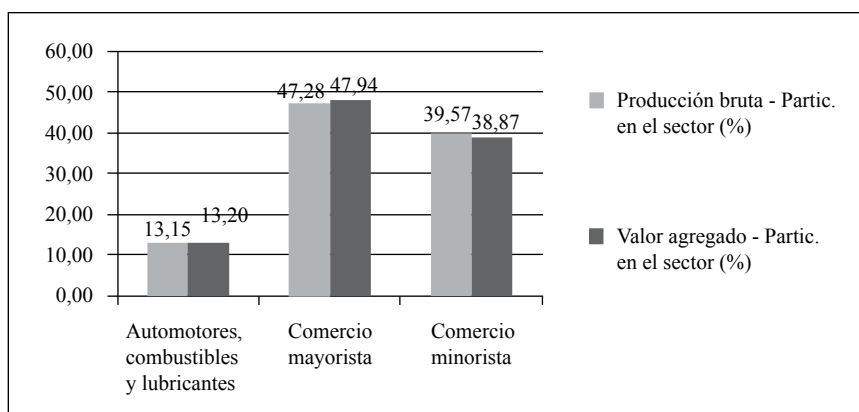
y de Servicios del año 2008, realizada por el DANE, considerando los tres subsectores del sector comercio: automotores, comercio mayorista y comercio minorista; y de manera independiente, los hipermercados y cinco subsectores de servicios: hoteles y restaurantes, inmobiliarias, empresariales y de alquiler, servicios de salud humana privada, actividades de entretenimiento y otros servicios, y educación superior privada. Esto permite identificar algunos comportamientos relevantes de dichos subsectores.

De acuerdo con la gráfica 9, se evidencia que para el año 2008, 98.136 empresas que pertenecieron al comercio minorista fueron las que mayor participación tuvieron

en el mercado (77,8%), seguidas de 17.908 empresas de comercio al por mayor, que representan un 14,2% del mercado, y finalmente 10.030 empresas del sector de automotores, combustibles y lubricantes, con una participación de sólo 7,9%. Sin embargo, a pesar de que el comercio minorista fue el que mayor participación tuvo en el mercado, su participación en las

ventas ocupa el segundo lugar, con un 38,6%, después del comercio mayorista, el cual registró para ese año un 46,16%, explicado por las altas ventas de los subsectores de productos intermedios no agropecuarios, desperdicios y desechos y por los productos de uso doméstico; por su parte, los automotores, combustibles y lubricantes participaron con sus ventas en un 15,2%.

Gráfica 10. Producción bruta y valor agregado. Comercio



Fuente: elaborado por los autores con base en la Encuesta Nacional Anual de Comercio para el 2008, realizada por el DANE.

Al analizar la gráfica 10 se observa que para cada sector la participación en el mercado, tanto de la producción bruta como del valor agregado, es muy similar, lo que permitiría afirmar que estas dos variables pueden estar estrechamente relacionadas. El comercio mayorista presenta la mayor producción bruta

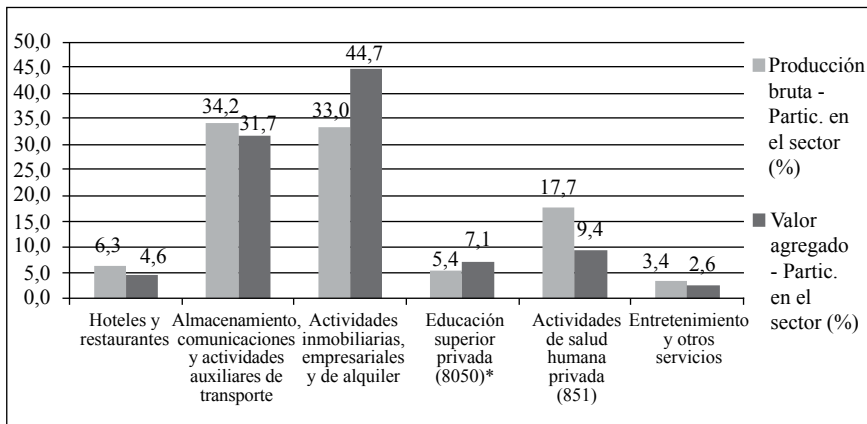
(47,2%) y el mayor valor agregado (47,9%), seguido del comercio minorista con una participación en el mercado de la producción bruta de 39,5% y del valor agregado de 38,8%. Por último, se encuentra la producción bruta y del valor agregado de automotores, combustibles y lubricantes, con una

participación de 13,1 y 13,2%, respectivamente.

Así como el sector de comercio, el de servicios presenta una participación homogénea entre la producción bruta y el valor agregado en los seis subsectores. Los dos subsectores en donde está concentrada la producción bruta y el valor agregado

son el de almacenamiento, comunicaciones y actividades auxiliares de transporte y el de actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler, los cuales concentran un 67% aproximadamente en producción bruta y alrededor de un 77% en valor agregado, siendo éstos dos subsectores los más importantes del sector en mención (gráfica 11).

Gráfica 11. Producción bruta y valor agregado. Servicios



Fuente: elaborado por los autores con base en la Encuesta Nacional Anual de Servicios para el año 2008, realizada por el DANE.

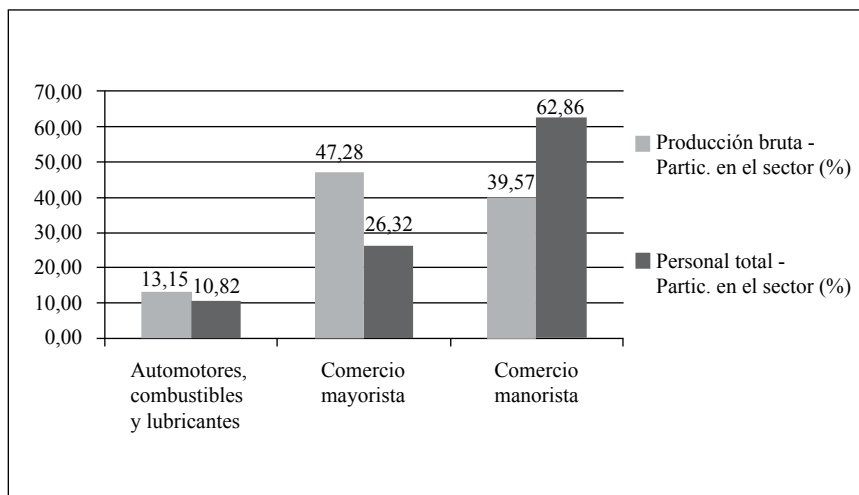
Con respecto a la relación entre la participación en el sector de la producción bruta y la participación del personal total (gráfica 12),⁵ se evidencia que el sector que más

empleados contrata (62,8%) es el de comercio minorista, seguido del comercio al por mayor con un 26,6%, y en tercer lugar automotores, combustibles y lubricantes con

⁵ El personal total ocupado incluye: "Socios sin remuneración, personal permanente, temporal directo y aprendices; no incluye el personal contratado a través de empresas, el cual es contratado en el sector servicios".

10,8%. De otro lado, se observa que aunque el comercio mayorista es el que mayor participación tiene, en cuanto a la producción bruta, no es el que más empleos directos demanda.

Gráfica 12. Producción bruta y personal total. Comercio



Fuente: elaborado por los autores con base en la Encuesta Nacional Anual de Comercio para el año 2008, realizada por el DANE.

De acuerdo con la gráfica 13, el subsector de actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler presenta la segunda mayor participación en el sector de la producción bruta; sin embargo, es el subsector que más empleo genera, con 75,9% de participación. De otra parte, el subsector de almacenamiento, comunicaciones y actividades auxiliares de transporte presenta la mayor participación en la producción bruta, pero sólo genera 8% del empleo total en el sector.

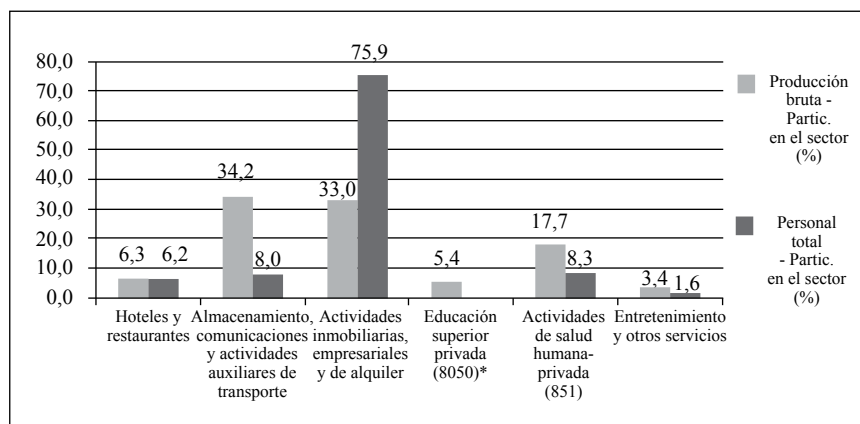
Según la gráfica 14, el comercio minorista es el sector que más empleados directos contrata, tanto en el personal remunerado –el cual incluye empleados permanentes y temporales contratados directamente– como en el personal no remunerado; es decir, los socios. Por lo tanto, aunque este sector no es el que genera la mayor producción en el mercado, sí es el que más genera empleo. Si se analiza el personal remunerado, el sector minorista genera 157.750 empleos más que

el sector mayorista y 260.541 más que el de automotores, combustibles y lubricantes.

De acuerdo con la gráfica 15, la mayor productividad laboral⁶ la genera el sector mayorista, seguido del sector de automotores, combustibles y lubricantes, y la menor productividad es la del comercio minorista; sin embargo, este último sector es el que más sueldos y

salarios causados origina, seguido del comercio al por mayor. Este comportamiento evidencia que en el sector comercio no hay una clara relación entre las productividades laborales generadas por cada uno de los subsectores y los salarios causados por éstos. Ello puede ser explicado por las diferencias en nivel educativo⁷ y los grados de formalidad en cada uno de los sectores.

Gráfica 13. Producción bruta y personal total. Servicios

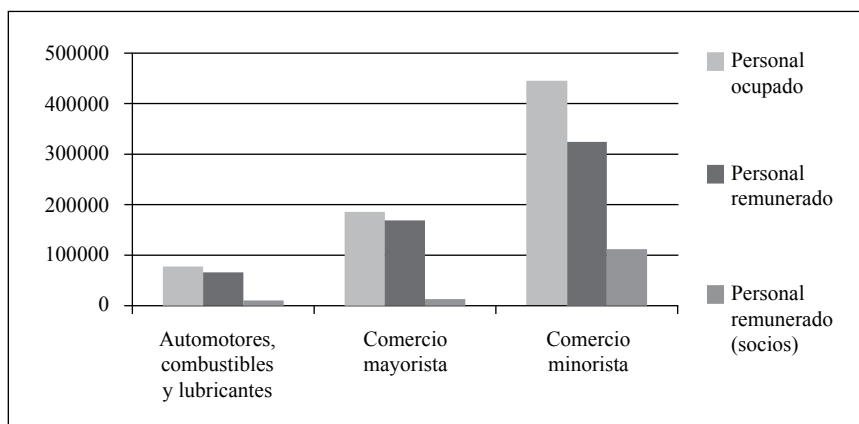


Fuente: elaborado por los autores con base en la Encuesta Nacional Anual de Comercio para el año 2008, realizada por el DANE.

⁶ Medida como la relación entre el valor agregado y el personal contratado.

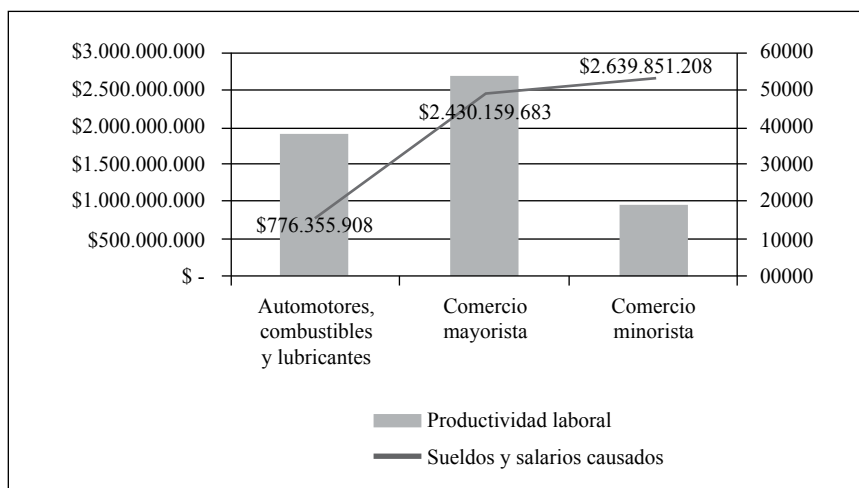
⁷ Una buena aproximación se logra procesando los microdatos de la Encuesta Continua e Integrada de Hogares. En DAPD (2005) se encuentra una buena aproximación a este tema. En Sanabria (2008) se presenta el caso del nivel de educación de los trabajadores de las empresas manufactureras, que se asemeja bastante al de comercio: en promedio por debajo de ocho grados de educación.

Gráfica 14. Personal comercio



Fuente: elaborado por los autores con base en la Encuesta Nacional Anual de Comercio para el año 2008, realizada por el DANE.

Gráfica 15. Productividad y sueldos y salarios. Comercio



Fuente: elaborado por los autores con base en la Encuesta Nacional Anual de Comercio para el año 2008, realizada por el DANE.

En la gráfica 16 se presenta el comportamiento de los hipermercados. Las actividades económicas en la serie trimestral de 1997 a 2010 muestran que aquella agrupada como alimentos, bebidas y tabaco,⁸ es la que mayor participación en las ventas tiene en el mercado, con alrededor del 80%. Los siguientes grupos más importantes, en orden de participación en las ventas, son los que comercializan productos diferentes a víveres en general y productos textiles, los cuales tienen una participación en las ventas de 7 y 5% respectivamente. Al comparar los períodos que corresponden a 2006-2008, del comercio minorista (gráfica 13) y del mayorista (gráfica 16) se puede advertir cómo el primero pasó de una participación real de 6,55 a 0,01%, lo que refleja los impactos de las crisis, y se recuperó en el período 2009-2010, según lo registra el DANE, pero lejos de la expansión mostrada por las grandes superficies. Ello muestra que las capacidades de enfrentar la coyuntura favorecieron al mayorista y a los hipermercados, en virtud de su posibilidad de mejorar su oferta, como puede ser registrado en promociones, técnicas de mercadeo, apalancamiento financiero y las demás estrategias empleadas. Es de resaltar que esto va a im-

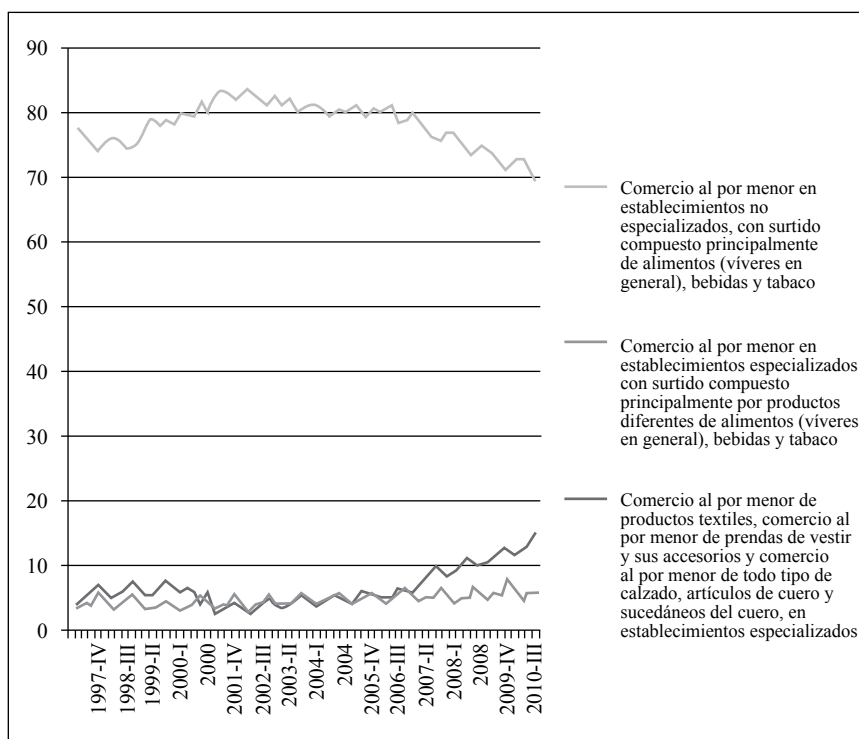
plicar el cambio en la cultura de los consumidores y su afluencia hacia las grandes superficies.

Estos últimos datos son importantes en la medida en que se puede asumir, básicamente, que el sector de hipermercados ha desplazado, de manera clara, a los pequeños y medianos mercados; es decir, que a través de innovar con una propuesta alternativa que caló en la conducta del consumidor, se generaron nuevos espacios y nuevas normas, no sólo de consumo, sino de también conducta y distinción social; ésta, entre otras, es la hipótesis que se intenta sustentar en este trabajo y que se resume en la gráfica 1. Ello permite comprender el paso de una curva de referencia a otra, o de otro modo, de un estadio cultural de evolución a otro, de conformidad con lo planteado por Becker (2000).

En el resultado final de investigación se presentará una aproximación de solución al caso mediante el manejo de vectores representativos, ecuaciones estructurales, soluciones de las relaciones latentes y acumulaciones, en sentido fractal, derivadas de la calidad de las decisiones y de la posición ante la innovación.

⁸ Sólo se presentan estas tres, en razón de que las demás no son significativas.

Gráfica 16. Comportamiento de los hipermercados según las tres actividades comerciales más importantes



Fuente: DANE, Encuesta de comercio, hipermercados. Precios constantes de 1997.

3. A MANERA DE CONCLUSIONES

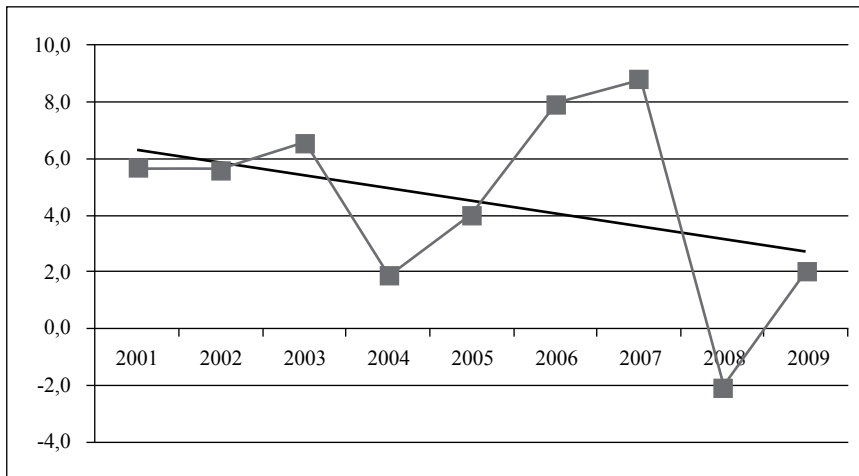
Con lo expuesto hasta aquí se puede aceptar, grosso modo, y a partir de las estadísticas presentadas, que el sector en su conjunto, como se definió en el pie de página 3, no tiene una evidente y muy extensa relación con la producción manufacturera residente, como se

puede suponer desde una mirada ortodoxa, pero si se puede pensar su ligazón con el consumidor final a partir de procesar la información proveniente de los requerimientos de la demanda. Esto explicaría el crecimiento de las importaciones y el área de las grandes superficies y también el comportamiento de los servicios presentados gráficamente a lo largo del texto.

La tasa de creación de empresas en Bogotá se comporta como se presenta en la gráfica 17, y la Cámara de Comercio reporta los siguientes datos para 2006, por tamaño: microempresas 96%, pequeña 3,5%, mediana 0,3%, grande 0,2%. En la esfera de este comportamiento, el sector comercio aporta la información que permite establecer los modelos. A partir de ellos y con producción a escala se generan las modas, las cuales se transforman en normas consue-

tudinarias que permiten las identidades de los individuos. Es en este sentido que puede hablarse de una innovación, cuando se acepta a lo económico como un sistema, y con ello los efectos vecindario derivados de la transmisión de ida y vuelta de la información. Así, los esquemas conductores de lo reseñado, el *rat race* y el *chicken game* se pueden asumir como el soporte que intuitivamente permite tomar decisiones a partir de una suerte de líder seguidor en una EEE.

Gráfica 17. Tasa de creación y renovación de empresas



Fuente: elaborado por los autores con base en datos de la Cámara de Comercio.

Este documento se inició con un resumen del marco teórico de la investigación “Evolución y competitividad, estudio del sector servicios en

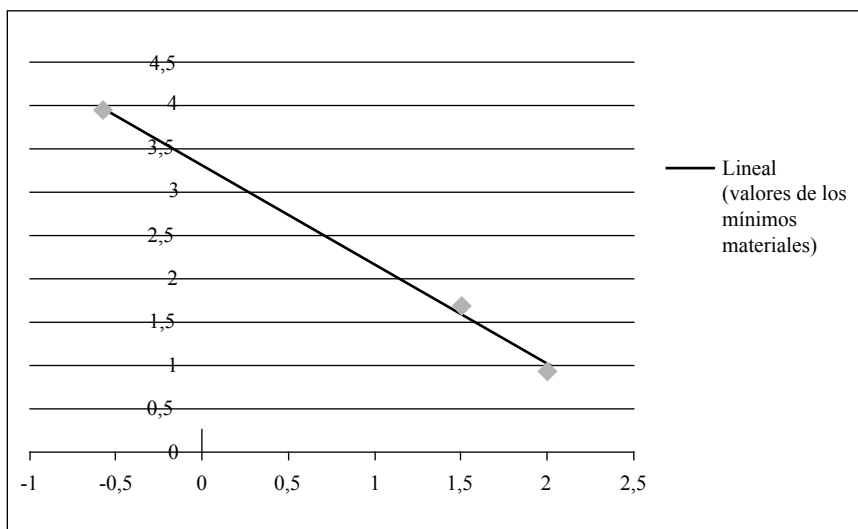
Bogotá, D.C. 1994-2004”. Se precisaron algunos conceptos que van a ilustrar el proyecto. Finalmente, se puede dejar establecido que la per-

durabilidad es resultado de la construcción evolutiva de soluciones sociales organizacionales, en estos casos las empresas (Sanabria, 2011). En esta definición el problema es de procesamiento de información, por un lado, y de capacidades de asociación y compactación de las empresas a fin de poder enfrentar el riesgo y la incertidumbre del entorno.

Lo anterior explica lo presentado en la gráfica 18. En ella aparecen los

mínimos matriciales y las soluciones de borde a partir de la relación entre el número de empresas liquidadas y creadas y el PIB en Bogotá de 2004-2009. Su tendencia y sus autovalores permiten entender que la participación de las empresas del sector en el PIB de Bogotá es una función cóncava y su solución por la maximización a través de la asociación-integración y la ampliación de los *neighborhoods effects* como estrategia de política.

Gráfica 18. Mínimos matriciales (en series de dos años) 2004-2009



Fuente: elaborado por los autores con base en datos de la Cámara de Comercio.

Así, se puede explicar, desde la relectura de la gráfica 17, que la tendencia evolutiva se puede estar organizando en torno a la integración horizontal y que el peso de las unidades dispersas y mayoritarias en número explica el comportamiento de la tendencia de la gráfica 18 y los datos de la gráfica 16. Pero también queda poder explicativo, en el sentido de que existe una gran capacidad de sostenimiento en el largo plazo de las unidades pequeñas, resultado de su capacidad de adaptación y su funcionalidad, inscrita esta capacidad en los imaginarios sociales como proveedores de pequeñas demandas.

Por lo tanto, la definición dada de EEE puede ser considerada un elemento válido por desarrollarse como conclusión en el siguiente trabajo que se va a presentar, en el cual mediante la modelización de los datos se pueda calificar la perdurabilidad del sector, para lo cual es relevante lo consignado como promedio de educación del sector en Sanabria (2009) y el diseño de política hacia una mejor integración basada en servicios empresariales avanzados, como puede advertirse en los datos expuestos.

REFERENCIAS

- Axelrod, R. (1981), "The emergence of cooperation among egoists". En: *The American Political Science Review*, 2, 306-18.
- Becker, G. S., y Murphy, A. (2000), *Social economics, market behavior in a social environment*, Boston: Harvard University Press.
- Luhman, N. (2007), *La sociedad de la sociedad*, México: Herder.
- Luhman, N. (1998), *Teoría de los sistemas sociales*, Barcelona: Antrophos.
- Luhman, N. (1997), *Teoría política en el Estado de Bienestar*, Madrid: Alianza.
- North, D. C. (1994), *Estructura y cambio en la historia económica*, Madrid: Alianza Editorial.
- North, D. C., y Thomas, R. P. (1991), *El nacimiento del mundo occidental. Una nueva historia económica (900-1700)*, Madrid: Siglo XXI.
- Penrose, E. T. (1959), *The theory of the growth of the firm*, Oxford: Basil Blackwell.
- Prigogine, Y., y Stengers, I. (1998), *Entre el tiempo y la eternidad*, Buenos Aires: Alianza Argentina.
- Prigogine, Y., y Stengers I. (1984), *Order out of chaos: man's new dialog with nature*, New York: Bantam Books.

- Sanabria, N. (2011), “Perdurabilidad empresarial. Anotaciones teóricas”, En: Revista *Pensamiento y Gestión* (en prensa), presentado en mayo de 2011.
- Sanabria, N. (2008), “The values and competitiveness”. En: *Publindex*, 6 (14), 59-87. Disponible en: <http://ssrn.com/abstract=1510412>
- Sanabria, N., y Vélez, J. (2009), “The quality of education from a functional perspective”. En: *Magazine University and Business*, 8 (16), 172-14. Disponible en: <http://ssrn.com/abstract=1511920>
- Thom, R. (1987), *Estabilidad estructural y morfogénesis*, Barcelona: Gedisa.

