

Resumen

En la actualidad colombiana es común escuchar que la pandemia del COVID – 19 ha afectado la parte económica de los empleados, por consiguiente, este trabajo de investigación se realizó con el fin de Analizar el impacto económico de la pandemia Covid-19 en los mercaderistas del municipio de Zarzal, Valle del Cauca, a través de un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo aplicado a 34 operarios en las que se contemplaron características, perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.

Palabras clave: Desempleado, Economía, Mercado, Pandemia, Trabajador.

**IMPACTO ECONÓMICO DE LA PANDEMIA COVID-19 EN LOS MERCADERISTAS
DEL MUNICIPIO DE ZARZAL, VALLE DEL CAUCA PARA 2020**

ERIKA MELISSA JARAMILLO

CLAUDIA LORENA QUINTERO



UNIVERSIDAD DEL VALLE

FACULTAD DE CIENCIA DE LA ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ZARZAL

2021

**IMPACTO ECONÓMICO DE LA PANDEMIA COVID-19 EN LOS MERCADERISTAS
DEL MUNICIPIO DE ZARZAL, VALLE DEL CAUCA PARA 2020**

ERIKA MELISSA JARAMILLO

CLAUDIA LORENA QUINTERO

Trabajo de grado para optar título de

ADMINISTRADORA DE EMPRESAS

Directora

LUZ MARINA SANTA CARDONA

UNIVERSIDAD DEL VALLE

FACULTAD DE CIENCIA DE LA ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ZARZAL

2021

AGRADECIMIENTOS

Los que triunfan no son los que no se equivocan, sino los que aprenden de sus errores; cometer errores es casi la única manera de aprender algo. Un niño nunca aprende a conocer que la estufa está caliente, hasta que se quema los dedos en ella.

Los que fracasan son aquellos que se desaniman por sus errores. De nada sirve desesperarnos o llorar. Progresamos sencillamente por vigilar nuestros errores y corregirlos. Andar no es nada más que una sucesión de caídas. Si caemos, caigamos hacia adelante; después levantémonos y probemos otra vez.

Frank Crane

Este trabajo de investigación representa el deseo y sacrificio para poder llegar a la superación.

El agradecimiento de este proyecto de investigación dirigido a Dios, por darnos fuerza y sabiduría.

A nuestras familias y seres queridos por su paciencia en este largo camino.

A la profesora Luz Marina Santa, por sus oportunas asesorías y conocimiento, sin su ayuda no hubiese sido posible realizar este proyecto.

A nuestros profesores y compañeros, por los aportes intelectuales.

A la población Zarzaleña de mercaderistas y otros municipios por nutrir este estudio con sus experiencias cotidianas.

Por último y no menos importante, hacemos extensivo nuestros más sinceros agradecimientos a los demás participantes de este proceso quienes de una u otra forma cooperaron para alcanzar la meta propuesta

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	10
1 GENERALIDADES DEL PROYECTO.....	13
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA.....	14
1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	14
1.4 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	14
1.4.1 DE ALCANCE.....	14
1.4.2 DE TIEMPO.....	14
1.4.3 DE ESPACIO.....	14
2 JUSTIFICACION	15
3 OBJETIVOS.....	17
3.1 OBJETIVO GENERAL	17
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	17
4 MARCO REFERENCIAL.....	18
4.1 ESTADO DEL ARTE	18
4.2 MARCO TEORICO.....	24
4.3 MARCO CONTEXTUAL.....	29
4.4 MARCO CONCEPTUAL	36
4.5 MARCO LEGAL	41
5 DISEÑO DEL METODO DE INVESTIGACION.....	47
5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	47
5.2 MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN.....	47
5.3 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	47
5.4 TEORÍAS DE LA ADMINISTRACIÓN	48
5.5 POBLACION	49
6 OBJETO DE ESTUDIO.....	51
7 OBJETIVO 1	53

8	OBJETIVO 2	74
9	OBJETIVO 3	78
	CONCLUSIONES.....	81
	RECOMENDACIONES	82
	BIBLIOGRAFIA	83
	ANEXOS	88

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ingresos y gastos per cápita zarzaleños	32
Figura 2. Pesos corrientes per cápita zarzaleños.....	32
Figura 4. Porcentaje del valor agregado por actividades económicas	33
Figura 3. Localización geográfica del municipio de Zarzal	34
Figura 5. Pirámide poblacional	35
Figura 6. Sexo	53
Figura 7. Edad.....	53
Figura 8. Lugar de residencia.....	54
Figura 9. Salario.....	54
Figura 10. ¿Si usted cumple la meta asignada al mes recibe bonificación como parte de su salario?.....	55
Figura 11. ¿Cuántos años lleva como mercaderista?	55
Figura 12. ¿Cuántos años lleva en la empresa donde labora?	56
Figura 13. ¿Ha afectado la pandemia del Covid-19 su trabajo?.....	56
Figura 14. ¿Ha limitado sus labores como mercaderista la pandemia del Covid-19?	57
Figura 15. ¿Cuál(es) requisito(s) ha tenido al momento de ingresar a los supermercados?	57
Figura 16. ¿Ha disminuido su ruta de trabajo?.....	58
Figura 17. ¿Su tiempo de visita a los clientes ha disminuido?	58
Figura 18. ¿Han disminuido las ventas de sus productos?	59
Figura 19. ¿Las metas de ventas impuestas por la empresa han disminuido a causa de la pandemia?.....	59
Figura 20. ¿Se ha afectado el cumplimiento de metas impuestas por la empresa a causa de la pandemia?.....	60
Figura 21. ¿En la cuarenta continúo trabajando?.....	60
Figura 22. ¿Ha tenido dificultades con la movilidad para hacer el recorrido?	61
Figura 23. ¿Se ha disminuido su salario por causa de la pandemia?	61
Figura 24. ¿Cuál la forma de desplazarse de su casa a su sitio de trabajo?	62

Figura 25. ¿Le siguieron pagando su seguridad social?	62
Figura 26. ¿Su salario es el único ingreso que llega a la familia?.....	63
Figura 27. ¿Es usted cabeza de familia?	63
Figura 28. ¿Su familia se ha visto afectada a causa de la pandemia debido a su trabajo en el aspecto económico?.....	64
Figura 29. ¿A la hora de hacer las compras su canasta familiar se ha visto disminuida?	64
Figura 30. ¿Qué tipo de apoyo ha recibido de sus empleadores?	65
Figura 31. ¿Conoce algún mercaderista de Zarzal que se haya quedado sin empleo a causa de la pandemia?	65
Figura 32. ¿En algún momento de la pandemia sintió en riesgo su empleo?	66
Figura 33. ¿Se ha visto afectada la cadena de suministro de su producto?	66
Figura 34. ¿La pandemia ha afectado el precio de los productos que vende?	67
Figura 35. ¿Ha consecuencia de la pandemia se ha reinventado en su vida laboral? ...	67
Figura 36. Sexo – Edad.....	68
Figura 37. Salario	68
Figura 38. ¿Cuántos años lleva como mercaderista? - ¿Cuántos años lleva en la empresa donde labora?	69
Figura 39. ¿Lugar de residencia? - ¿Cuál la forma de desplazarse de su casa a su sitio de trabajo?	70
Figura 40. Salario - ¿Se ha disminuido su salario por causa de la pandemia?	71
Figura 41. Salario - ¿Su salario es el único ingreso que llega a la familia?	71
Figura 42. Salario - ¿Su familia se ha visto afectada a causa de la pandemia debido a su trabajo en el aspecto económico?.....	72
Figura 43. ¿Ha disminuido su ruta de trabajo? - ¿Su tiempo de visita a los clientes ha disminuido?	72
Figura 44. ¿Se ha disminuido su salario a causa de la pandemia?	74
Figura 45. ¿Su salario es el único ingreso que llega a la familia? - ¿Es usted cabeza de familia?.....	75

Figura 46. ¿Su familia se ha visto afectada a causa de la pandemia debido a su trabajo en el aspecto económico? - ¿A la hora de hacer las compras su canasta familiar se ha visto disminuida?.....	76
Figura 47. ¿Qué tipo de apoyo ha recibido de sus empleadores?	77
Figura 48. ¿Cuántos años lleva en la empresa que labora?	78
Figura 49. ¿Ha afectado la pandemia del Covid-19 su trabajo? - ¿Han disminuido las ventas de sus productos?.....	79
Figura 50. ¿En algún momento de la pandemia sintió en riesgo su empleo? - ¿Conoce algún mercaderista que se haya quedado sin empleo a causa de la pandemia?	80

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ocupación porcentual del mercado	30
Tabla 2. Marco Legal.....	41
Tabla 3. Distribución por supermercado.....	51
Tabla 4. Empresas.	51

INTRODUCCIÓN

La primera versión de marketing se entiende que todo empieza en el año 1902 y de la mano del profesor de la Universidad de Michigan, E.D. Jones. El profesor impartía un curso que tenía por nombre: “La industria distributiva y reguladora en Estados Unidos”. En el folleto descriptivo del curso era donde aparecía por primera vez este término.

En los años donde se desarrolló la Segunda Guerra Mundial (1939-1945) se generaron condiciones desfavorables para el desarrollo del comercio; por consiguiente, la evolución del marketing se ve afectada en gran parte de este espacio de tiempo.

En este periodo comienzan a darse cambios en torno a los conceptos del mercadeo, dándose las primeras aproximaciones para centrar las actividades relacionadas con el marketing en el consumidor y no en la producción, por lo tanto, se generaron grandes cambios en las prácticas y en las dinámicas vinculadas con la disciplina.

Después de la Segunda Guerra Mundial el concepto de marketing se desarrolló en torno a lo que se llamó Las cuatro P, esto es planificación para el producto adecuado, precio, plaza y promoción, también la publicidad por televisión (1957) creció rápidamente, y con el tiempo alcanzó su estado actual como el medio más grande de la publicidad en cuanto a los ingresos por este concepto.

A medida que pasan los años en las décadas de los 50's y 60's el mercadeo abre campo a las características de las sociedades relacionadas con su cultura, en la que se enmarcan sus creencias, costumbres, ritos, entre otros, y cómo estas variables afectan decisivamente las necesidades de los compradores.

Con el realce de los procesos de globalización que trajo consigo la integración de las diversas sociedades internacionales en un único mercado mundial, con capacidad para las empresas de expandirse por todo el mundo e introducir sus productos, junto con los avances tecnológicos en relación con los medios de comunicación, el consumidor eleva sus expectativas y su conformidad se disminuye; de ahí que, el marketing se vea obligado a establecer una nueva visión más estratégica en donde se haga uso de nuevas herramientas y métodos.

A pesar de que el mercadeo, a través de la historia, ha estado íntimamente ligado con procesos y cambios de orden económico, a lo largo de su evolución se ha enriquecido de muchas otras disciplinas y ciencias como las Ciencias Sociales, la Psicología y la Sociología a manera de respuesta a los diferentes retos planteados por la sociedad, y aunque en ocasiones ha sido ampliamente criticado, es innegable que ha ganado un relevante lugar en muchos de los contextos de la actualidad.

En Colombia después de la década del cincuenta, la exploración del mercadeo como una práctica individual que fue desprendiéndose progresivamente de la economía y la administración, que estaba enfocada en la mera relación entre comprador y vendedor.

En 1922, el Carnaval de Barranquilla motivó a Luis Eduardo Yepes a instalar un puesto identificado con sus iniciales, donde los barranquilleros pudieran encontrar justo lo que necesitaban para celebrar su gran fiesta. Esta iniciativa permitió que el pequeño puesto alzara vuelo y se convirtiera en un almacén.

Oros empresarios de la época, Enrique Luque Carulla, Rafael Molano Olarte, Hernando Caicedo desempeñaron un papel fundamental en la evolución del mercadeo en un país que apenas comenzaba a constituir sus principales ciudades como urbes medianamente industrializadas. Estos primeros personajes, que utilizaron esta estrategia para promocionar sus propios productos, entendieron la necesidad de convertir el mercadeo en un campo de estudio.

Bogotá entre los años 1953 - 1956 inicio su vertiginoso proceso de expansión y un mercado naciente empezó a aumentar la demanda de productos y servicios. Fue en este punto donde personajes como Enrique Luque Carulla implementaron estrategias de mercadeo para acercarse a las necesidades del consumidor; comprendieron que los productos debían elaborarse, no con base en las expectativas de las empresas, sino en los deseos y requerimientos de los compradores, estrategia que hoy en día sigue vigente debido a que los clientes siguen definiendo los mercados, y sus necesidades determinan la oferta de productos y servicios de estos. Este cambio de tendencia evolucionó varias décadas después en lo que constituyó la investigación de mercados.

Hoy en día con tanto producto en el mercado, se están utilizando mucho las estrategias aplicadas al punto de compra, haciendo llegar sus productos directamente al consumidor, para las cuales hacen uso del servicio de las mercaderistas, con el objeto de aumentar rentabilidad y lograr mayor rotación de los productos; lo anterior a partir del conocimiento de las necesidades del mercado,

del surtido acorde al mercado y de la presentación de los productos. Pero con la actual pandemia las cosas han cambiado; las compras online se han incrementado del 6% al 30% frente a marzo del año 2019, los hábitos de compra ya habían empezado a tomar otras direcciones, a medida que la pandemia se expande por el mundo, los consumidores se ven obligados a cambiar drásticamente sus comportamientos de consumo y compra, dependiendo así de la conectividad para realizar prácticamente cualquier gestión, lo cual ha dejado las compras tradicionales en los supermercados muy disminuidas y estos se están adecuando a las necesidades actuales.

El Valle del Cauca se han hecho esfuerzos importantes implementando proyectos para posicionarse como un territorio sobresaliente, aquí se concentra gran parte de la

producción del país, también están instaladas las grandes industrias que generan la mayoría de empleos directos e indirectos, una estrategia de marketing implementada para lograr esto son las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) ya que estas hacen parte fundamental para el mercadeo especialmente en el área de publicidad, stock y distribución

El municipio Zarzal ubicado en el Norte del departamento, por su economía basada en el cultivo extensivo de la caña de azúcar y su población se dedica a labores comerciales, existen una gran variedad de negocios los cuales desde hace aproximadamente 20 años necesitan que sus productos sean comercializados y publicitados con ayuda de las mercaderistas, los cuales utilizan las diferentes técnicas y herramientas que buscan presentar el producto o servicio al potencial consumidor, con la finalidad de ser adquirido incrementando las ventas y la rentabilidad del negocio.

1 GENERALIDADES DEL PROYECTO

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La pandemia es una propagación mundial de una nueva enfermedad (OMS), el Covid - 19 llego de manera inesperada y afecto a todo el mundo trayendo con esto que la economía mundial se paralizara y los gobiernos tomaron la opción de realizar confinamientos afectando las diferentes áreas de la economía global; transformando la vida de las personas, que fueron obligadas a permanecer en los hogares impidiendo seguir con las actividades cotidianas lo que produjo que en muchos aspectos se generara un traumatismo en las diferentes actividades del ser humano.

Con la preocupación del contagio se establecieron protocolos de bioseguridad que incluyen el uso del tapaboca, lavado frecuente de manos, alcohol, gel antibacterial, toma de temperatura, desinfección de calzado y distanciamiento social y medidas de movilidad como el pico el cedula y pico género para reducir los aforos según las necesidades específicas de cada lugar.

Cuando una empresa quiere colocar un mercaderista en sus instalaciones ellos no adecuan los espacios, estos son ubicados en los pasillos, donde se ejecutan las tareas en áreas limitadas, con presencia de público, se debe laborar con mucho cuidado, esto interfiere, desconcentra o impide un mejor desarrollo de las actividades propias del cargo, se tiene una alta responsabilidad sobre la realización del pedido, la venta y rotación de los productos, se provoca fatiga mental, problemas de estrés, posturas forzadas, movimientos repetitivos estas condiciones de trabajo provocan baja productividad y favorecen la aparición y desarrollo de enfermedades laborales, al no cumplir con la meta asignada.

Los riesgos psicosociales en el trabajo son aquellos que están originados por una deficiente organización y gestión de las tareas y por un entorno social negativo. Los factores de riesgo psicosocial pueden afectar a la salud física, psíquica o social del trabajador. Las empresas deben realizar acciones para la prevención, manejo y evaluación a través de los lineamientos que ha establecido el gobierno nacional.

Se pretende mostrar la afectación de este riesgo en las mercaderistas del municipio de Zarzal y establecer un paralelo entre la forma de trabajar antes de la pandemia del coronavirus y como realiza su actividad ahora para cumplir sus metas.

La pandemia cambio la forma de realizar las actividades de los mercaderistas, que tuvieron que incluir los protocolos de bioseguridad, la poca asistencia de las personas en los sitios hace que se presente una disminución en las ventas, lo que afecta el cumplimiento de las metas impuestas por las empresas y el monto del salario que recibe,

generando una desmotivación para la realización de su trabajo porque la premisa es, sí la meta se cumple usted tiene el trabajo pero si no debemos prescindir de sus servicios.

1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA

Con base en lo anterior, surge la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo la pandemia del COVID – 19 ha afectado la parte económica de los mercaderistas del municipio de Zarzal, Valle del Cauca?

1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son las principales problemáticas que se presentan en su trabajo como mercaderista?

¿Cuál es el efecto económico que el covid-19 ha presentado para los mercaderistas de Zarzal?

¿Qué otros factores de la vida de los mercaderistas se han visto afectados por la pandemia covid-19?

1.4 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

1.4.1 DE ALCANCE

El alcance de la monografía está enfocado en presentar un análisis y reflexión de la incidencia que han tenido las personas que se dedican a la labor de mercaderista del municipio de Zarzal y las actividades económicas que se han visto afectadas a causa de la pandemia Covid-19; se pretende describir diferentes casos a través de los cuales se muestra las circunstancias que afectan la vida familiar y laboral, su entorno social.

1.4.2 DE TIEMPO

El tiempo analizado en la investigación es de Junio a Diciembre de 2020, en el cual se hizo el proceso de revisión documental y bibliográfica de los diferentes antecedentes que conforman las bases teóricas y de investigación académica sobre los cuales se aplicó la reflexión crítica-constructiva del tema de investigación que se abordó.

1.4.3 DE ESPACIO

El tema de la monografía aborda las actividades que desarrollan los mercaderistas en los supermercados ubicados en el municipio de Zarzal, en el departamento Valle del Cauca y la incidencia económica por la pandemia covid-19.

2 JUSTIFICACION

La razón por la que esta investigación propuesta es pertinente y necesaria es que se considera para analizar todos los aspectos negativos generados por la pandemia y las restricciones de movilidad y comercialización que se han impuesto a todos los actores involucrados en las interacciones laborales. La investigación; por tanto, el ayuda a explorar las percepciones de los trabajadores sobre el entorno laboral, identificando así los principales factores que provocan que dichas percepciones sean positivas o negativas con el fin de ajustarlas a los privilegios y al contexto pandémico. Además de así percibir como se ha modificado el desempeño del trabajo dentro de las diferentes organizaciones, y como estas han procurado por cuidar y conservar la salud de los trabajadores sin afectar la productividad de la empresa, para cumplir satisfactoriamente con las metas de las distintas organizaciones.

Dentro del medio laboral el trabajador, en este caso el mercaderista interactúa con diferentes condiciones de trabajo que pueden afectar negativamente en sus actividades económicas, la pandemia del coronavirus ha traído consigo dificultades para la economía, la posibilidad de que se extienda la cuarentena incide en la decisión y posibilidad de compra de las personas, tanto de bienes, como de servicios. Es así como el consumo, que fue el principal contribuidor del PIB en 2019, posiblemente ya no lo fue en 2020. Ni tampoco se espera que lo sea en el 2021.

De acuerdo con los cálculos de Fedesarrollo (2020):

Mientras que antes de la crisis se pensaba que el consumo podía crecer 4,5% este año, ahora, en el mejor de los escenarios, lo hará un 2%, con lo que el PIB podría variar 2,3%. Sin embargo, en el peor de los casos, su variación podría ser de -0,1%, con lo que el PIB caería a -0,4% en el año. (p.2)

Por esta razón la economía del país se ha visto afectada y la tasa de desocupación nacional que en enero era del 13%, y aumento en junio el 19,5% según Fedesarrollo. (2020) dentro del reglamento interno de trabajo las empresas no se tenían contemplado la pandemia que hoy afecta al mundo, esto llevo a que las empresas enviasen a sus empleados a cuarenta sin poderlos reintegrar después, particularmente las empresas independientes con un 82,3%. Esto generando la necesidad de poder mediante metodologías investigativas qué tanto ha afectado la cuarentena y el aislamiento las actividades que se realizan en el municipio con respecto a los mercaderistas.

Por consiguiente los cambios provocados por el coronavirus han impactado a toda la economía, según un artículo publicado en La Crónica del Quindío (Junio 2020) donde menciona que al menos 100 empleos están siendo afectados por los requerimientos de los supermercados, como lo son el gremio los de los mercaderistas, estos han sentido las consecuencias de incluir los elementos de protección personal, los cuales en

ocasiones deben ser asumidos por ellos mismos, las grandes cadenas que tienen el servicio de los mercaderistas tienen como exigencia que visiten un solo supermercado al día y no ocho como era su recorrido para cumplir la meta, las empresas que tienen afiliadas a los mercaderistas están siendo afectadas por que ellos ya no pueden hacer el recorrido de ocho puntos de venta, ya que las grandes superficies exigen que se queden las ocho horas en el establecimiento para evitar la propagación del virus.

Los mercaderistas al no poder cumplir con las metas, han disminuido sus ingresos y muchos siguen en sus casas teniendo afectaciones a nivel familiar y social. Esta conclusión definida por el contexto y cifras generalizadas, por lo que se requiere de una visión más afianzada al contexto para reconocer las consecuencias pandémicas en los mercaderistas. Ya que los próximos meses serán definitivos para diseñar estrategias ya que el escenario será totalmente diferente de lo que cualquier plan de negocio inicial podría haber sido determinado. Por lo que los identificar como la pandemia del Covid-19 ha afectado los mercados del municipio y de qué manera ha limitado a los mercaderistas y a sus núcleos familiares permitirá reconocer las amenazas a la estabilidad económica que esta situación no esperada ha generado y podría seguir generando.

3 OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar cuál ha sido el efecto económico de la pandemia Covid-19 en los mercaderistas del municipio de Zarzal, Valle del Cauca para 2020.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Señalar de qué manera la pandemia del Covid-19 ha afectado los mercados del municipio de Zarzal, Valle del Cauca y de qué manera ha limitado a los mercaderistas.
- Describir de qué modo se ha afectado la economía familiar en los mercaderistas del municipio de Zarzal, Valle del Cauca por la pandemia del covid-19.
- Determinar si los mercaderistas del municipio de Zarzal, Valle del Cauca sintieron amenazado su empleo en algún momento a causa de la pandemia Covid-19 en el año 2020.

4 MARCO REFERENCIAL

4.1 ESTADO DEL ARTE

En primera instancia, Romero (2019) menciona que en 1992 se presentó la crisis del Agro con motivo de la apertura liberal, para esa ocasión la producción nacional agropecuaria bajo 2.3%. En 1998 se presentó la crisis de La Casa en el Aire, con esta crisis se vio obligado a fortalecer el sistema financiero colombiano a través de la creación del 2 x 1.000 (que era pasajero, no olvidemos que ya vamos en 4 x 1.000). En 1999 el PIB tuvo una caída del 4,5%, el Gobierno se vio en la obligación de intervenir el sistema financiero a través de la compra de diversas entidades financieras.

En el año 2002 se presentó la crisis de los TES, en el 2006 la crisis de las pirámides que obligó al gobierno a declarar estado de excepción de emergencia social, en el 2012 sufrimos la crisis de Interbolsa, la entonces firma más grande de valores de Colombia, crisis que estuvo a punto de colapso el sistema de inversión en el mercado de capitales, en el 2015 la caída de los precios internacionales del crudo a nivel internacional, la cual fue bien controlada por ECOPETROL a través de medidas muy fuertes en recorte de gastos, lo cual a su vez produjo una crisis social en la zona de los llanos orientales. Para este 2019 preocupa fuertemente la crisis del sistema pensional y el café, no olvidemos que cerca de 500.000 familias viven de este producto en el país. (p.22)

En el mismo año, Ocampo (2019). En su documento titulado “Una brevísima historia económica de Colombia” Hace mención que, en las primeras etapas de la República, la economía colombiana se caracterizaba por una economía agraria muy tradicional y con la escasa conexión entre las muy diversas regiones del país, dos características que se mantuvieron por mucho tiempo. Como en la colonia, el principal producto de exportación era el oro, aunque con un gradual aumento de la producción en Antioquia y un retroceso del Pacífico colombiano. El crecimiento económico durante la primera década del siglo XIX fue, sin embargo, muy lento.

Los grandes cambios vinieron a mediados del siglo XIX con el desarrollo de nuevos productos de exportación, entre ellos el tabaco, la quina, el café y una minería de oro y plata más moderna. Sin embargo, el despegue exportador solo vino con el café en las primeras tres décadas del siglo XX, con el auge de la zona cafetera central. El lento crecimiento económico que caracterizó la segunda mitad del siglo XIX fue reemplazado por una expansión rápida e importantes inversiones en la infraestructura del país.

La crisis mundial de los años treinta del siglo XX frenó las oportunidades de exportación y puso a la industria manufacturera y a los servicios modernos orientados hacia el

mercado interno en el centro del desarrollo. Las iniciativas industriales se remontaban a experimentos pioneros de fines del siglo XIX y comienzos del XX. La industria y los servicios modernos fueron el eje de un proceso de un crecimiento económico rápido que se prolongó hasta los años 70. Estuvo acompañado por un esfuerzo relativamente exitoso por diversificar la base exportadora desde la crisis cafetera de mediados de los años 50.

Colombia se salvó en parte de la crisis latinoamericana de la deuda de los años 80, pero a partir de entonces entró en un proceso de menor expansión económica. La expectativa de que la apertura económica de comienzos de los años 90 acelerara el crecimiento no se realizó: alcanzó un 3,5% anual en 1990-2018 vs. 5,1% en 1950-1980. La causa básica de la desaceleración ha sido una fuerte y prolongada desindustrialización y dificultades del sector agropecuario para adecuarse a una economía más abierta. El gran cambio positivo ha sido la creciente importancia de los sectores petrolero y mineros, especialmente del primero, que se consolidó en las primeras décadas del siglo XXI.

Ya en el aspecto investigativo para poner en contexto la investigación, se definen diferentes trabajos similares que permitirán tener claridad del tema y su abordaje, en primera instancia, Sanclemente. (2012). Al realizar un análisis de la reputación del tendero de barrio ante su mercado y sus consecuencias. En Colombia, a lo largo de los años, se han realizado algunas investigaciones y estudios relacionados con la estructura de distribución de bienes y servicios. Esos estudios han incluido la actividad comercial desarrollada por el tendero de barrio, y se han enfocado, principalmente, en su aporte económico como “eslabón” de una gran cadena de valor para hacer llegar los productos a los consumidores finales. No obstante, algunas especificidades del funcionamiento de la tienda de barrio y las distintas relaciones sociales y económicas que desarrolla el tendero con los distintos actores de esta actividad (sus proveedores, los fabricantes, las agremiaciones y aún sus mismos clientes) han sido escasamente analizadas, excepto estudios valiosos relacionados con la tienda como un espacio de reforzamiento cultural del consumidor en los que se analizan las relaciones de los consumidores con la tienda en algunas regiones del país. Uno de sus principales objetivos consistió en comprender cómo la identidad, la imagen que proyecta y las distintas acciones de responsabilidad social empresarial (RSE) que lleva a cabo (de manera formal o informal) el tendero de barrio impacta en su reputación ante el mercado que sirve y cómo esta, a su vez, genera consecuencias en dicho mercado. y para finalizar Como se avanzó en el capítulo correspondiente a la metodología utilizada, esta se abordó con un enfoque cualitativo que utilizó herramientas concretas de recolección, organización, registro, sistematización y análisis para poder captar realidades muy propias al medio colombiano. Dichas herramientas han sido muy pocas veces utilizadas en el contexto local para estudiar el tema concreto que hace parte del problema de investigación; de modo adicional, se anota que algunos aspectos atinentes a la distribución minorista y a los pequeños distribuidores

han sido tratados en diversos países con esquemas metodológicos de tipo cuantitativo, en lo fundamental.

Así mismo, Rubio (2014) resalta que la calidad del servicio se constituye en una prioridad competitiva y como tal es un factor que está presente en todas las interacciones de las personas con las organizaciones y constituye un atributo diferenciador entre las empresas exitosas y las que no lo son. En la actualidad los grandes supermercados se constituyen en los sitios de mayor concentración de compradores que buscan diferentes tipos de productos y servicios. Uno de sus principales objetivos es conocer la impresión que los consumidores tenían acerca del servicio que reciben de los supermercados Carrefour, Éxito, Mercacentro, Makro, Homecenter y Yep y a partir de allí determinar las variables más sensibles para ellos y que a la postre servirían para la toma de decisiones por parte de esas organizaciones. Los resultados del estudio tuvieron importantes implicaciones para estas tiendas pues les permitieron redireccionar sus estrategias competitivas, mediante la evaluación de sus actividades y a partir de ese proceso iniciar el mejoramiento donde sea requerido. No pueden descuidarse los factores críticos que constituyen el nivel de satisfacción del servicio recibido, por parte de los consumidores de estos supermercados y que se pusieron de presente en los resultados de la investigación en especial los criterios que han sido validados

En el mismo año, Salas, B. (2014) en su búsqueda de fortalecer el desarrollo comercial mediante el diseño de un manual de procedimientos en el área de mercaderistas de la empresa Industrias Ales C.A. para lograr un mayor nivel de desempeño en el distrito metropolitano de Quito. Buscando incrementar el nivel de rotación de productos de la empresa Industrias Ales en cada uno de sus puntos de venta, esto se logró primero fortaleciendo el conocimiento, aptitudes y actitudes del personal del área de mercaderistas logrando así mejorar su desempeño laboral y tener una eficiente labor de merchandising en cada uno de los puntos de venta para poder satisfacer las necesidades de los clientes y consumidores generando una mayor demanda de productos de la marca su principal método se refiere en su más amplio sentido a la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable, su principal técnica de recolección de datos fue la encuesta por la cual se pudo hacer toda la investigación para un manual de procedimientos.

Al año siguiente, Salcedo (2015) en su identificación, evaluación del riesgo ergonómico biomecánico en el puesto de mercaderista de industrias ALES C.A. y propuesta del plan de control el cual inició con la observación y seguimiento de las actividades que realizaban los mercaderistas de Industrias Ales C.A., para posteriormente identificar y evaluar el riesgo ergonómico biomecánico por posturas forzadas y cuantificar el nivel del mismo utilizando el método de Evaluación Rápida de Cuerpo Entero, Rapid Entire Body Assessment (REBA). Partiendo de los resultados obtenidos se establecieron

recomendaciones de carácter organizativo, considerados en una propuesta de un plan de control que permitiera el correcto desenvolvimiento de las actividades propias de este puesto de trabajo, la disminución del nivel de riesgo y así la reducción de las probabilidades de la presencia de problemas músculo esqueléticos en un futuro. Las actividades que realizaban los mercaderistas se ejecutaban en espacios limitados con presencia de público por lo que deberían laborar con mucho cuidado, que muchas veces interfiere, desconcentra o impide un mejor desarrollo con movimientos que se repiten con frecuencia y posturas forzadas que pueden desencadenar en problemas un nivel considerable de riesgo de fatiga mental, problemas de estrés, trastornos músculo esqueléticos, enfermedades laborales, provocando finalmente absentismo laboral y baja productividad.

Un año después, Jaramillo (2016). Al aplicar la metodología Deming para incrementar la productividad del Mercaderista en el punto de venta de la empresa Punto Once S.A. buscando determinar cómo la metodología Deming incrementa la productividad del Mercaderista en el punto de venta de la empresa Punto Once S.A. donde se evidenció que las actividades que realizan los mercaderistas se ejecutan en espacios limitados con presencia de público por lo que deben laborar con mucho cuidado, que muchas veces interfiere, desconcentra o impide un mejor desarrollo con movimientos que se repiten con frecuencia y posturas forzadas que pueden desencadenar en problemas un nivel considerable de riesgo de fatiga mental, problemas de estrés, trastornos músculo esqueléticos, enfermedades laborales, provocando finalmente absentismo laboral y baja productividad. La investigación contiene un marco metodológico aplicativo, explicativo, cuasi experimental y longitudinal, donde se emplearon las técnicas e instrumentos para la recolección de datos como la observación de campo y análisis de registros de datos en el punto de venta, la población está conformada por la cantidad total de productos aptos repuestos de los 28 mercaderistas de la cadena Cencosud en un periodo de tiempo del segundo semestre del año 2015 y el primer semestre del año 2016. Se concluye que al aplicar la metodología Deming incrementó la productividad del Mercaderista en un 64%, la eficiencia en un 37% y la eficacia en un 44%, recomendando el cumplimiento y búsqueda de la mejora continua a través de las herramientas de ingeniería de la empresa Punto Once S.A.

Posteriormente, Guevara (2017). Reconoce que el servicio de mercaderismo es un servicio que se puede prestar en dos modalidades; la primera es a través de un servicio propio, es decir con personas contratadas directamente por la compañía y en segundo lugar puede ser contratando el servicio directamente con los clientes (generalmente en el canal de Autoservicios en Cadena). Para este proyecto se hace referencia a la modalidad de contratación de personal directamente por la compañía fabricante y comercializadora de productos. Esto hace que internamente soportados en el costo

basado en actividades sea necesario facturar el servicio a los diferentes negocios dueños de los productos que deben ser movilizados en los Autoservicios de Cadena y donde la tarifa de facturación a cada negocio (cliente interno) deba ser competitiva con el mercado. Uno de sus principales objetivos es Estimar el número de personas efectivas con labor mercaderista que se requieren en un punto de venta. Cumpliendo con los objetivos de surtido de producto de forma eficaz y cumpliendo con las políticas definidas por el cliente. El modelo debe poder simular la cantidad de personas efectivas necesarias en un autoservicio de cadena bajo diferentes parámetros propios del negocio como los diferentes parámetros condicionales del mercado. Además, será la base para facturar el servicio a los diferentes negocios dueños de los artículos que son evacuados en los diferentes puntos de venta.

De forma paralela, Chilán & Guadalup. (2017). Desarrollaron un sistema web como soporte del proceso que mide la efectividad de las ventas para la asignación de los mercaderistas a los puntos de comercialización de la empresa servicesa S.A. uno de sus principales objetivos es Desarrollar un sistema web en java con la arquitectura modelo vista controlador para medir la efectividad de las ventas de la empresa Servicesa S.A. y así asignar recursos a los puntos de comercialización que la organización administra. su principal metodología aplicada Para la etapa de inicio del proyecto se gestionará de manera global los documentos necesarios para la recolección de la información y datos que se necesita de la empresa Servicesa S.A. a través de un certificado de utilización de información y datos el cual faculta la utilización de esos datos para desarrollar el sistema web planteado. Se utilizó una técnica de recolección de datos que fue la entrevista semiestructurada ya que en comparación con otros métodos de recopilación de datos como la entrevista estructurada “su ventaja es la posibilidad de adaptarse a los sujetos con enormes posibilidades para motivar al interlocutor, aclarar términos, identificar ambigüedades y reducir formalismos” para concluir Los datos e información necesarios de las ventas que realizaba la empresa fue gestionada de forma ágil debido a las prestaciones de tiempo que otorgó el área gerencial para realizar las reuniones que el equipo de desarrollo necesitaba para hacer el levantamiento de información pertinente del proceso.

De forma similar y para concluir, Muñoz (2018). Resaltó la Importancia Del Mercaderista En La Cadena De Valor En Una Empresa De Gestión De Distribución. Su principal investigación mostrará un estudio cualitativo del tipo exploratorio transversal en una corporación de distribución peruana en todo el país de Perú. El objetivo era identificar la dinámica y / o la relevancia de la gestión del entorno de trabajo de los mercaderistas, su papel e impacto en la estructura de la organización. El equipo de investigación propuso un análisis integrador de las variables psicológicas - actitudinales, de mercadeo comercial, administración minorista y administración organizacional, a fin de identificar

las principales oportunidades de mejora en los accionistas y sus líderes, orientando su desarrollo hacia un mejor comportamiento de la corporación en Comparación con el mercado sus principales técnicas utilizadas fueron Focus Group, Entrevistas en profundidad. La principal conclusión de esta exploración es que el equipo de Mercaderistas presentó una satisfacción con el clima laboral de intensidad moderada con fortalezas importantes relacionadas con un sólido conocimiento de funciones en el punto de venta, sólido conocimiento de herramientas en trade marketing, sólido conocimiento del comportamiento del mercado.

4.2 MARCO TEORICO

Concepto de bienestar

Es el sentir de una persona al ver satisfechas todas sus necesidades en materia fisiológica y psicológica, en el presente, así como contar con expectativas alentadoras que le sustenten su proyecto de vida en la sociedad que experimentan los individuos que componen una comunidad en materia de sus necesidades desde las más vitales, hasta las más superfluas, la prospectiva aspiracional y su factibilidad de realización en un lapso admisible.

Para Reyes & Franklin (2014) el bienestar social parte del bienestar económico, el cual tiene que ver con la forma en que se reparten los recursos en una comunidad y la retribución o remuneración tanto al trabajo realizado, como los riesgos que toda empresa económica involucra. Así, el bienestar económico suple las necesidades patrimoniales de los individuos y debe garantizar la perpetuidad del confort en el ámbito de la herencia de este y las mejorías que implican los anhelos de estos. Se puede afirmar en principio que la teoría del bienestar es el ámbito de estudio que señala las proposiciones orientadas a ordenar en una escala de preferencias colectivas, situaciones económicas alternativas pertinentes a la sociedad. Considerando el mapa de indiferencia de un individuo como la imagen de preferencias de todas las combinaciones posibles de bienes y servicios y si se considera el traslado a la curva de indiferencia más alta se puede establecer en consecuencia que ha incrementado su bienestar.

De lo expuesto anteriormente se puede concluir que el estudio del bienestar económico ha sido una preocupación constante desde el campo de la economía, sobre la cual diferentes escuelas y pensadores han realizado diversos aportes que sirven como referentes para la formulación de nuevas teorías de bienestar, porque la aplicación de la teoría del bienestar en formar racional conduce a minimizar los niveles de desigualdad social y a establecer una justa medida de distribución de los escasos recursos con que cuenta la sociedad.

Bienestar económico

Pigou (1920) es distinguido por sus aportaciones a la teoría del bienestar económico, es considerado su fundador, profundizó considerablemente en el tema, para así fortalecer su teoría por el desarrollo del llamado efecto Pigou, donde estudia las consecuencias que una variación del nivel de precios tiene sobre la demanda del consumo por medio del cambio que se produce en la riqueza de la renta de los consumidores. Esto se debe a que cuando las riquezas del consumidor aumentan, éstos tienden a consumir más, por lo

tanto, la demanda aumenta y de la misma manera los precios se disparan. Su idea principal era que desde el Estado se pudieran corregir las condiciones de vida de la gente.

Trabajo

Según la definición del artículo 5 de la Código Sustantivo del Trabajo (1950), trabajo se refiere a cualquier actividad humana libre realizada por una persona natural conscientemente para servir a otros, ya sean materiales o intelectuales, permanentes o temporales, independientemente de su finalidad cuando se ejecuta el contrato de trabajo. Además, Blanch (1996) define el trabajo como:

La actividad necesaria para producir un determinado producto o prestar un determinado servicio que satisfaga una determinada necesidad humana, una inversión consciente e intencionada (pagada o no pagada, con o sin cláusulas contractuales) de un determinado esfuerzo (individual o colectivo) (p. 87).

Así mismo, se puede entender como una variedad de comportamientos realizados por individuos, independientemente de los recursos que necesiten para realizar el comportamiento; referirse a todas las actividades realizadas debido a los requerimientos del trabajo, y obtener ingresos económicos en consecuencia, y realizar otras formas de su trabajo Recompensa (Drenth, Thierry & Wolff, 1998).

Impacto psicosocial del trabajo

Del Carpio, Álvaro y Garrido (2014) el trabajo tiene ciertas particularidades que se diferencian teniendo en cuenta el ambiente de trabajo, la disposición de los diferentes entes y las expectativas o garantías organizacionales. En el desarrollo de la obra o la ejecución de la obra se han identificado y encontrado algunas influencias positivas y negativas, que pueden repercutir en la calidad de vida laboral de una persona y su capacidad de crecimiento tanto personal como profesional

Positivas. Promover la realización personal y la identidad social y personal; brindar identidad, prestigio y relaciones sociales; organizar el tiempo y comunicar normas, expectativas científicas y sociales.

Negativas. Si destruye las expectativas, los preparativos y la experiencia de las personas, es la parte disfuncional y frustrante.

Ambas cosas influyendo en la calidad de vida laboral de los trabajadores sin importar su cargo o su responsabilidad en la organización.

La calidad de vida laboral

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2016) para definir la calidad de vida, primero debemos conceptualizar la salud. La salud se entiende como el bienestar físico, psicológico y social que puede tener una persona, de donde se da cuenta de que puede enfrentar la presión de la vida y trabajar productivamente por la comunidad. La salud también se considera un derecho humano básico y se requieren las condiciones y los recursos necesarios para obtener la salud como “la paz, la educación, la vivienda, la alimentación, la renta, un ecosistema estable, la justicia social y la equidad” (OMS, 2016, p. 1).

El contenido anterior estima la amplitud del concepto de salud, que incluye diversas interpretaciones subjetivas de los sentimientos subjetivos que se comprenden, en las que se reconoce de manera importante que la salud es parte intrínseca y fundamental de la construcción del bienestar. (Rondón, 2006); Esto está directamente relacionado con la satisfacción de las necesidades básicas, incluidos los niveles adecuados de salud, alimentación, techo y trabajo que deben ser remunerados en función del desempeño laboral, con el objetivo de lograr una vida de calidad, sin importar cómo se viva con esta felicidad; comprensión; “La calidad de vida es una medida integral del bienestar físico, psicológico y social que percibe cada persona y cada grupo, así como la felicidad, satisfacción y retorno” (Levy & Anderson, 1980, p. 7). Esto permitiendo mostrar la relación entre felicidad y salud, por lo tanto, se relaciona con la interacción dinámica entre la mejora percibida de la calidad de vida y las condiciones que las personas han confirmado dentro de sus propios recursos.

Dimensiones de la calidad de vida

Cuando se adopta el concepto de trabajo, se destaca a las personas que se benefician del trabajo, tal como lo explican González, Peiró y Bravo (1996). Reconocen la importancia del trabajo en su vida personal, los trabajadores dedican tiempo y energía a ello, buscan una compensación económica, material, social y psicológica. Con base en lo anterior, existen diversas posiciones que pueden explicar diversos aspectos, como el entorno físico, la justicia percibida en la compensación, un buen clima laboral, lazos sociales, y otros elementos que ayudan a mantener el trabajo y la misión de la organización.

Para explicar las dimensiones que constituyen la calidad de vida laboral se utilizan varias clasificaciones proporcionadas por diferentes autores, es así cómo explica lo propuesto al respecto por Walton (1975), señaló que la remuneración justa, un entorno seguro y saludable, la integración social, el crecimiento personal, el desarrollo de las capacidades humanas y la relevancia social son las dimensiones necesarias para definir la calidad de

trabajo y de vida. Adicionalmente, Lobato (2017) sus sugerencias sobre las dimensiones de la calidad de vida laboral, incluyendo la autonomía, la efectividad de la tecnología de recursos humanos, la vitalidad de la organización para el desarrollo de recursos humanos, el apoyo de la organización a la innovación, la importancia del trabajo y la integración y cooperación organizacional. (p. 19).

Motivación y satisfacción laboral

Robbins y Judge (1998) Definen la motivación como una recopilación de procesos que influyen en conductas que muestran fortaleza personal, dirección y persistencia natural ante la realización de metas. Convertirse en una característica que contribuye al grado de compromiso personal, que se comprueba en un proceso positivo, dinámico y de mentoría que logra mantener el comportamiento del individuo para lograr la meta deseada.

Herzberg (1959) Utiliza su teoría de la motivación y la higiene para explicar los factores que existen en la alta motivación y predecir niveles más altos de desempeño; determinar la relación inclusiva entre enfermedad mental y salud mental, que es un aspecto importante a abordar cuando se habla de motivación en el lugar de trabajo, explicó los elementos contenidos en la motivación laboral en los dos grupos el primer factor lo constituye el factor higiene (relacionado con las emociones negativas o insatisfacción encontradas en el desempeño del trabajo). Si se toma en serio, puede prevenir ciertos daños a la salud en el trabajo. Por otro lado, el segundo grupo corresponde al motivador (básicamente compuesto por la experiencia satisfactoria del desempeño de la tarea), que es el reconocimiento del desempeño comprobado en el trabajo, las responsabilidades asignadas y el crecimiento profesional.

Además, Según Echeverri & Espirtia (2021). Existen otros factores relacionados con los círculos emocionales personales, como las relaciones familiares, y el estado actual de los cambios en el proceso laboral debido al COVID-19, este último factor se ha convertido en el foco de la salud pública. Las autoridades de nuestro país, debido al período de restricción social, se ha incrementado el componente de violencia intrafamiliar y la situación de intolerancia familiar, evidentemente, este es el resultado desencadenante de la insatisfacción laboral, que se acumula entre los empleados y de alguna manera se manifiesta en el círculo familiar por su convivencia permanente en un mismo espacio físico.

Ante la situación actual que ha cambiado el escenario laboral, es perfectamente comprensible que empresas, líderes y responsables en el ámbito de la gestión humana no estén preparados para hacer frente a esta pandemia. Esto provocando dudas sobre cómo enfocarse en el índice de satisfacción laboral y qué debe incluir el índice, porque

para los empleados de oficina, el hecho es que el uso a largo plazo de las opciones de oficina remota será fuerte, y esta realidad representa un desafío para los empleados. Líderes, porque deben brindar todas las mejores condiciones físicas para que los empleados desarrollen su trabajo diario, y más allá de las condiciones físicas es implementar planes de salud que aumenten la satisfacción de los empleados y aumenten su productividad. Esta es obviamente una medida del nivel de organización que busca indicador de gestión. (Echeverri & Espirtia, 2021).

4.3 MARCO CONTEXTUAL

En Colombia, según Semana (1995) el gran auge del mercadeo se dio con la apertura económica, que obligó a las empresas a repensar su actividad ante la competencia; en una economía que estuvo cerrada durante tanto tiempo, las empresas se dedicaban a producir, resolver problemas de distribución y fijar metas de ventas, y no se preocupaban por la estrategia del mercadeo (investigar al consumidor, identificar nuevos nichos y planear estrategias integrales para mantener y conquistar "territorios"). Existían empresas como Leonisa, Colombina, Alpina, Familia, Quala, Noel y la Compañía Nacional de Chocolates, que siempre se han preocupado por realizarle mercadeo a su producto.

Las empresas que producen artículos masivos (Colombina, Rio Paila, Nestlé, Alpina, Johnson & Johnson, Unilever, Nutresa, entre otras) han sido las líderes en Colombia y el mundo, en materia de mercadeo, destinan importantes sumas de dinero en la realización de campañas de investigación, publicidad, lanzamiento y mantenimiento de productos. Tan sólo en publicidad, Colgate invirtió \$47.164 millones el año pasado (Nielsen, 2006) lo que la colocó como el principal anunciante del país. Inextra, con el cuarto lugar, gastó \$28.293 millones, y Unilever, en el quinto, \$22.775 millones; para medir el éxito del mercadeo de la empresa basta con mirarlas ventas que realizan y confirmar la efectividad de sus campañas.

Según el estudio realizado Nielsen (2016), existe una gran variedad de canales de venta de productos que son ofrecidos a los consumidores para adquirir el de su preferencia. En esta época de pandemia se han incrementado las ventas más de un 8% logrando el crecimiento de hipermercados retails (comercio minorista), hard discount (precios bajos – descuentos) y el e-commerce (comercio electrónico) de diferentes productos para satisfacer las necesidades de los clientes.

El incremento en las ventas se produjo gracias a la flexibilidad de las empresas para adaptarse a las circunstancias colocando sus productos online de forma sutil e innovadora con precios asequibles y adecuados canales de distribución, según el portal Nielsen.com “los cambios que se presentan en el mercado tienden a modificar el comportamiento de compra o adquisición de productos en los consumidores, por ese motivo es fundamental que las empresas conozcan y entiendan los hábitos de consumo en los hogares colombianos”.

Por su parte, Nielsen (2016) estudia la preferencia de los consumidores del mundo encontró las tendencias y hábitos de consumo y para Colombia encontró cinco características principales:

Los fines de semana los gastos totales de alimentos son de un 44%.

El 50% de las compras que realizan los consumidores las hacen en la mañana.

Más de la mitad de las facturas (62%) corresponden a pequeñas compras.

El 87% de esas compras, son pagadas en efectivo

Un 29% de los compradores se informan vía online sobre sus futuras compras, pero únicamente el 4% las realiza por el canal virtual. (p.11)

El periódico La República (2019) publicó un artículo sobre las compañías del país que aumentaron sus ventas en el mercado, presentando una variación positiva frente al año 2018 donde registraron movimientos por al menos 80 billones de pesos. En cuanto a ingresos en billones de pesos y su participación porcentual en el mercado durante 2018, el diario enumeró las primeras 10 posiciones que ocupan las siguientes marcas en Colombia:

Tabla 1. Ocupación porcentual del mercado

Ranking De Almacenes Con Mas Ventas (2018)	Marcas Con Mercaderistas
<ul style="list-style-type: none"> 1. Almacenes Éxito: 55 billones (63,3 %). 	<ul style="list-style-type: none"> Bimbo, Alpina, Unilever, P&G, Colombina, Leonisa, Grupo Cárnico, Prebel, LG, Postobón, Coca Cola, Alicorp, Kimberly Clark, Kellogg's, etc.
<ul style="list-style-type: none"> 2. Olímpica: 6,1 billones (7,4 %). 	<ul style="list-style-type: none"> Mamipan, Alpina, Colanta, Comapan, Alival, JGB, Nestlé, Azul K, Huevos Oro, Licores Del Valle, Bavaria, Casa Grajales etc.
<ul style="list-style-type: none"> 3. Alkosto: 5,7 billones (6,9 %). 	<ul style="list-style-type: none"> Panasonic, Tecnoquímicas, Kellogg's, Postobón, Coca Cola, Grupo Familia, Colgate.
<ul style="list-style-type: none"> 4. D1: 3,79 billones (4,5 %). 	<ul style="list-style-type: none"> No cuenta con mercaderistas
<ul style="list-style-type: none"> 5. Cencosud: 3,77 billones (4,5 %). 	<ul style="list-style-type: none"> Grupo Familia, Bimbo, Nutresa, Quala, Nutresa, Postobón, Coca Cola, Nestlé, Bavaria, etc.
<ul style="list-style-type: none"> 6. Ara: 2,2 billones (2,7 %). 	<ul style="list-style-type: none"> No cuenta con mercaderistas
<ul style="list-style-type: none"> 7. Justo y Bueno: 1,6 billones (1,9 %). 	<ul style="list-style-type: none"> No cuenta con mercaderistas

<ul style="list-style-type: none"> • 8. Makro: 1,3 billones (1,5 %). 	<ul style="list-style-type: none"> • Coca Cola, grupo Familia, Colgate, Bimbo, Alpina, Unilever, P&G, Colombina, Nutresa, Scot.etc.
<ul style="list-style-type: none"> • 9. Price Smart: 1,19 billones (1,4 %). 	<ul style="list-style-type: none"> • Red Bull, Cocktail, Grupo Familia, Nutresa, Alpina, Carvajal Empaques, etc.
<ul style="list-style-type: none"> • 10. La 14: 1,12 billones (1,3 %). 	<ul style="list-style-type: none"> • Bimbo, Alpina, Unilever, P&G, Colombina, Leonisa, Quala, Nutresa, Postobón, Coca Cola, Nestlé, Bavaria etc.

Fuente: La República, 2018. p.2

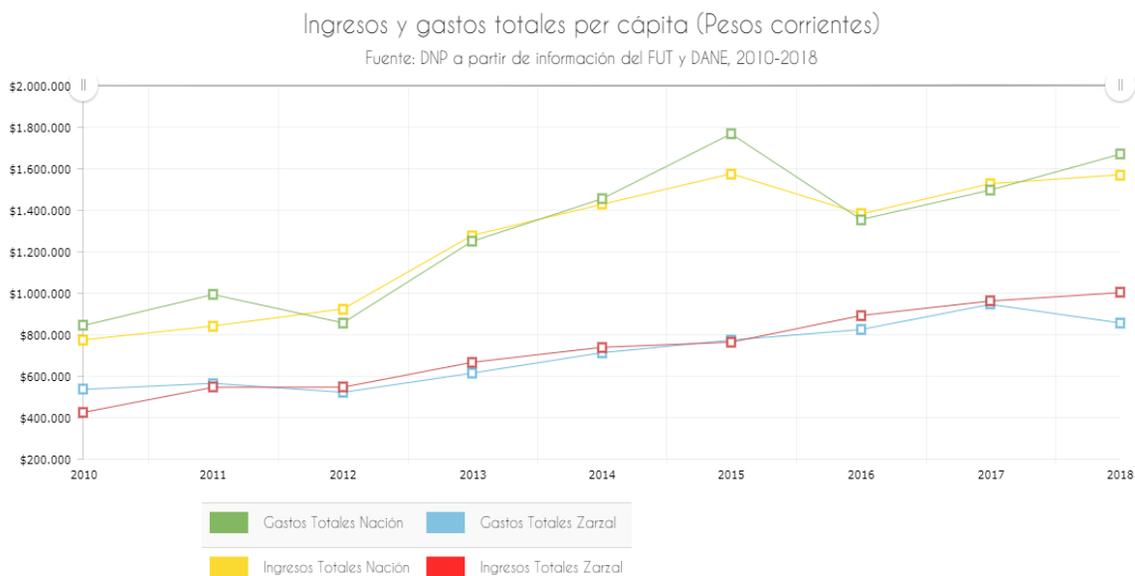
El diario detalló que, por ejemplo, en el segmento de almacenes de bajo costo, D1 reportó un 22 % de incremento en sus ventas; Ara de 53 % y Justo y Bueno de 113 %.

Zarzal

Al ser un municipio con grandes industrias generadores de empleo, con grandes almacenes de cadena como Olímpica y Súper inter (grupo éxito) y un gran supermercado como Súpertiendas Cañaveral que venden grandes marcas de productos y al ser los supermercados afectados por el confinamiento y la reducción del aforo, por esto se eligió como el lugar para investigar el objeto de estudio los mercaderistas, que las ventas pueden afectar su trabajo. En el municipio de Zarzal, actualmente cuenta con los siguientes grupos empresariales que benefician la economía departamental y local al encontrarse en el ranking de los supermercados con más ventas en el 2018: Inter (Grupo Éxito), Olímpica, Justo y Bueno, D1 y Ara. Al que al tener estos grandes almacenes de cadena y un gran supermercado es útil investigar a los mercaderistas y su labor cotidiana y las ventas, porque hay que reconocer como la pandemia pudo cambiar este tipo de actividades teniendo en cuenta las restricciones de movilidad y de libre circulación. Situaciones que la pandemia género y que afecto la interacción de los mercaderistas con los supermercados de grandes superficies.

Adicional, se tiene presente el aumento estadístico de los ingresos per cápita en el Municipio. Lo que plantea una oportunidad a los mercaderistas de abarcar un mercado con mayor capacidad de compra.

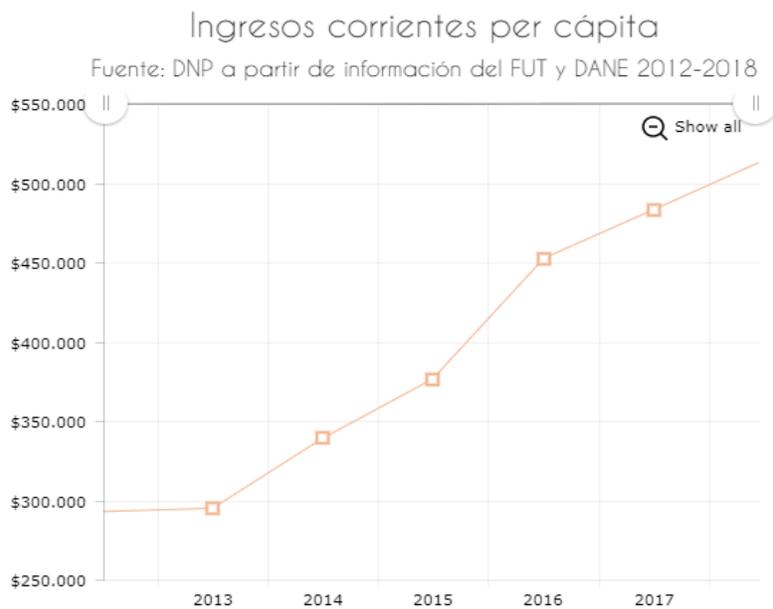
Figura 1. Ingresos y gastos per cápita zarzaleños



Fuente: Terridata, 2021

Así mismo, como los pesos corrientes per cápita

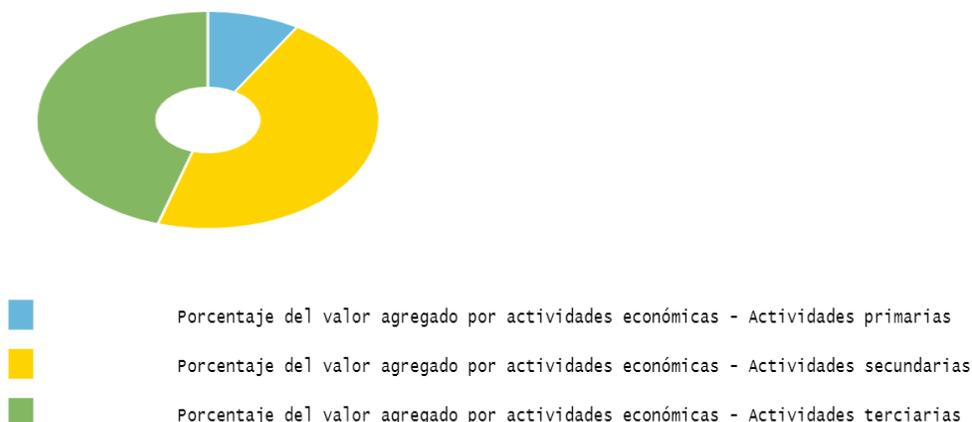
Figura 2. Pesos corrientes per cápita zarzaleños



Fuente: Terridata, 2021

Permitiendo así, verificar la capacidad del mercado zarzaleño, además de tener en cuenta la ubicación idónea donde por sus vías de acceso permite transitar entre los departamentos que lo circunrodean. Adicional a esto, se presenta el porcentaje de valor agregado por actividades.

Figura 3. Porcentaje del valor agregado por actividades económicas



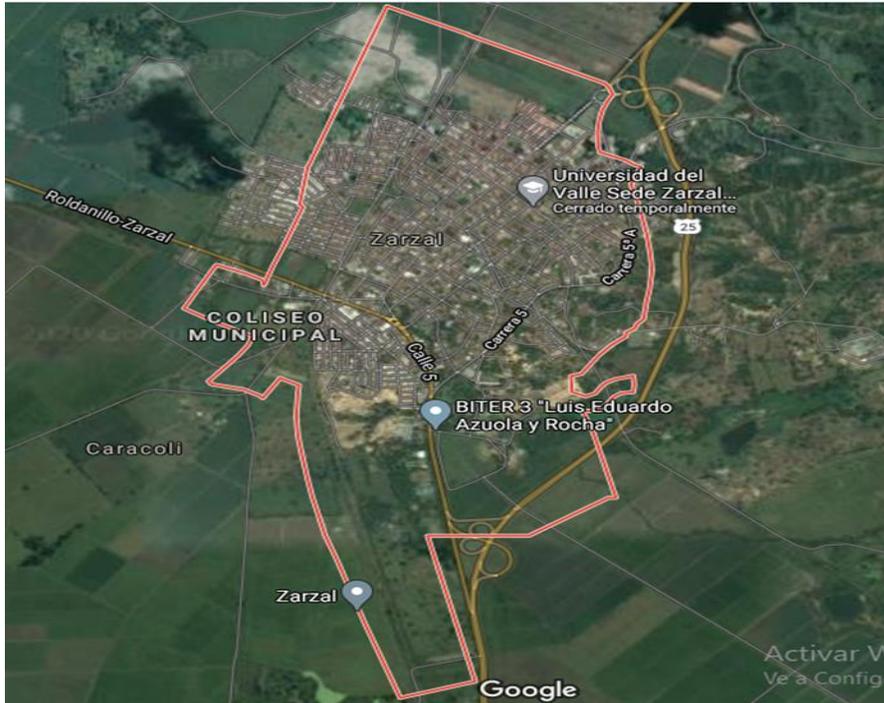
Fuente: DANE - Censo Nacional de Población y Vivienda – 2018

La economía del municipio de Zarzal gira alrededor de las actividades agrícolas, en donde la tendencia son los cultivos transitorios y los frutales. Zarzal está compuesto por 7 corregimientos y en lo financiero, existen más de 6 Instituciones bancarias; cuenta además con una amplia y nueva sede de la Universidad del Valle y una oficina receptora de La Cámara de Comercio desde hace más de veinte años, municipio con una gran incidencia comercial siendo el comercio, el renglón más representativo.

Esta pujante población con un marcado desarrollo comercial en los últimos años, alterna su actividad económica con la agricultura y el cultivo de la caña de azúcar, siendo catalogado como una de las regiones de mayor producción de caña, mientras que el sector agropecuario es el mayor generador de empleo en el municipio seguido de la industria, en donde tienen presencia reconocidas empresas e industrias como el Ingenio Río Paila, la fábrica de dulces Colombina S.A. y Las Lajas entre muchas otras más, importantes empresas generadoras de desarrollo para la región centro y norte del Valle del Cauca.

A continuación se presenta la localización geográfica del municipio.

Figura 4. Localización geográfica del municipio de Zarzal



Fuente: Google Maps, 2020.

La siguiente información se obtuvo directamente de la página web de la Alcaldía Municipal de Zarzal en Valle Del Cauca.

Descripción Física: El Municipio tiene un área de 355,14 Km², conformada principalmente por terreno plano y colinas (262 Km², con clima cálido) perteneciente al Valle geográfico del Río Cauca; al Norte y al Oriente se observan algunos accidentes orográficos de poca elevación que hacen parte del piedemonte (93 Km², clima medio) de la vertiente occidental de la Cordillera Central. Entre estas elevaciones se destacan el cerro de Pan de Azúcar, los altos de La Aurora y Montenegro, la sierra del Salado y la sierra de Zarzal, el cerro de Care perro y la loma de la cruz. Desde el punto de vista hidrográfico, el río Cauca marca el límite occidental del Municipio. A él confluyen las aguas del Río La Paila, de las quebradas Las Cañas y La Honda, de los zanjones Murillo, Las Lajas y Limones y el río La Vieja. La Cabecera Municipal se encuentra situada en los 4°23'34" de latitud norte y 76°04'28" de longitud oeste.

Límites del municipio: Norte: Municipio de la Victoria

Sur: Municipio de Bugalagrande

Occidente: Municipio Roldanillo – Bolívar

Oriente: Municipio de Sevilla

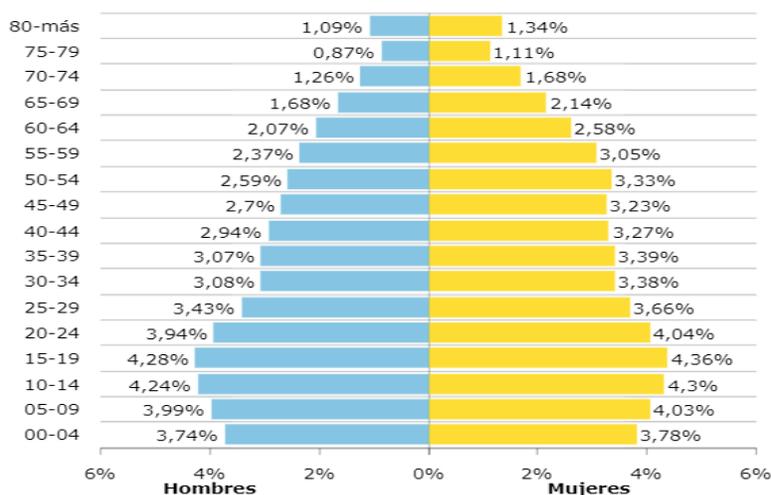
Extensión total: 362 Km2

Altitud de la cabecera municipal: (metros sobre el nivel del mar): 916

Temperatura media: 24° C

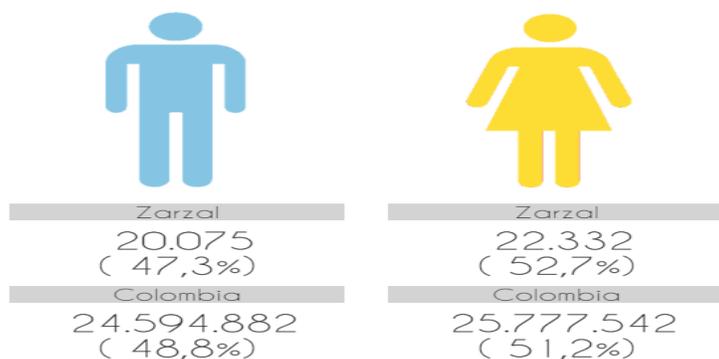
Distancia de referencia: 139 Km de la ciudad de Santiago de Cali

Figura 5. Pirámide poblacional



Fuente: DANE - Censo Nacional de Población y Vivienda – 2018

Imagen 3. Población desagregada por sexo



Fuente: DANE - Censo Nacional de Población y Vivienda - 2018

4.4 MARCO CONCEPTUAL

Para efectos del presente trabajo es necesario conciliar algunos conceptos:

Pandemia

Se llama pandemia a la propagación mundial de una nueva enfermedad. (Organización Mundial de la Salud. OMS, 2010)

Trabajo

El trabajo, según el código sustantivo del trabajo (1951)

Es toda actividad humana libre, ya sea material o intelectual, permanente o transitoria, que una persona natural ejecuta conscientemente al servicio de otra, y cualquiera que sea su finalidad, siempre que se efectúe en ejecución de un contrato de trabajo

Así mismo La resolución 2646 (2008) menciona que el trabajo es

Toda actividad humana remunerada o no, dedicada a la producción, comercialización, transformación, venta o distribución de bienes o servicios y/o conocimientos, que una persona ejecuta en forma independiente o al servicio de otra persona natural o jurídica

Trabajador

Toda persona que desempeña una actividad laboral por cuenta ajena remunerada, incluidos los trabajadores independientes o por cuenta propia y los trabajadores de las instituciones públicas. (Código sustantivo del trabajo, 1951)

Economía

Economía es el estudio de cómo las sociedades utilizan recursos escasos para producir bienes valiosos y distribuirlos entre diferentes personas. (Samuelson & Nordhous, 2013)

Supermercado

Es un establecimiento que tiene como principal finalidad acercar a los consumidores una importante variedad de productos de diversas marcas, precios y estilos. El supermercado se organiza en términos físicos a través de la división del espacio en góndolas o estanterías en las cuales se disponen la mercancía de acuerdo con cierto orden (bebidas, alimentos frescos, golosinas, panificados, de limpieza, de farmacia, verduras, frutas y los propios de la marca del almacén). El objetivo de esta disposición es que los

consumidores puedan recorrer los diferentes pasillos de manera libre para seleccionar los de su preferencia; también se puede de esta manera comparar precios, tamaños y cantidades de los diferentes productos ofrecidos. (Código sustantivo del trabajo, 1951)

Trabajador Independiente

El concepto más amplio y general de trabajador independiente, es la persona que trabaja por cuenta propia sin estar vinculada con un contrato de trabajo. (Código sustantivo del trabajo, 1951)

Es el caso del trabajador que es contratado mediante un contrato de prestación de servicios, como un asesor o consultor, o que labora de forma independiente como un electricista, plomero, etc. Incluso el concepto de trabajador independiente incluye a quienes son comerciantes independientes, sin constituir una persona jurídica como quien tiene una boutique o una peluquería en un barrio.

Tienda

Es un tipo de establecimiento comercial en el cual la gente compra bienes o servicios a cambio del desembolso de una determinada cantidad de dinero, es decir, del valor monetario con el cual el producto o servicio ha sido asignado. La venta en estos establecimientos es al menor generalmente, es decir, se venden los productos por unidad y no es necesario como sucede en la venta al por mayor comprar grandes cantidades de un producto para poder adquirir allí. (Código sustantivo del trabajo, 1951)

Producto

Conjunto de atributos (características, funciones, beneficios y usos) que le dan la capacidad para ser intercambiado o usado. Usualmente, es una combinación de aspectos tangibles e intangibles. Así, un producto puede ser una idea, una entidad física (un bien), un servicio o cualquier combinación de los tres. El producto existe para propósitos de intercambio y para la satisfacción de objetivos individuales y organizacionales. (Código sustantivo del trabajo, 1951)

Inventario

Conjunto de elementos ordenados y registrados con una determinada finalidad. En general un inventario tiene estrecha relación con el área comercial, en donde se hace necesaria una clasificación de la mercadería y de los precios a los que esta fue adquirida.

En otros casos puede remitir también a un conjunto de recursos para llevar a cabo una actividad, como por ejemplo una biblioteca. Cualquiera sea el caso, un inventario suele requerir un registro pormenorizado a efectos de lograr encontrar cada elemento del modo más fácil posible, como así también poder registrar un historial con respecto a éste. (Código sustantivo del trabajo, 1951)

Solicitud de compra

Se refiere a un pedido que alguien realiza con el objetivo de adquirir un bien. Es habitual que el concepto se utilice a nivel interno de una corporación, cuando un cierto sector solicita al responsable de las compras que adquiera determinados productos. (Samuelson & Nordhous, 2013)

Bioseguridad

Es un conjunto de normas y medidas para proteger la salud del personal, frente a riesgos biológicos, químicos y físicos a los que está expuesto en el desempeño de sus funciones, también a los pacientes y al medio ambiente. (Organización mundial de la salud OMS, 2005)

Contrato de trabajo

Es aquel por el cual una persona natural se obliga a prestar un servicio personal a otra persona, natural o jurídica, bajo la continuada dependencia o subordinación de la segunda y mediante remuneración.

Quien presta el servicio se denomina trabajador, quien lo recibe y remunera, empleador, y la remuneración, cualquiera que sea su forma, salario. (Código sustantivo del trabajo, 1951)

Mercadeo

Según Kotler, Kartajaya, & Setiawan (2018) el mercadeo consiste en un proceso administrativo y social gracias al cual determinados grupos o individuos obtienen lo que necesitan o desean a través del intercambio de productos o servicios.

Mercaderista

Se le denomina mercaderista a aquellas personas que realiza las labores de demostración de bienes y servicios en establecimientos comerciales generalmente de consumo masivo; acopian información en forma directa o utilizando medios informáticos.

Es una vendedora o promotora encargada de promover y promocionar en un almacén o supermercado un producto determinado. (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2018)

Funciones que desarrolla el mercaderista

- Organizar y exhibir mercancías en establecimientos comerciales.
- Dar a conocer las características, beneficios y precios de los productos.
- Preparar algún tipo de alimentos para ejecutar la promoción, muestreo o degustación.
- Demostrar el funcionamiento y uso de productos.
- Contactar telefónicamente o por medios electrónicos personas y negocios e impulsar la venta de bienes y servicios; investigar o verificar la información
- Visitar establecimientos comerciales para promocionar productos o servicios.
- Elaborar inventarios.
- Hacer pedidos.
- Realizar informes de ventas diarias en los diferentes puntos que tiene bajo su responsabilidad.

Tipo de contratación

Contrato de Obra o labor

El contrato es por una labor específica y termina en el momento que la obra llegue a su fin. Este tipo de vinculación es característica de trabajos de construcción y de universidades y colegios con profesores de cátedra, que cumplen su labor una vez haya terminado el periodo académico. Este contrato es igual en términos de beneficios y descuentos a los contratos indefinidos y definidos, por ser un contrato laboral. (Código sustantivo del trabajo, 1951)

Contrato a Término Indefinido

El contrato a término indefinido es aquel que no tiene estipulada una fecha de terminación de la obligación entre el empleado y el empleador, cuya duración no está determinada por la de la obra o la naturaleza de la labor contratada, o no se refiera de manera explícita a un trabajo ocasional o transitorio. Puede hacerse por escrito o de forma verbal. (Código sustantivo del trabajo, 1951)

Contratación por Cooperativa

Una cooperativa de trabajo asociado tiene como objetivo propender por el bienestar laboral y económico de sus asociados, y deben ser ellos quienes desarrollen y se beneficien de las actividades propias de la cooperativa, por consiguiente, se hace énfasis en que las labores que desarrolle una cooperativa sólo pueden ser desempeñadas por los asociados de esta.

Igualmente es posible contratar personal ajeno cuando es necesario reemplazar a algún asociado que por alguna razón no pueda desarrollar su actividad, siempre y cuando esta posibilidad esté contemplada en los respectivos estatutos.

Otra excepción que permite contratar personal externo es en el caso en que la cooperativa requiera desarrollar actividades especializadas y entre los asociados no existan personas con la suficiente capacidad y habilidad para desarrollarlas.

Los mercaderistas en su gran mayoría están contratados por cooperativa, son muy pocos los empleados que la empresa vincula directamente. (Decreto 1072, 2015)

4.5 MARCO LEGAL

Tabla 2. Marco Legal

Legislación Que Aplica A Los Mercaderistas									
TIPO DE NORMA					EXPEDIDO POR	No	FECHA DE EXP.	DESCRIPCIÓN NORMA	ARTÍCULOS
LEY	ACDO.	RES.	DEC.	SENT.					
			X		Congreso de la República de Colombia	2663	Agosto 5 de 1950	Sobre el trabajo	<p>ARTICULO 1°. OBJETO. La finalidad primordial de este Código es la de lograr la justicia en las relaciones que surgen entre empleadores y trabajadores, dentro de un espíritu de coordinación económica y equilibrio social.</p> <p>ARTICULO 2°. APLICACION TERRITORIAL. El presente Código rige en todo el territorio de la República para todos sus habitantes, sin consideración a su nacionalidad.</p> <p>ARTICULO 3°. RELACIONES QUE REGULA. El presente Código regula las relaciones de derecho individual del Trabajo de carácter particular, y las de derecho</p>

									colectivo del Trabajo, oficiales y particulares.
X					Congreso de la República de Colombia	1700	Diciembre 27 de 2013	Sobre mercadeo	ARTÍCULO 1o. OBJETO. La presente ley tiene por objeto regular el desarrollo y el ejercicio de las actividades de mercadeo denominadas multinivel incluyendo, entre otros, el mercadeo en red en cualquiera de sus formas, de acuerdo con el artículo siguiente.
									Al ejercer su potestad reglamentaria respecto de la presente ley, el Gobierno buscará preservar los siguientes objetivos: la transparencia en las actividades multinivel; la buena fe; la defensa de los derechos de las personas que participen en la venta y distribución de los bienes o servicios que se comercializan bajo este método y de los consumidores que los adquieran; la protección del ahorro del público y, en general, la defensa del interés público.
									ARTICULO 2°. Se entenderá que constituye actividad multinivel, toda actividad organizada de mercadeo, de promoción, o de ventas, en la

									que confluyan los siguientes elementos:
									1. La búsqueda o la incorporación de personas naturales, para que estas a su vez incorporen a otras personas naturales, con el fin último de vender determinados bienes o servicios.
									2. El pago, o la obtención de compensaciones u otros beneficios de cualquier índole, por la venta de bienes y servicios a través de las personas incorporadas, y/o las ganancias a través de descuentos sobre el precio de venta.
									3. La coordinación, dentro de una misma red comercial, de las personas incorporadas para la respectiva actividad multinivel.
									PARÁGRAFO 1o. Las compañías que ofrezcan bienes o servicios en Colombia a través del mercadeo multinivel deberán establecerse con el lleno de los requisitos legales contemplados en la ley vigente y tener como mínimo una oficina abierta al público de manera permanente. En los casos en que
X					Congreso de la República de Colombia	1700	Diciembre 27 de 2013	Sobre mercadeo	

									esta actividad se realice a través de un representante comercial, este último deberá tener también, como mínimo, una oficina abierta al público de manera permanente y será el responsable del cumplimiento de las normas establecidas en la normativa colombiana para las actividades, productos y servicios ofrecidos.
		X			Congreso de la República de Colombia	385	Marzo 12 de 2020	Sobre la emergencia sanitaria	<p>Artículo 10. Declaratoria de emergencia sanitaria. Declárase la emergencia sanitaria en todo el territorio nacional hasta el 30 de mayo de 2020. Dicha declaratoria podrá finalizar antes de la fecha aquí señalada o cuando desaparezcan las causas que le dieron origen o, si estas persisten o se incrementan, podrá ser prorrogada.</p> <p>Artículo 2°. Medidas sanitarias. Con el objeto de prevenir y controlar la propagación de COVID-19 en el territorio nacional y mitigar sus efectos, se adoptan las siguientes medidas sanitarias:</p>

									<p>2.1. Suspender los eventos con aforo de más de 500 personas. Las autoridades locales tendrán que adelantar las acciones que correspondan para vigilar el cumplimiento de la medida.</p>
									<p>Artículo 3. Plan de contingencia. El Ministerio adoptará el plan de contingencia para responder a la emergencia sanitaria por COVID-19, el cual podrá actualizarse con base en la evolución de la pandemia.</p>
			X		Congreso de la República de Colombia	457	Marzo 22 de 2020	Sobre la pandemia	<p>Artículo 1. Aislamiento. Ordenar el aislamiento preventivo obligatorio de todas las personas habitantes de la República de Colombia, a partir de las cero horas (00:00 a.m.) del día 25 de marzo de 2020, hasta las cero horas (00:00 a.m.) del día 13 de abril de 2020, en el marco de la emergencia sanitaria por causa del Coronavirus COVID-19.</p>
									<p>Para efectos de lograr el efectivo aislamiento preventivo obligatorio se limita totalmente la libre</p>

									<p>circulación de personas y vehículos en el territorio nacional, con las excepciones previstas en el artículo 3 del presente Decreto.</p>
									<p>Artículo 2. Ejecución de la medida de aislamiento. Ordenar a los gobernadores y alcaldes para que, en el marco de sus competencias constitucionales y legales, adopten las instrucciones, actos y órdenes necesarias para la debida ejecución de la medida de aislamiento preventivo obligatorio de todas las personas habitantes de la República de Colombia, ordenada en el artículo anterior.</p>

Fuente: Elaboración propia, 2021.

5 DISEÑO DEL METODO DE INVESTIGACION

5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Investigación Descriptiva. Busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, buscando especificar propiedades y rasgos importantes de cualquier evento que se analice. Describe tendencias de un grupo o población.

El presente trabajo de investigación “¿Cómo la pandemia del COVID – 19 ha afectado la parte económica de los mercaderistas del municipio de Zarzal, Valle de Cauca?” en la modalidad de monografía, donde el tipo de indagación utilizado es el descriptivo, debido a que se va a analizar como realiza su trabajo los mercaderistas en los diferentes puntos que tiene que visitar, como ha sido el cambio respecto a la nueva pandemia y de que manera ha afectado su economía y la de su entorno.

5.2 MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

Enfoque Cuantitativo. Se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado, una serie de postulados que expresen relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva. Este método tiende a generalizar y normalizar resultados.

Por naturaleza es una investigación cuantitativa, busca analizar el problema, mediante la recolección y análisis de datos, para estudiar la situación que se vive actualmente con la pandemia y la repercusión en el entorno social y lo económico de los mercaderistas.

5.3 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.

La encuesta. Se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas.

Tipo de encuesta según su objetivo:

Encuestas descriptivas: estas encuestas buscan crear un registro sobre las actitudes o condiciones presentes dentro de una población en un momento determinado, es decir, en el momento en el que se realiza la encuesta.

Para esta investigación se eligió la encuesta online y personal con el propósito de conocer las dificultades que afrontan las mercaderistas en su vida laboral y cotidiana y como por motivo de la pandemia han tenido dificultades y retos por afrontar.

Revisión documental. Son los documentos, materiales y artefactos diversos que ayudan a entender el fenómeno central de estudio; además sirven al investigador para conocer los antecedentes de un ambiente, así como las vivencias o situaciones que se producen en él y su funcionamiento cotidiano o anormal que pueda ser constatado frente al problema de investigación.

Se pretende recoger información de artículos científicos, artículos en periódicos, análisis, políticos sobre la pandemia en todo el mundo y en Colombia, los decretos nacionales que han impuesto.

5.4 TEORÍAS DE LA ADMINISTRACIÓN

Teoría humanista. El representante es Mayo (1932) elaboró esta teoría desde una perspectiva conductista con enfoque en las relaciones humanas. Se basa en la organización informal, aquella que subyace por fuera de la organización formal. Considera al trabajador un hombre social, y las aportaciones es que estudia a la organización como grupos de personas, la delegación plena de la autoridad, la autonomía del trabajador, la importancia del contenido del cargo, las recompensas y sanciones sociales, el nivel de producción depende de la integración social. Los incentivos principales del trabajador son los sociales y los simbólicos. Los resultados son la eficiencia óptima.

La teoría de la administración al ser una perspectiva distinta de la gestión, basada en la idea de las necesidades y los valores humanos, donde las personas son importantes para que una organización consiga sus objetivos y funcione de manera adecuada, es aplicable a este trabajo de investigación puesto que el mercaderista es una parte fundamental para la eficiencia económica de la empresa; al ser la persona que hace llegar los productos al cliente final utilizando sus conocimiento en mercadeo.

En esta teoría, los empleados son vistos como personas con necesidades complejas y un deseo de realizar tareas diarias que sean significativas y variadas y no solo como activos económicos valorados principalmente por su productividad.

Teoría neoclásica. Esta teoría fue elaborada por Drucker (1954) bajo la perspectiva metodológica. Considera a la organización formal y a la informal. Para Drucker la organización es un sistema social con objetivos por alcanzar racionalmente. Los aportes de esta teoría es que les asigna alta jerarquía a los conceptos clásicos de estructura, autoridad y responsabilidad. Además, incorpora otros enfoques teóricos como la dinámica de grupos, la organización informal, la comunicación interpersonal y la apertura hacia una dirección democrática. Los objetivos organizacionales son la integración entre objetivos individuales de los trabajadores con los objetivos organizacionales.

Esta teoría neoclásica se adapta al trabajo de investigación por que consiste en orientar, dirigir y controlar los esfuerzos de un grupo de individuos para lograr un objetivo en común. Aplica a los mercaderistas porque son un grupo de empleados que trabajan por unas metas en común: mejorar las ventas de la empresa y darle publicidad al producto. El mercado es el mecanismo general de coordinación de la actividad económica mediante las leyes de la oferta y la demanda que determinan el precio de los bienes y servicios producidos

5.5 POBLACION

Antes de calcular el tamaño de la muestra necesitamos determinar varias cosas:

Tamaño de la población. Una población es una colección bien definida de objetos o individuos que tienen características similares. Hablamos de dos tipos: población objetivo, que suele tiene diversas características y también es conocida como la población teórica. La población accesible es la población sobre la que los investigadores aplicaran sus conclusiones.

Margen de error (intervalo de confianza). El margen de error es una estadística que expresa la cantidad de error de muestreo aleatorio en los resultados de una encuesta, es decir, es la medida estadística del número de veces de cada 100 que se espera que los resultados se encuentren dentro de un rango específico.

Nivel de confianza. Son intervalos aleatorios que se usan para acotar un valor con una determinada probabilidad alta. Por ejemplo, un intervalo de confianza de 95% significa que los resultados de una acción probablemente cubrirán las expectativas el 95% de las veces.

La desviación estándar. Es un índice numérico de la dispersión de un conjunto de datos (o población). Mientras mayor es la desviación estándar, mayor es la dispersión de la población.

Cálculo del tamaño de la muestra conociendo el tamaño de la población

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la población es la siguiente:

En donde, N = tamaño de la población Z = nivel de confianza, P = probabilidad de éxito, o proporción esperada Q = probabilidad de fracaso D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción).

$$n = \frac{37*1.96^2*0.5*0.5}{0.05^2*(37-1)+1.96^2*0.5*0.5} = 33.82 \approx 34 =$$

Por medio de la anterior formula (Cálculo del tamaño de la muestra conociendo el tamaño de la población) se logra determinar que el tamaño de la muestra es de 34 personas, las cuales fueron encuestadas.

6 OBJETO DE ESTUDIO

Mercaderista es aquella persona que realiza las labores de demostración de bienes y servicios en establecimientos comerciales generalmente de consumo masivo; acopian información en forma directa o utilizando medios informáticos. Su objetivo es exhibir en forma ordenada la mayor cantidad de mercancía, de todas las referencias anunciadas por la firma representada; tomando en cuenta los reglamentos y sugerencias del establecimiento.

En el municipio de Zarzal - Valle del Cauca se realizó la investigación con 37 mercaderistas. Que desarrollan sus actividades de trabajo en:

Tabla 3. Distribución por supermercado.

Supermercado	N° de mercaderistas que rotan por supermercado
Súper Tiendas Cañaveral	33
Olímpica	24
Súper Inter	20
Merkmax	10

Fuente: Elaboración propia, 2021

Entre las empresas para las que trabajan se encuentran:

Tabla 4. Empresas.

Empresa	N° de mercaderistas que visitan el municipio de Zarzal	Productos que mercadean
Mamipan	1	Pan, tostadas, ponqué.
Alival	1	Leche, derivados de lácteos, bebidas refrescantes, atún, agua embotellada.
Nutresa	1	Galletas, café, pastas, chocolatería, enlatados.
Alpina	1	Leche, derivados lácteos.
Grupo Familia	1	Papel higiénico, toallas femeninas, tampones, servilletas.
Comapan	1	Pan, tostadas, ponquecitos.
Colanta	2	Leche, derivados lácteos, carnes frías.
Roa	1	Arroz.
Nestlé	1	Leche en polvo, galletas, cereal, café, chocolate, comida de bebe, condimentos.
Parmalat	1	Leche líquida y en polvo, derivados lácteos.

Bucanero	1	Pollo.
Postobón	1	Bebidas gaseosas, bebidas refrescantes, agua embotellada.
Babaría	1	Cerveza, agua embotellada, bebidas gaseosas.
Coca Cola	1	Bebidas gaseosas, agua embotellada, bebidas refrescantes
Casa Luker	1	Chocolate, café, snacks, productos de cuidado e higiene y aseo hogar.
Colgate - Palmolive	1	Crema dental, cepillos de dientes, jabones, desodorantes.
Johnson y Johnson	1	Shampoo, crema para el cuerpo, talco, protector solar, cuidado de bebe, cuidado del rostro.
Dersa	1	Jabón en polvo, líquido y barra, productos aseo hogar y personal.
Azul-K	1	Jabón en polvo, líquido y barra, productos aseo hogar.
Águila Roja	1	Café.
Arroz Diana	1	Arroz, aceite de cocina.
Kimberly Clark	1	Papal higiénico, pañales, pañuelos, toallas femeninas
Tecnoquímicas	1	Pañales, pañitos, alcohol, copitos, desodorante, desechables para adultos.
Quala	1	Bebidas energéticas, gelatina en polvo, refrescos en polvo.
Comestibles Colombia	1	Papas fritas, rosquillas, platanitos.
Bimbo	1	Pan, tostadas, ponquesitos, arepas.
Licores del Valle	1	Aguardiente, ron.
Mac Pollo	1	Pollo.
Zenú	1	Salchichas, mortadela, salchichón, alimentos enlatados.
Casa Grajales	1	Vino, champaña, crema de whisky.
Riopaila Castilla	1	Azúcar.
Brinsa (Refisal)	1	Sal.
JGB	1	Algodón, crema dental, alcohol, suplementos alimenticios.
La granja Paisa	1	Condimentos y especias
Colombina	1	Dulces, chocolatería, salsas.
Unilever	1	Cuidado personal, aseo hogar, sopas instantáneas.

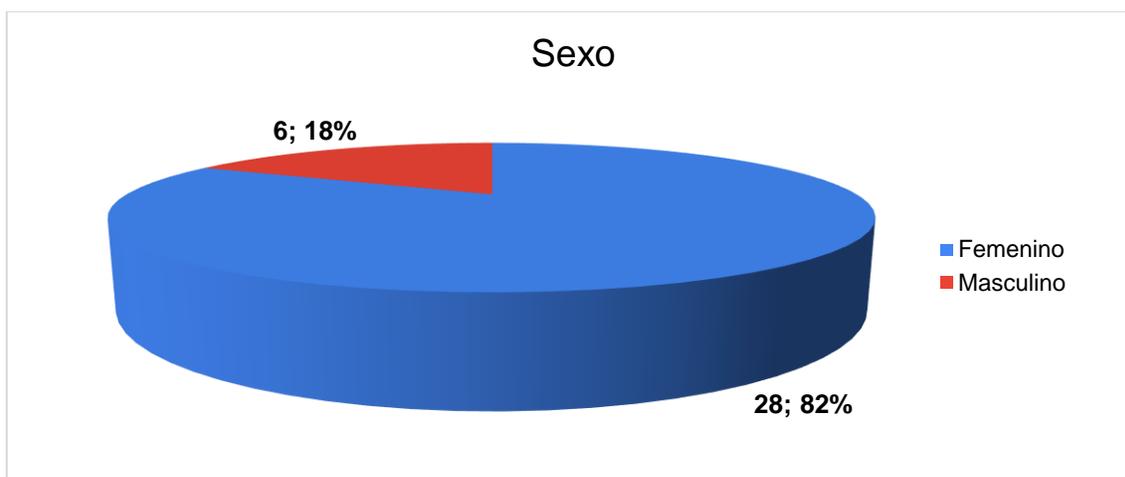
Fuente: Elaboración propia, 2021

7 OBJETIVO 1

Señalar de qué manera la pandemia del Covid-19 ha afectado los mercados del municipio de Zarzal, Valle del Cauca y de qué manera ha limitado a los mercaderistas.

Las encuestas se realizaron a 34 mercaderistas en el municipio de Zarzal – Valle del Cauca, de manera virtual y presencial por medio de Google formularios entre Septiembre y Octubre de 2020.

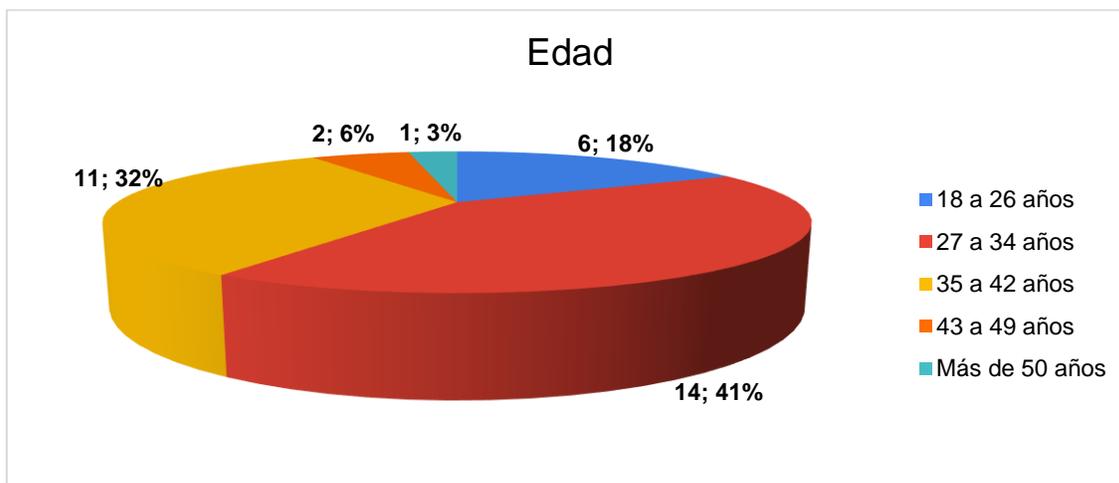
Figura 6. Sexo



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio de Zarzal El 82% son de sexo Femenino y el 18% son de sexo Masculino.

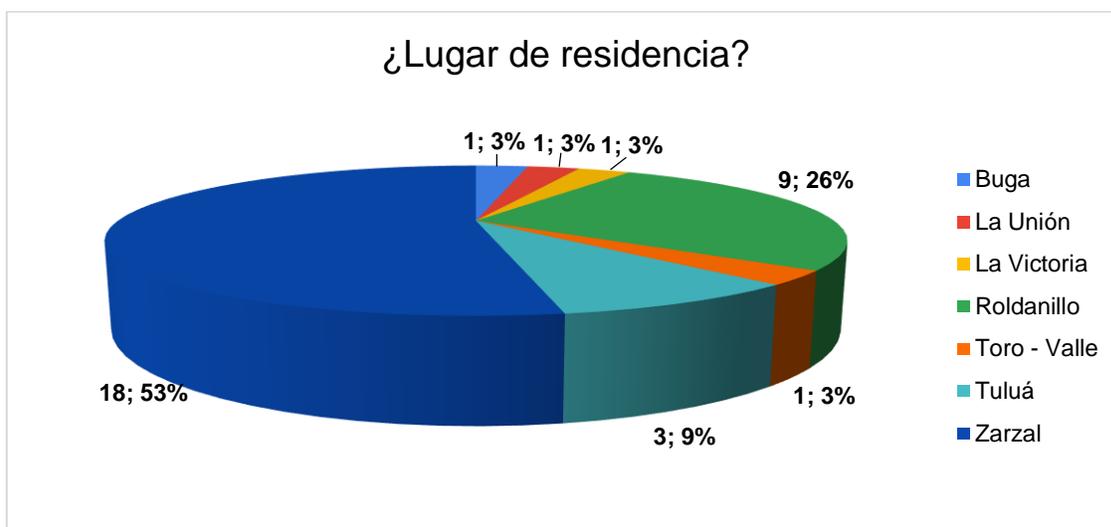
Figura 7. Edad



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio de Zarzal el 41% está entre 27 a 34 años, el 32% está entre 35 a 42 años, el 18% está entre 18 a 26 años, el 6% entre 43 a 49 años y el 3% tiene más de 50 años. El 73% de los mercaderistas que visitan el municipio de Zarzal esta entre 27 y 42 años.

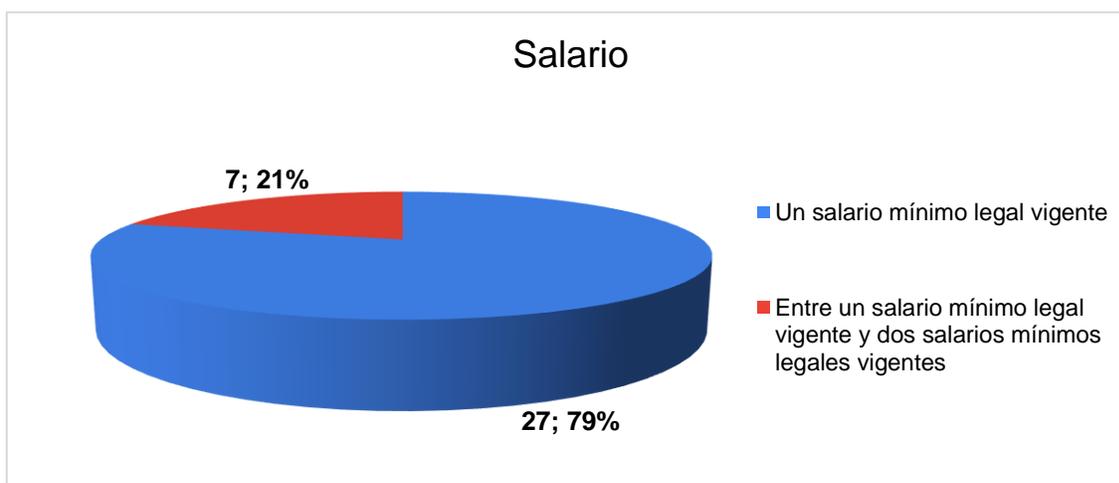
Figura 8. Lugar de residencia



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio de Zarzal el 53% vive en Zarzal, el 26% vive en Roldanillo, el 9% vive en Tuluá, el 3% vive en Buga, el 3% vive en la Unión, el 3% vive en la Victoria y el otro 3% vive en Toro.

Figura 9. Salario



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio de Zarzal el 79% devenga un salario mínimo legal vigente, el 21% devenga entre un salario mínimo legal vigente y dos salarios mínimos legales vigentes.

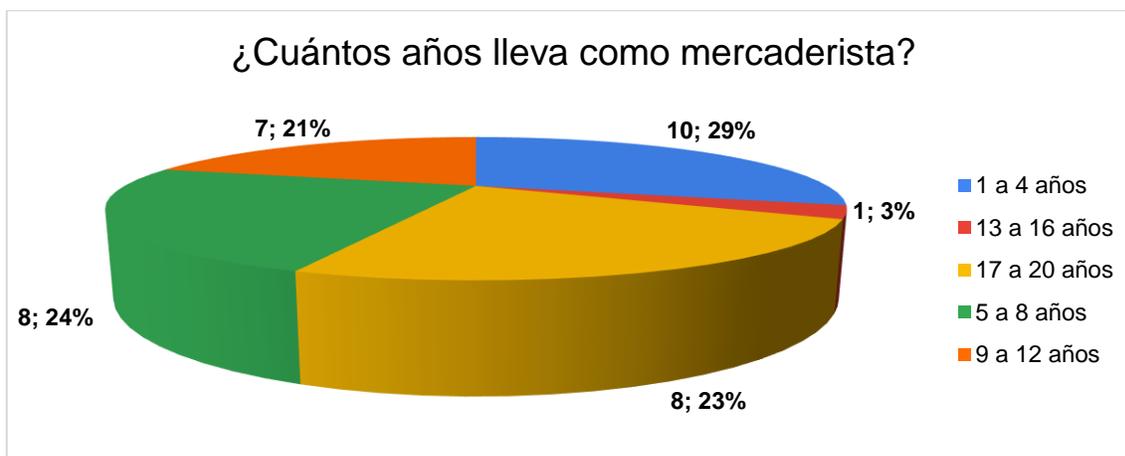
Figura 10. ¿Si usted cumple la meta asignada al mes recibe bonificación como parte de su salario?



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio de Zarzal el 53% recibe bonificación como parte de su salario y el 47% no recibe bonificación como parte de su salario.

Figura 11. ¿Cuántos años lleva como mercaderista?



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio de Zarzal el 29% lleva como mercaderista de 1 a 4 años, el 24 % de 5 a 8 años, el 23% de 17 a 20 años, y el 21% de 9 a 12 años y el 3% de 13 a 26 años.

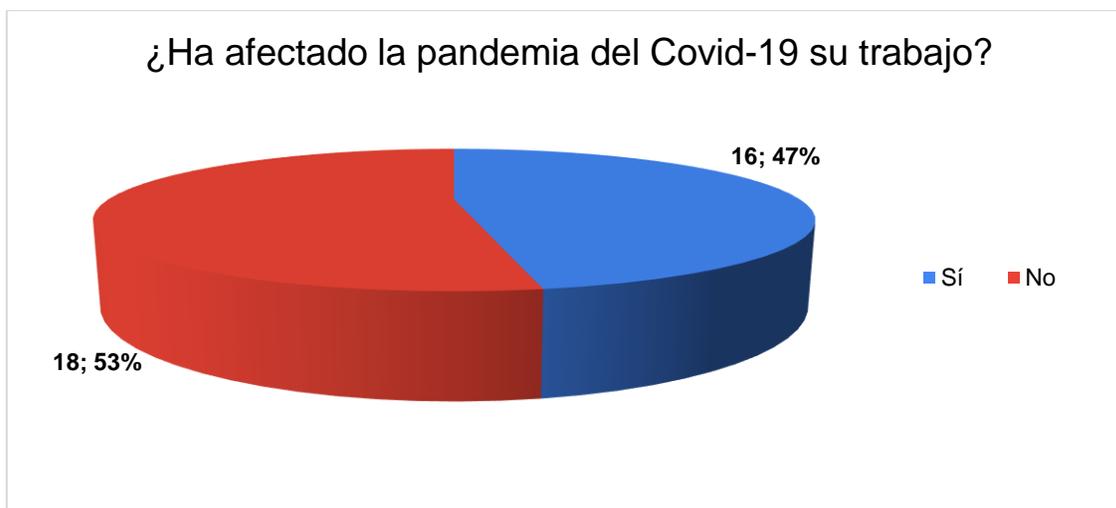
Figura 12. ¿Cuántos años lleva en la empresa donde labora?



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio de Zarzal el 53% lleva en su actual empresa de 1 a 4 años, el 29 % de 5 a 8 años, el 9% de 9 a 12 años, el 6% de 17 a 20 años y el 3% de 13 a 26 años.

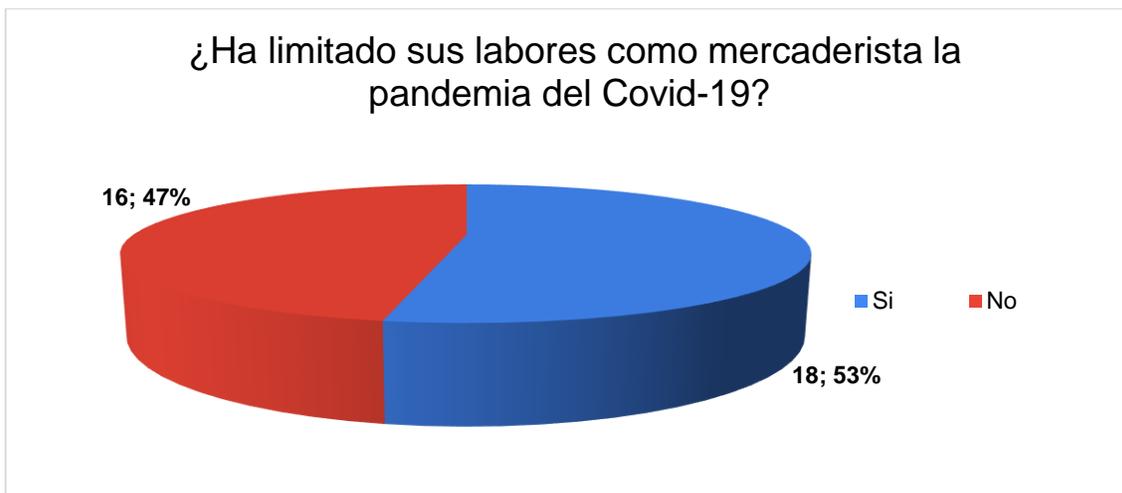
Figura 13. ¿Ha afectado la pandemia del Covid-19 su trabajo?



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los Mercaderistas del municipio de Zarzal el 47% dijo que la pandemia Covid-19 afecto su trabajo y el 53% de los Mercaderistas dijo que no ha afectado su trabajo.

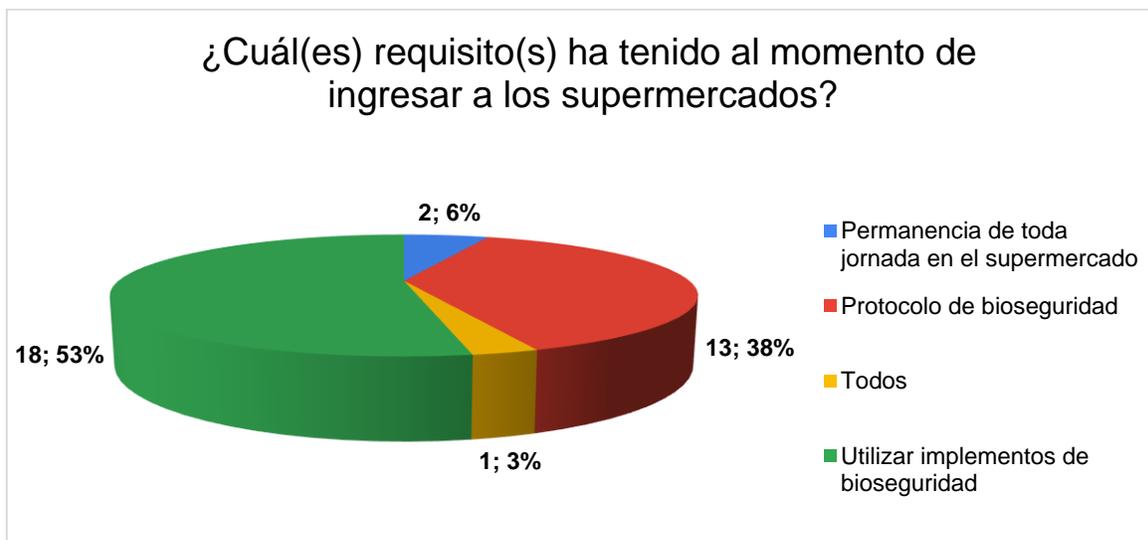
Figura 14. ¿Ha limitado sus labores como mercaderista la pandemia del Covid-19?



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio Zarzal el 53% contestó que la pandemia del Covid-19 si ha limitado sus labores y el 47% de los mercaderistas dijo que no ha limitado sus labores.

Figura 15. ¿Cuál(es) requisito(s) ha tenido al momento de ingresar a los supermercados?



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio de Zarzal el 53% contestó que tiene como requisito utilizar implementos de bioseguridad, el 38% tiene como requisito protocolo de

bioseguridad, el 6% tiene como requisito para ingresar al supermercado permanencia de toda la jornada y el 3% tiene como requisito todos.

Figura 16. ¿Ha disminuido su ruta de trabajo?



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los Mercaderistas del municipio de Zarzal el 32% contestó que su ruta de trabajo ha disminuido y el 68% de los Mercaderistas contestó que no ha disminuido.

Figura 17. ¿Su tiempo de visita a los clientes ha disminuido?



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio de Zarzal El 41% contestó que su tiempo de visita a los clientes ha disminuido y el 59% contestó que no ha disminuido.

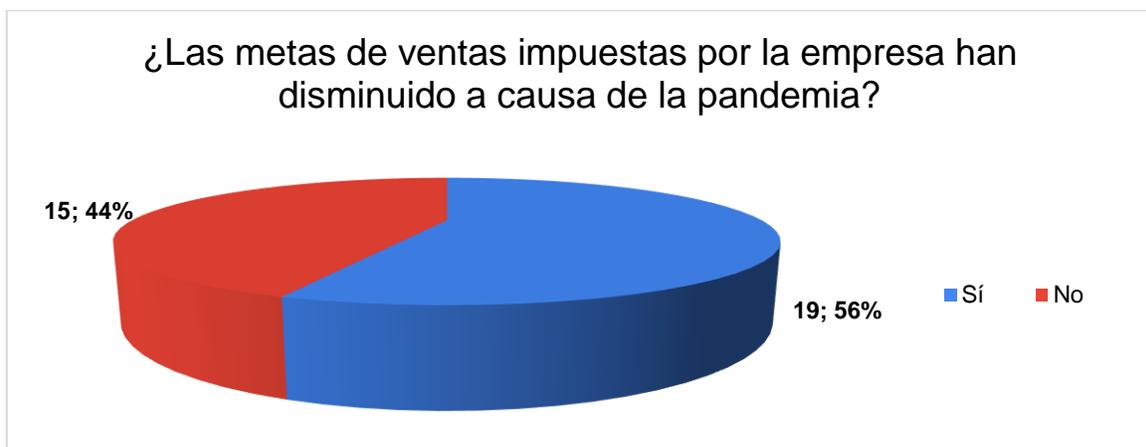
Figura 18. ¿Han disminuido las ventas de sus productos?



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio de Zarzal el 56% contestó que ha disminuido las ventas de sus productos y el 44% de los mercaderistas contestó que no ha disminuido.

Figura 19. ¿Las metas de ventas impuestas por la empresa han disminuido a causa de la pandemia?



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio de Zarzal el 56% contestó que las ventas impuestas por la empresa han disminuido a causa de la pandemia y el 44% contestó que las metas de venta no han disminuido.

Figura 20. ¿Se ha afectado el cumplimiento de metas impuestas por la empresa a causa de la pandemia?



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio de Zarzal el 62% contestó que se ha afectado el cumplimiento de metas impuestas por la empresa a causa de la pandemia y el 38% contestó que no se ha afectado el cumplimiento impuestas por la empresa.

Figura 21. ¿En la cuarenta continúo trabajando?



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio de Zarzal el 82% que visitan el municipio de Zarzal contestó que continúo trabajando en la cuarentena y el 18% contestó que no continúo trabajando en cuarentena.

Figura 22. ¿Ha tenido dificultades con la movilidad para hacer el recorrido?



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio de Zarzal el 41% contestó que ha tenido dificultades con la movilidad para hacer el recorrido y el 59% contestó que no ha tenido dificultades con la movilidad para hacer el recorrido.

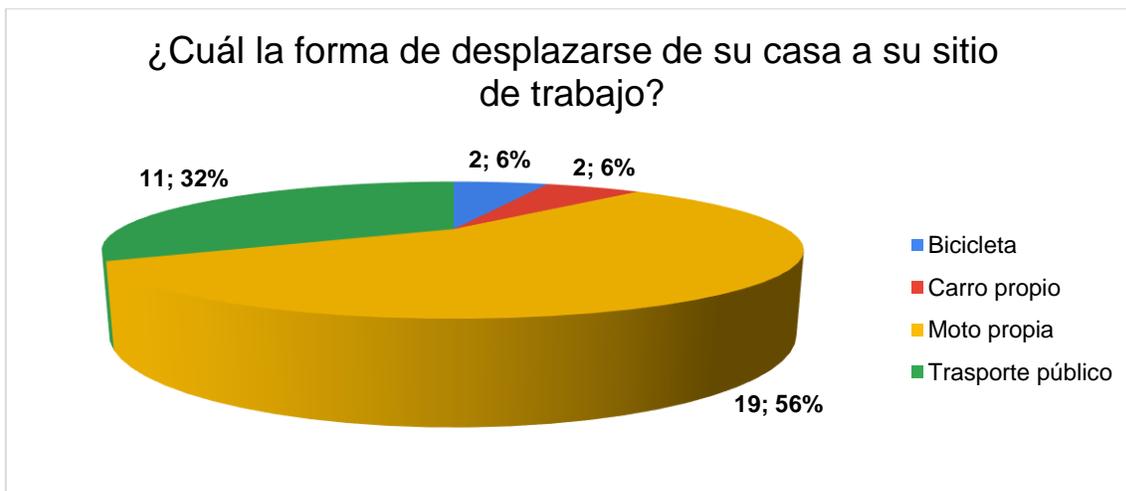
Figura 23. ¿Se ha disminuido su salario por causa de la pandemia?



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas de Zarzal el 35% contestó que se ha disminuido su salario por causa de la pandemia y el 65% contestó que no se ha disminuido su salario por causa de la pandemia.

Figura 24. ¿Cuál la forma de desplazarse de su casa a su sitio de trabajo?



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio de Zarzal el 56% en moto propia, el 32% en transporte público, el 6% se desplazan en bicicleta y el 6% en carro.

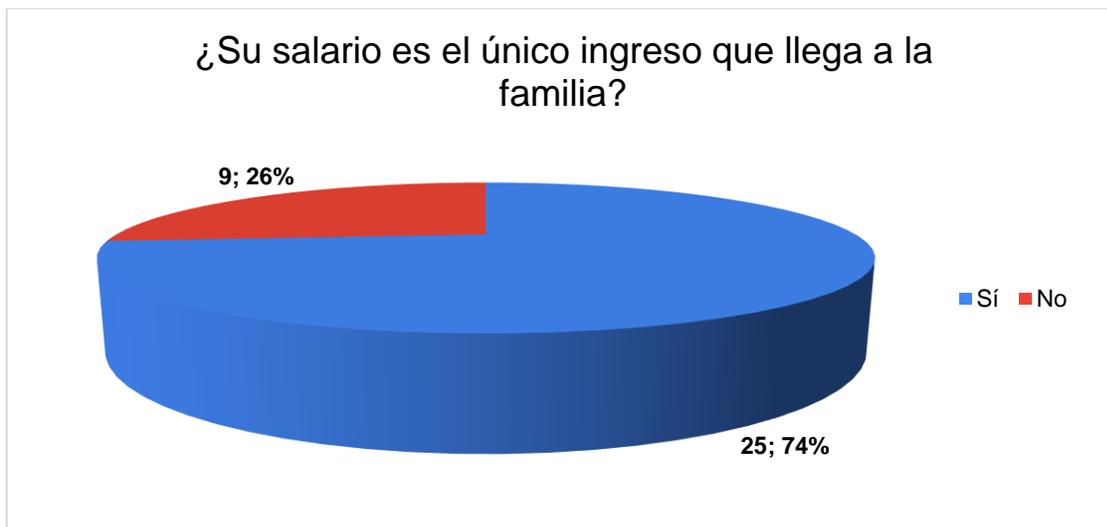
Figura 25. ¿Le siguieron pagando su seguridad social?



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio de Zarzal el 91% contestó que le siguieron pagando su seguridad social y el 9% contestó que no le siguieron pagando su seguridad social.

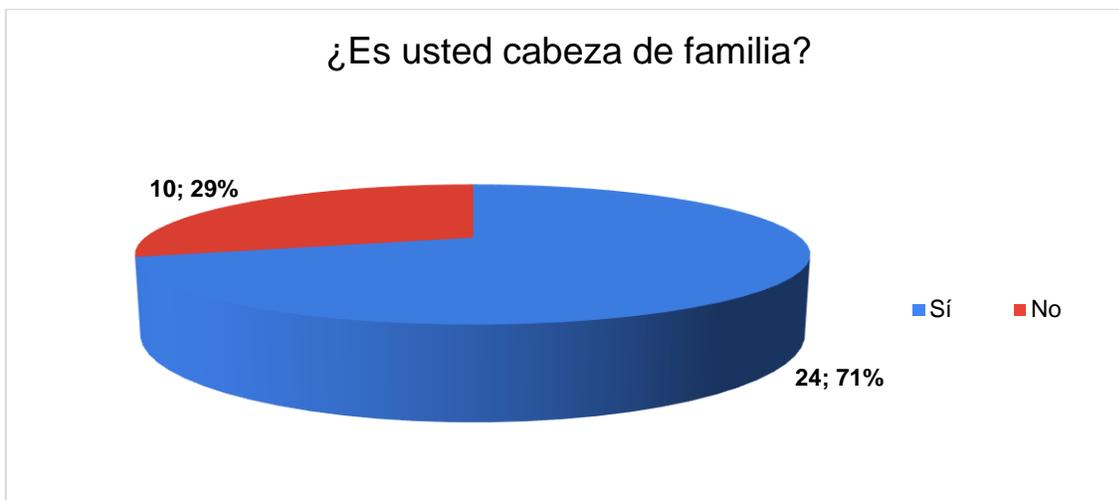
Figura 26. ¿Su salario es el único ingreso que llega a la familia?



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio de Zarzal el 74% contestó que su salario es el único ingreso que llega a la familia y el 26% contestó que no es el único ingreso que llega a la familia.

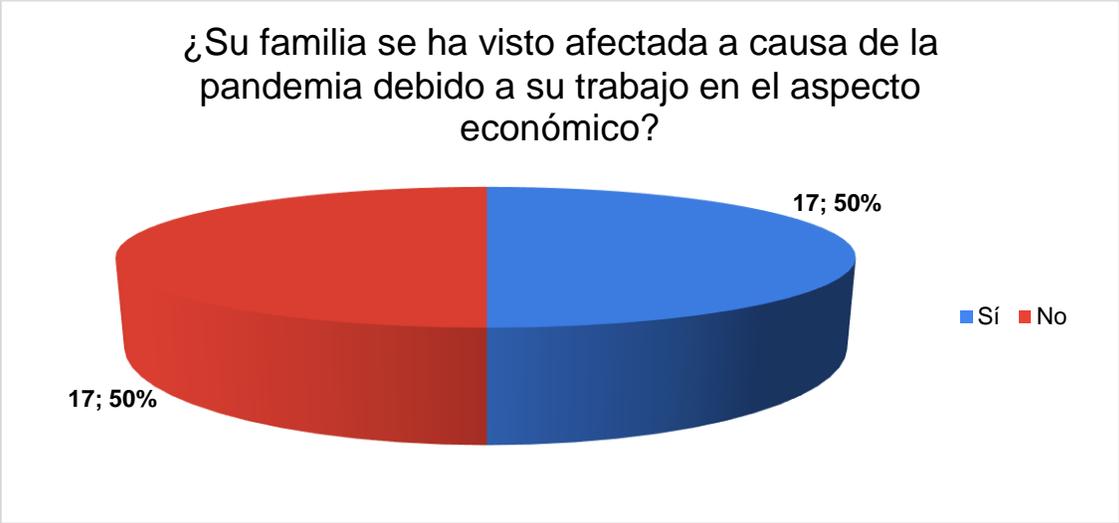
Figura 27. ¿Es usted cabeza de familia?



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio de Zarzal el 71% contestó que es cabeza de familia y el 29% contestó que no es cabeza de familia.

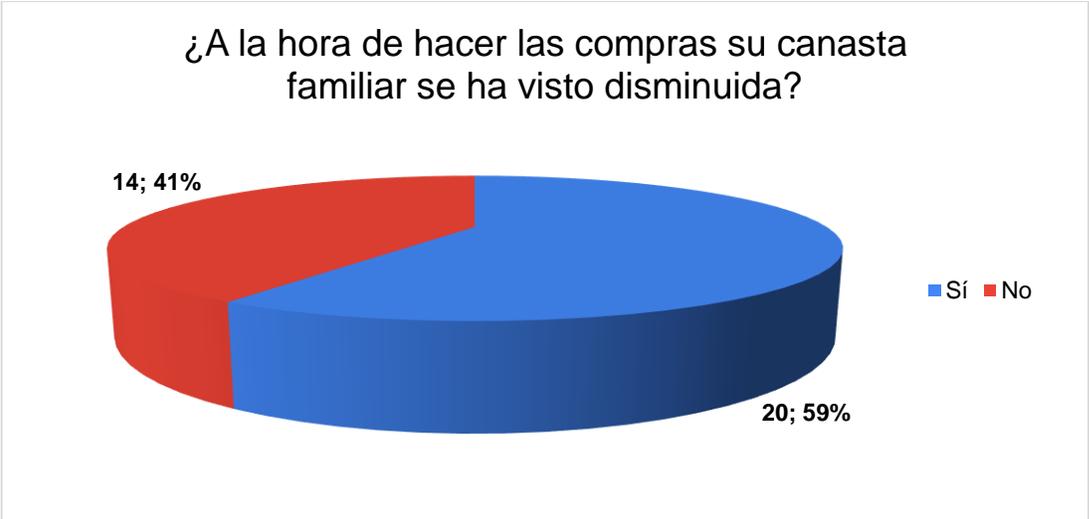
Figura 28. ¿Su familia se ha visto afectada a causa de la pandemia debido a su trabajo en el aspecto económico?



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio de Zarzal el 50% contestó que su familia se ha visto afectada a causa de la pandemia debido a su trabajo en el aspecto económico y el otro 50% contestó que no se ha visto afectada a causa de la pandemia debido a su trabajo en el aspecto económico.

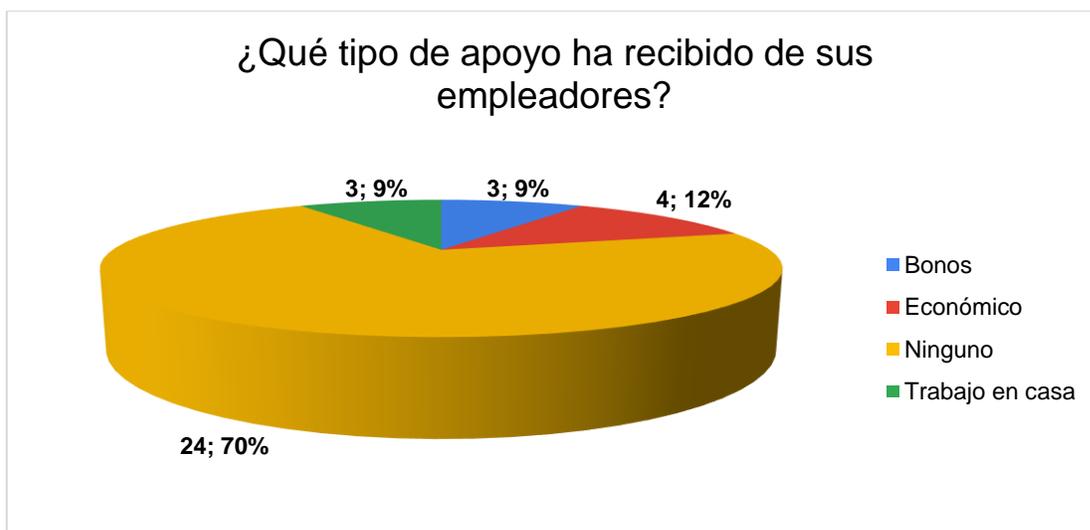
Figura 29. ¿A la hora de hacer las compras su canasta familiar se ha visto disminuida?



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio de Zarzal el 59% contestó que a la hora de hacer las compras su canasta familiar se ha visto disminuida y el 41% contestó que no se ha visto disminuida.

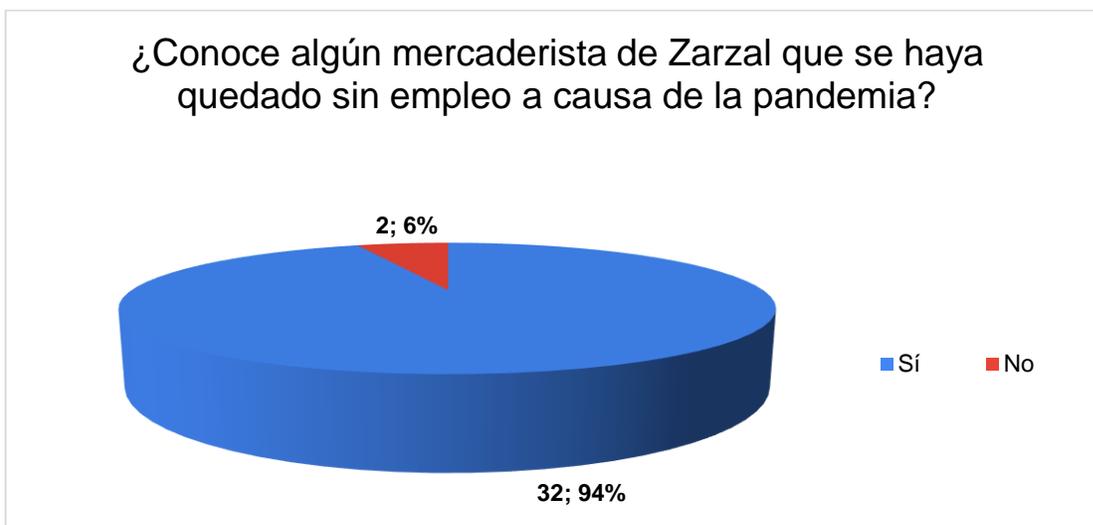
Figura 30. ¿Qué tipo de apoyo ha recibido de sus empleadores?



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio de Zarzal el 70% contestó que no recibió ningún apoyo, el 12% contestó que su apoyo fue económico, el 9% recibió bonos, y el 9% trabajo en casa.

Figura 31. ¿Conoce algún mercaderista de Zarzal que se haya quedado sin empleo a causa de la pandemia?



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio de Zarzal el 94% contestó que conoce algún mercaderista que se haya quedado sin empleo y el 6% contestó que no conoce algún mercaderista que se haya quedado sin empleo.

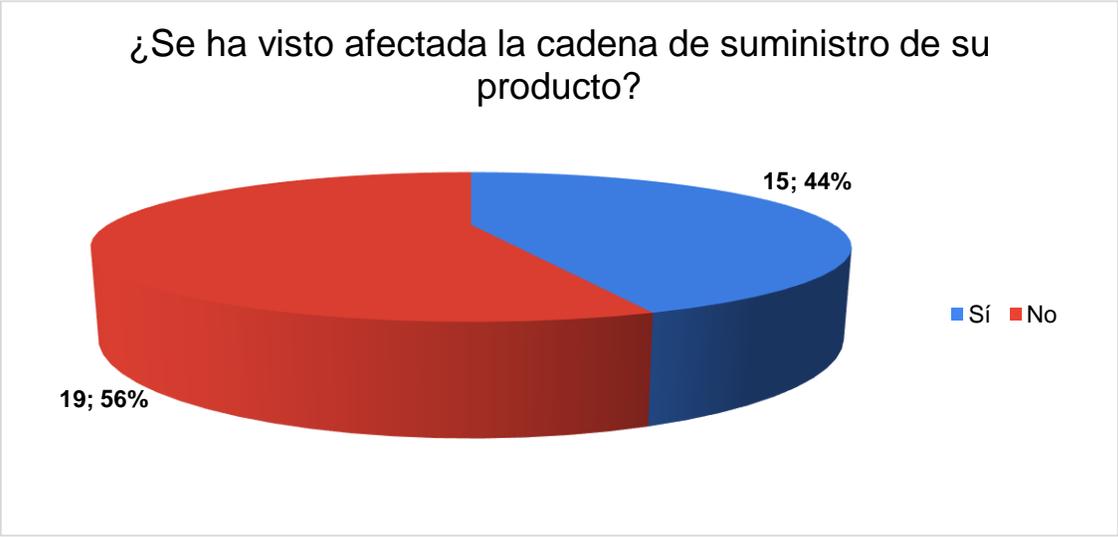
Figura 32. ¿En algún momento de la pandemia sintió en riesgo su empleo?



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio de Zarzal el 50% contestó que sintió en riesgo su empleo, y el otro 50% contestó que no.

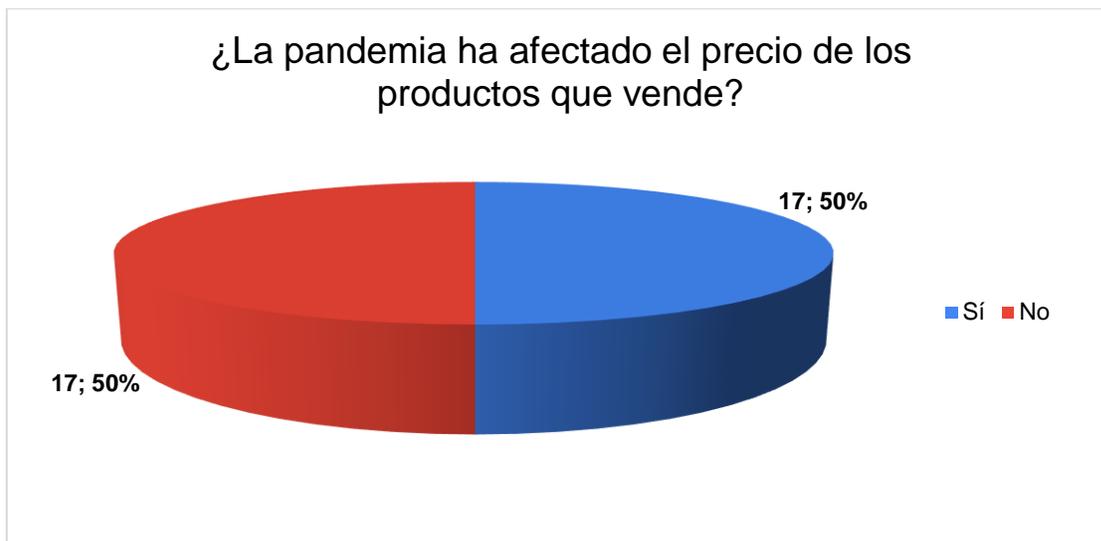
Figura 33. ¿Se ha visto afectada la cadena de suministro de su producto?



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio de Zarzal el 44% contestó que ha visto afectada la cadena de suministro de su producto y el 56% contestó que no.

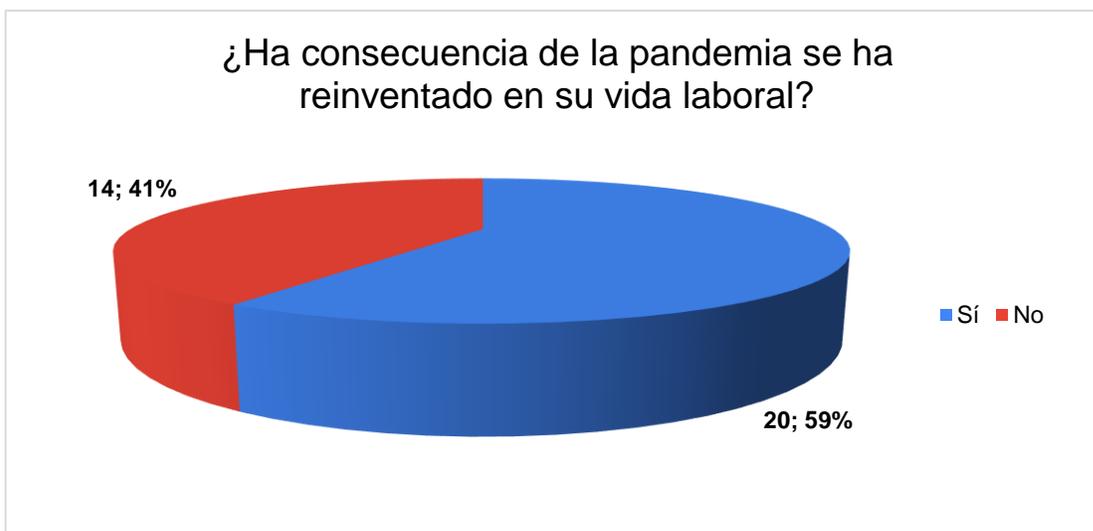
Figura 34. ¿La pandemia ha afectado el precio de los productos que vende?



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio de Zarzal el 50% contestó que la pandemia ha afectado el precio de sus productos y el otro 50% contestó que no.

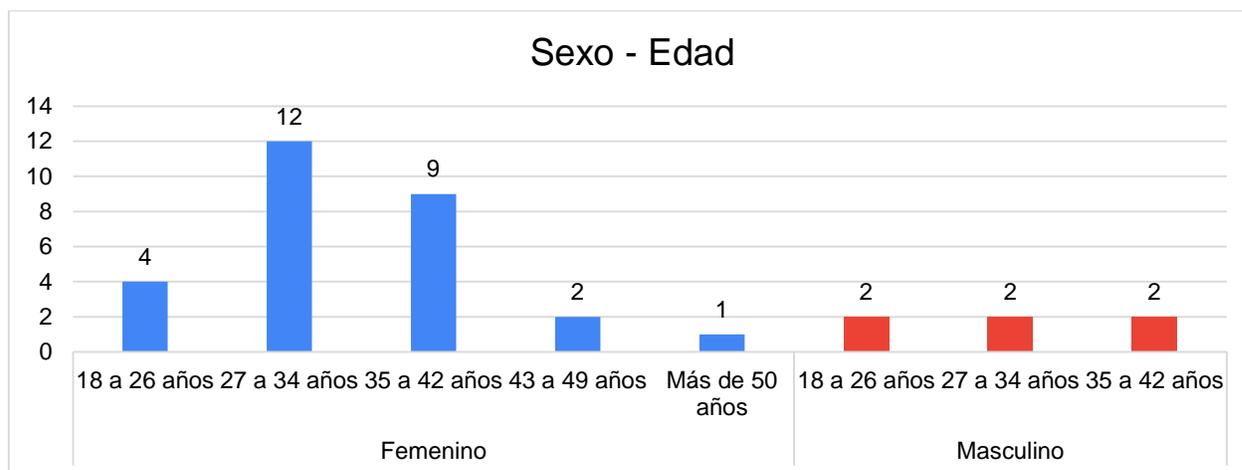
Figura 35. ¿Ha consecuencia de la pandemia se ha reinventado en su vida laboral?



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio de Zarzal el 59% contestó que se ha reinventado en su vida laboral y el 41% contestó que no.

Figura 36. Sexo – Edad

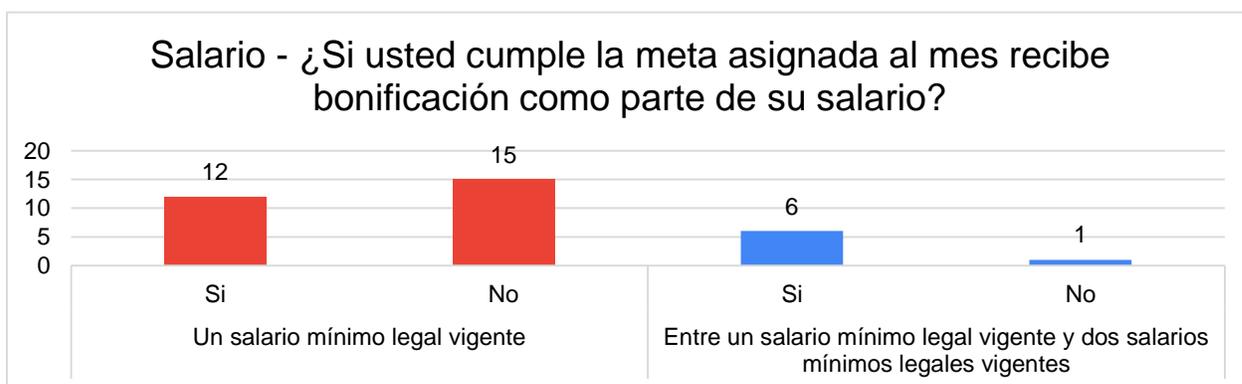


Fuente: Elaboración propia, 2021

El 82% de los mercaderistas del municipio de Zarzal son de sexo Femenino, lo que equivale a 28 mujeres; de los cuales 4 están entre los 18 a 26 años, 12 están entre 27 a 42 años, 9 están entre los 43 a 49 años y 1 tiene más de 50. La muestra representativa esta entre 27 a 42 años. El 18% de los mercaderista que visitan el municipio de Zarzal son de sexo Masculino, lo que equivale a 6 Hombres, de los cuales 2 están entre 18 a 26 años, 2 están entre 27 a 34 años y 2 están entre 35 a 42 años.

Figura 37. Salario

¿Si usted cumple la meta asignada al mes recibe bonificación como parte de su salario?

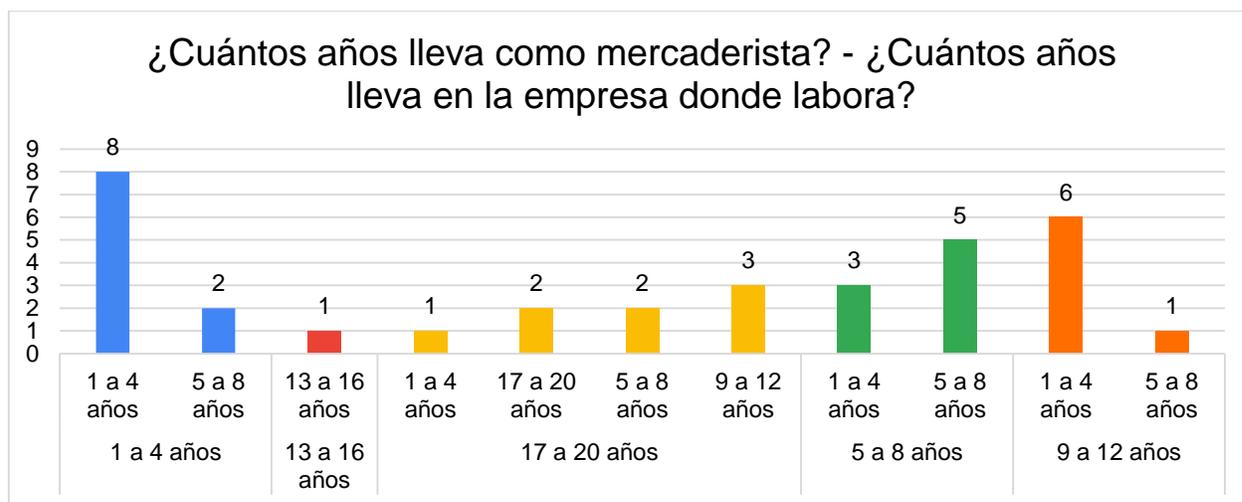


Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio de Zarzal el 79% devenga un salario mínimo legal vigente que equivale a 27 personas; de los cuales 12 reciben bonificación como parte de su salario y 15 no reciben bonificación como parte de su salario. El 21% devenga entre un salario mínimo leal vigente y dos salarios mínimos legales vigentes, que equivale a 7

personas; de los cuales, 6 recibe bonificación como parte de su salario y 1 no recibe bonificación como parte de su salario.

Figura 38. ¿Cuántos años lleva como mercaderista? - ¿Cuántos años lleva en la empresa donde labora?



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio de Zarzal el 29% lleva como mercaderista de 1 a 4 años que equivale a 10 personas de los cuales 8 llevan de 1 a 4 años en la empresa donde labora y 2 de 5 a 8 años en la empresa donde labora.

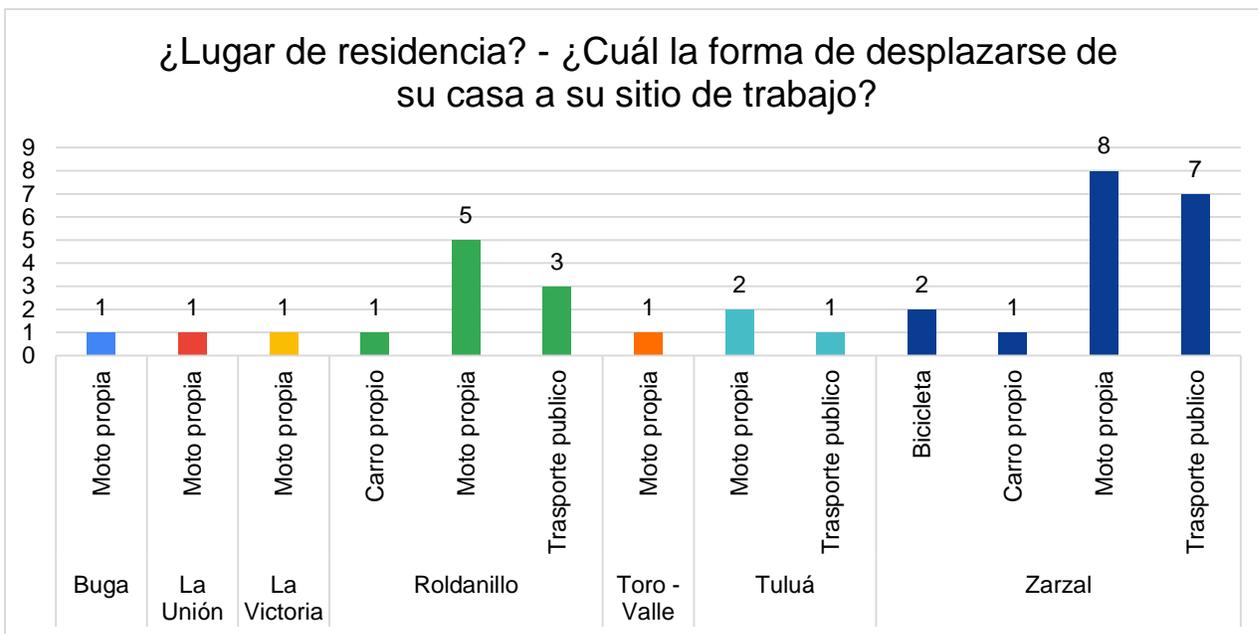
El 3% lleva como mercaderista de 13 a 26 años, lo que equivale a 1 persona que lleva de 13 a 16 años en la empresa donde labora.

El 23% lleva como mercaderista de 17 a 20 años lo que equivale a 8 personas de los cuales 1 lleva de 1 a 4 años en la empresa donde labora, 2 lleva de 17 a 20 años en la empresa donde labora, 2 lleva de 5 a 8 años en la empresa donde labora y 3 lleva de 9 a 12 años en la empresa donde labora.

El 24 % lleva como mercaderista de 5 a 8 años lo que equivale a 8 personas de los cuales 3 llevan de 1 a 4 años en la empresa donde labora y 5 de 5 a 8 años en la empresa donde labora.

El 21% lleva como mercaderista de 9 a 12 años lo que equivale a 7 personas de los cuales 6 llevan de 1 a 4 años en la empresa donde labora y 1 de 5 a 8 años en la empresa donde labora.

Figura 39. ¿Lugar de residencia? - ¿Cuál la forma de desplazarse de su casa a su sitio de trabajo?



Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio de Zarzal el 3% vive en Buga lo que equivale a una persona que se moviliza en moto propia.

El 3% vive en la Unión lo que equivale a una persona que se moviliza en moto propia.

El 3% vive en la Victoria lo que equivale 1 persona que se moviliza en moto propia.

El 26% vive en Roldanillo lo que equivale 9 personas, de los cuales 1 se moviliza en carro propio, 5 se movilizan en moto propia y 3 se movilizan en transporte público.

El 3% vive en Toro lo que equivale a una persona que se moviliza en moto propia.

El 9% vive en Tuluá lo que equivale a 3 personas, de los cuales 2 se movilizan en moto propia y 1 se moviliza en transporte público.

El 53% vive en Zarzal lo que equivale a 18 personas, de los cuales 2 se movilizan en bicicleta, 1 se moviliza en carro propio, 8 se movilizan en moto propia y se movilizan en transporte público.

Figura 40. Salario - ¿Se ha disminuido su salario por causa de la pandemia?

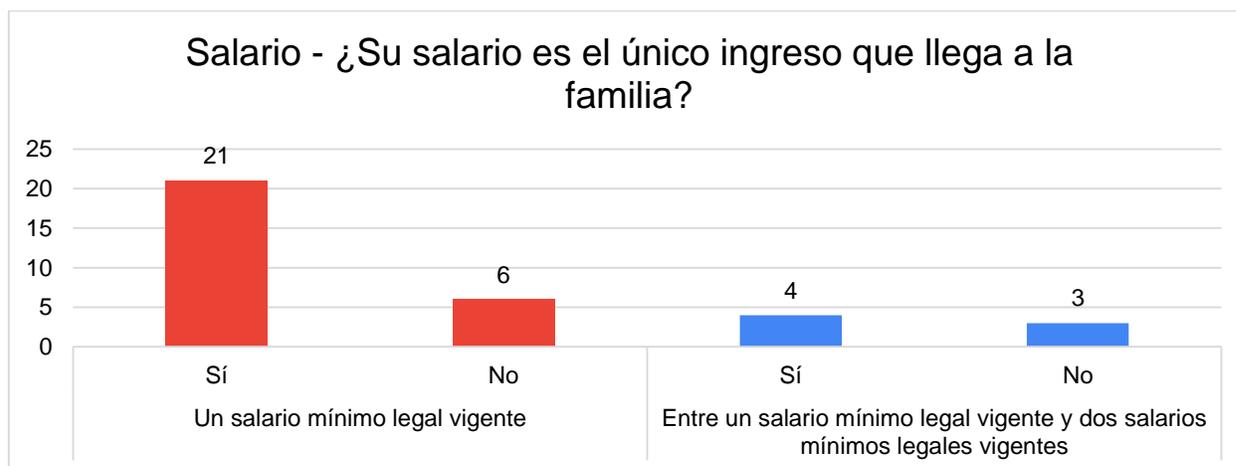


Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio de Zarzal el 79% devenga un salario mínimo legal vigente que equivale a 27 personas; de los cuales 21 su salario si es el único ingreso que llega a la familia y 6 su salario no es el único ingreso que llega a la familia.

El 21% devenga entre un salario mínimo legal vigente y dos salarios mínimos legales vigentes, que equivale a 7 personas; de los cuales 4 su salario si es el único ingreso que llega a la familia y 3 su salario no es el único ingreso que llega a la familia.

Figura 41. Salario - ¿Su salario es el único ingreso que llega a la familia?

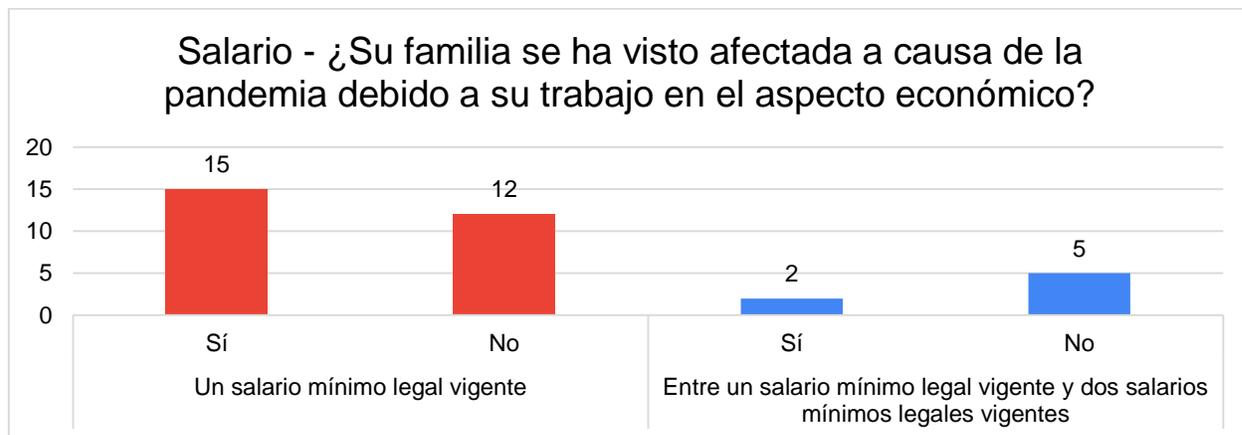


Fuente: Elaboración propia, 2021

De los mercaderistas del municipio de Zarzal el 79% devenga un salario mínimo legal vigente que equivale a 27 personas de los cuales 15 su familia si se ha visto afectada a causa de la pandemia en el aspecto económico y 12 su familia no se ha visto afectada a causa de la pandemia en el aspecto económico.

El 21% devenga entre un salario mínimo legal vigente y dos salarios mínimos legales vigentes, que equivale a 7 personas; de los cuales 2 su familia si se ha visto afectada a causa de la pandemia en el aspecto económico y 5 su familia no se ha visto afectada a causa de la pandemia en el aspecto económico

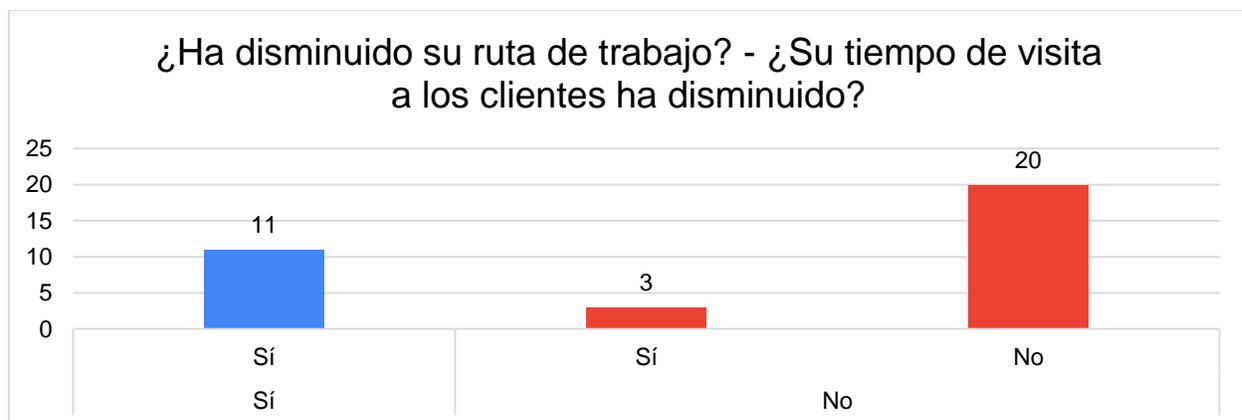
Figura 42. Salario - ¿Su familia se ha visto afectada a causa de la pandemia debido a su trabajo en el aspecto económico?



Fuente: Elaboración propia, 2021

El 32% de los Mercaderistas del municipio de Zarzal contestó que ha disminuido su ruta de trabajo que equivale a 11 personas de los cuales contestaron que su tiempo de visita a los clientes disminuyó. El 68% de los Mercaderistas contestó que no ha disminuido su ruta de trabajo que equivale a 23 personas de los cuales 3 contestaron que su tiempo de visita a los clientes si ha disminuido y 20 contestaron que su tiempo de visita a los clientes no ha disminuido

Figura 43. ¿Ha disminuido su ruta de trabajo? - ¿Su tiempo de visita a los clientes ha disminuido?



Fuente: Elaboración propia, 2021

El 41% de los mercaderistas del municipio de Zarzal contestó que ha tenido dificultades con la movilidad para hacer el recorrido lo que equivale a 14 personas de los cuales 2 se movilizan en bicicleta, 3 en moto propia y 9 en transporte público. El 59% contestó que no ha tenido dificultades con la movilidad para hacer el recorrido lo que equivale a 20 personas de los cuales 2 se movilizan en carro propio, 16 en moto propia y 2 en transporte público.

- Se logró establecer cuales son las diferentes rutas y productos que ofrecen los mercaderistas de Zarzal; su forma de desplazamiento y las dificultades que tienen que sortear por la pandemia del Covid-19.

8 OBJETIVO 2

Describir de qué modo se ha afectado la economía familiar en las mercaderías del municipio de Zarzal, Valle del Cauca por la pandemia Covid-19.

El salario al ser el sustento de los empleados y la parte más importante de su economía familiar se logró ver afectado por la pandemia de Covid-19.

Según un nuevo informe de la ONU (2020), la pandemia de COVID-19 provocó que en el primer semestre de 2020 los salarios mensuales de dos terceras partes de los países sobre los que se disponía de datos oficiales se redujeran o crecieran más lentamente. Esto ocasiono grandes problemas a nivel económico, empresarial, personal y familiar, llevando al mundo a una crisis financiera y generando una inestabilidad económica para todas las personas. Además, la Organización estima que es probable que en el futuro cercano la crisis ejerza una inmensa presión a la baja sobre los salarios, sin tener presente todos los problemas que las personas tuvieron que afrontar ante una nueva situación de calamidad, donde muchos de los ingresos que se tenían no pudieron llegar de manera oportuna a los hogares.

Esta crisis también afecto a los mercaderistas del municipio de Zarzal, el 79% (27 personas) que devenga un salario mínimo legal vigente, 9 si percibieron una disminución en su salario a causa de la pandemia y 18 no percibieron ninguna disminución en su salario. Por otro parte, el 21% (7 mercaderistas) devenga entre un salario mínimo legal vigente y dos salarios mínimos legales vigentes, 3 si percibieron una disminución en su salario a causa de la pandemia y 4 con dos salarios mínimos legales vigentes los cuales no percibieron ninguna disminución en su salario. Esto nos demuestra que los mercaderistas del municipio de Zarzal no percibieron una disminución en sus salarios, afectando así sus ingresos.

Figura 44. ¿Se ha disminuido su salario a causa de la pandemia?



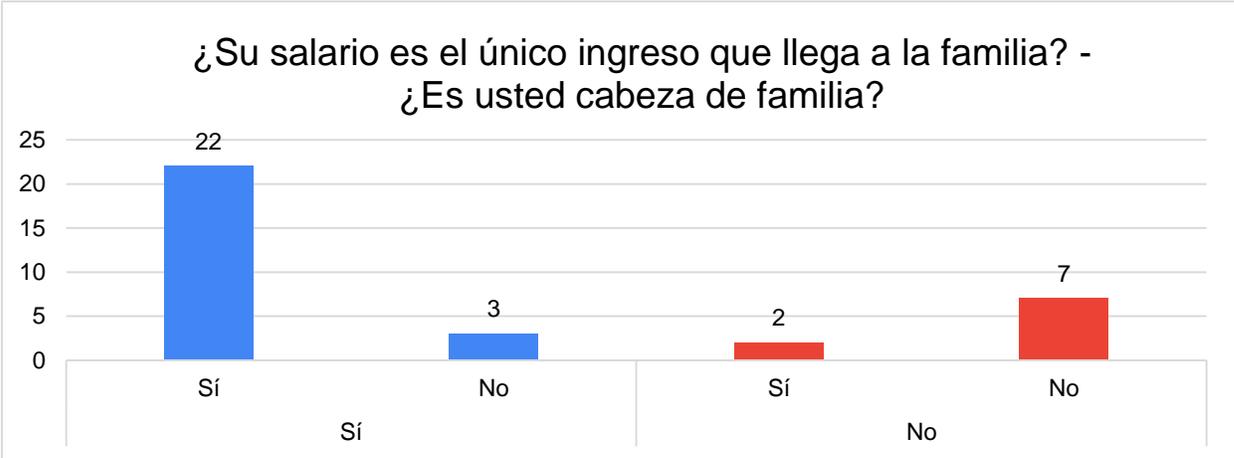
Fuente: Elaboración propia, 2021

Según EIMundo.com (2019). El salario ha de entenderse, como lo mínimo que una persona y su familia requieren para su sostenimiento y manutención. Dicho de otra manera, es lo que según nuestra legislación necesita una familia para alimentarse, nutrirse, educarse, conseguir un lugar donde vivir; con el dinero recibido existen otras actividades que no alcanzan a tener cobertura, como la recreación, el deporte, la lúdica, el esparcimiento, etc.

Esto refleja un problema cuando un solo salario es el único ingreso de la familia y no es suficiente para suplir con plenitud todas estas necesidades, esto ocasiona que las personas no puedan tener una calidad de vida aceptable.

En los mercaderistas del municipio de Zarzal se evidencia que, el 74% (25 personas) su salario es el único ingreso que llega a la familia; de estas personas el 71% son cabeza de hogar. Con esto se puede concluir que la gran mayoría de los mercaderistas solo percibe un único ingreso para el sostenimiento de su familia.

Figura 45. ¿Su salario es el único ingreso que llega a la familia? - ¿Es usted cabeza de familia?



Fuente: Elaboración propia, 2021

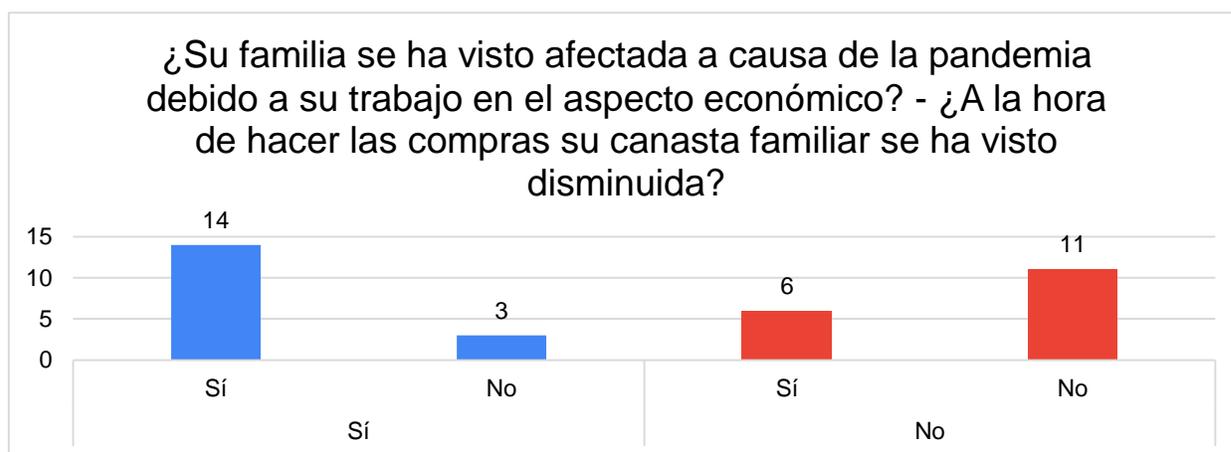
La devaluación es la disminución en el valor de una moneda en términos de otra moneda y la inflación es un aumento generalizado en los precios de los bienes y servicios de una economía, estos son fenómenos que en Colombia le hacen daño enorme al salario; pues de un lado nuestra moneda pierde cada vez mayor poder adquisitivo frente al dólar; la canasta familiar aumenta con el incremento del salario mínimo y hay productos cuyo valor se incrementa por encima del valor asignado por el gobierno.

Esta situación genera escases en los hogares, como mayor problema el incremento del IVA en los alimentos ocasiona que las personas solo tengan para compra lo mínimo en el hogar, muchas veces el diario no alcanza para cubrir en mínimo vital.

Respecto a esto, en los mercaderistas del municipio de Zarzal se observa que el 50% (17 personas) de las familias se ha visto afectada a causa de la pandemia, de los cuales 14 hogares notaron que su canasta familiar había disminuido a la hora de hacer las compras.

Se puede concluir que en los mercaderistas notaron de manera parcial los efectos que ha tenido la pandemia sobre ellos en el aspecto económico.

Figura 46. ¿Su familia se ha visto afectada a causa de la pandemia debido a su trabajo en el aspecto económico? - ¿A la hora de hacer las compras su canasta familiar se ha visto disminuida?



Fuente: Elaboración propia, 2021

Según Asocajas (2020), las cajas de compensación se convirtieron en un apoyo para los trabajadores con la entrega del subsidio al desempleo, estos beneficios han contribuido a mitigar la vulnerabilidad de los hogares ante la caída drástica de sus ingresos y han actuado como estabilizadores automáticos para retener el consumo de los hogares y aliviar el desplome de la demanda agregada.

Según Asocajas (2020)

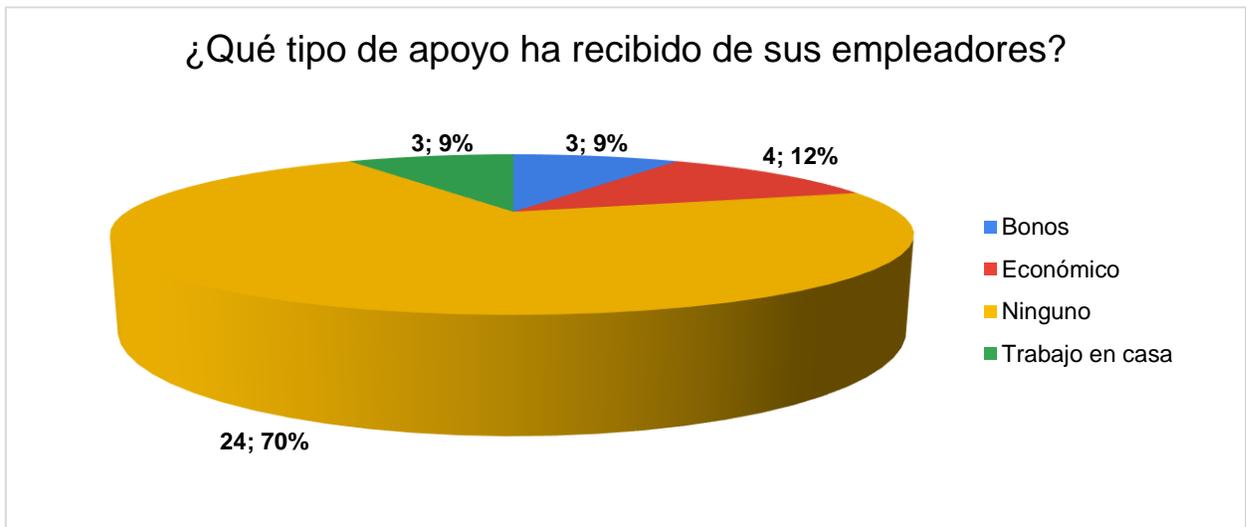
Entregamos subsidios de vivienda a 26 mil familias, con recursos que superan los \$450 mil millones. Además, desde que se declaró la emergencia, la capacidad hospitalaria se aumentó en 138 unidades de cuidado intensivo, lo que permite atender unas 180 mil personas diagnosticadas con covid-19, es decir, el 28,3% de la población contagiada en el país. Tres laboratorios de las cajas recibieron certificación del Instituto Nacional de Salud para el procesamiento de pruebas,

donde se realizan cerca de 614 mil pruebas, el 24% del total de las practicadas. (p.23)

Aunque esto alivia la situación financiera de algunos cuantos, no termina con todo el problema que se está viviendo debido a que hay muchas personas con trabajo que no pueden acceder a estas ayudas por el tipo de contratación o porque las empresas no las brindan, por otra parte existen personas desempleadas que no reciben ningún tipo de auxilio económico por que no cumplen con los requisitos que solicita el gobierno para poder acceder a ellos.

De acuerdo con los datos recolectados en la encuesta, el 70% no recibió ningún apoyo, el 12% con apoyo económico, el 9% con bonos y el 9% con trabajo en casa. Esto quiere decir que en su gran mayoría los mercaderistas del municipio de Zarzal no recibió ningún tipo de apoyo por parte de sus empleadores.

Figura 47. ¿Qué tipo de apoyo ha recibido de sus empleadores?



Fuente: Elaboración propia, 2021

- La economía familiar de los mercaderistas no se vio afectada por la pandemia, las compras de la canasta familiar si presentaron alguna disminución.

9 OBJETIVO 3

Determinar si los mercaderistas del municipio de Zarzal, Valle del Cauca sintieron amenazado su empleo en algún momento a causa de la pandemia Covid-19 en el año 2020.

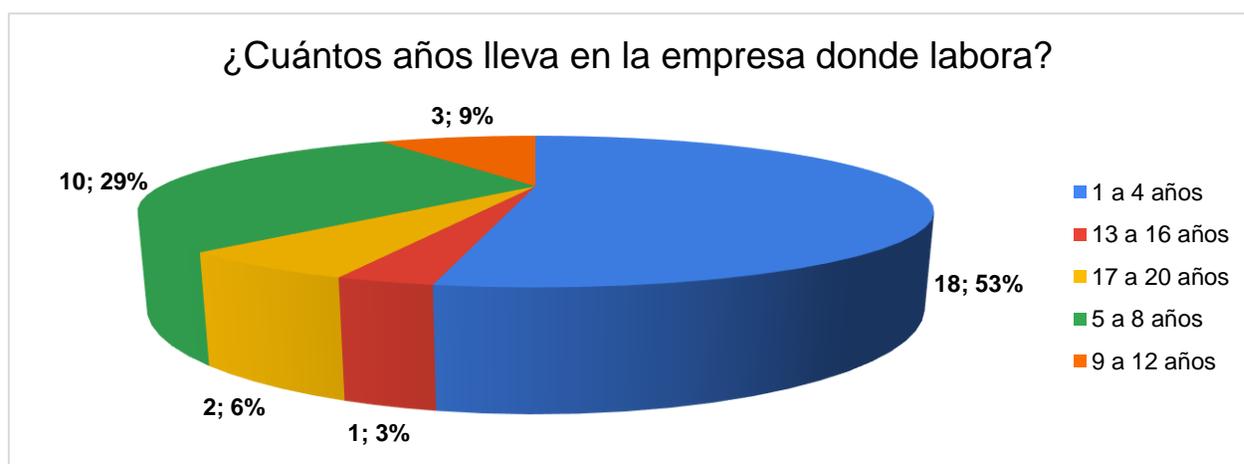
La formación y consolidación de una empresa son los colaboradores y empleados, ya que cooperan juntos por un mismo objetivo. La organización debe comprender que la retención de empleados es realmente una acción estratégica que requiere principalmente de la apreciación y motivación de los niveles más altos de dirección.

Según Edén (2020). La estabilidad laboral es fundamental para mantener la motivación de un empleado. De esta forma, es posible generar un sentimiento de pertenencia con la empresa y aumenta su rendimiento al sentir que forma parte de una “familia”.

La crisis ha sido tan fuerte que genero desequilibrio económico, aun teniendo empleados con mucho tiempo de antigüedad en la empresa han tenido que ser desvinculados, sin importar que tanto apporto a esta, ocasionando problemas económicos y familiares generando inestabilidad económica.

De los mercaderistas que visitan el municipio de Zarzal el 53% lleva en su actual empresa de 1 a 4 años, el 29 % de 5 a 8 años, el 9% de 9 a 12 años, el 6% de 17 a 20 años y el 3% de 13 a 26 años. Se pudo evidenciar que existe gran estabilidad laboral en el gremio de los mercaderistas de Zarzal, Valle del Cauca, todo esto se pudo afirmar en las encuestas realizadas, donde las mercaderistas aseguran llevar más de 4 años laborando en estas empresas.

Figura 48. ¿Cuántos años lleva en la empresa que labora?



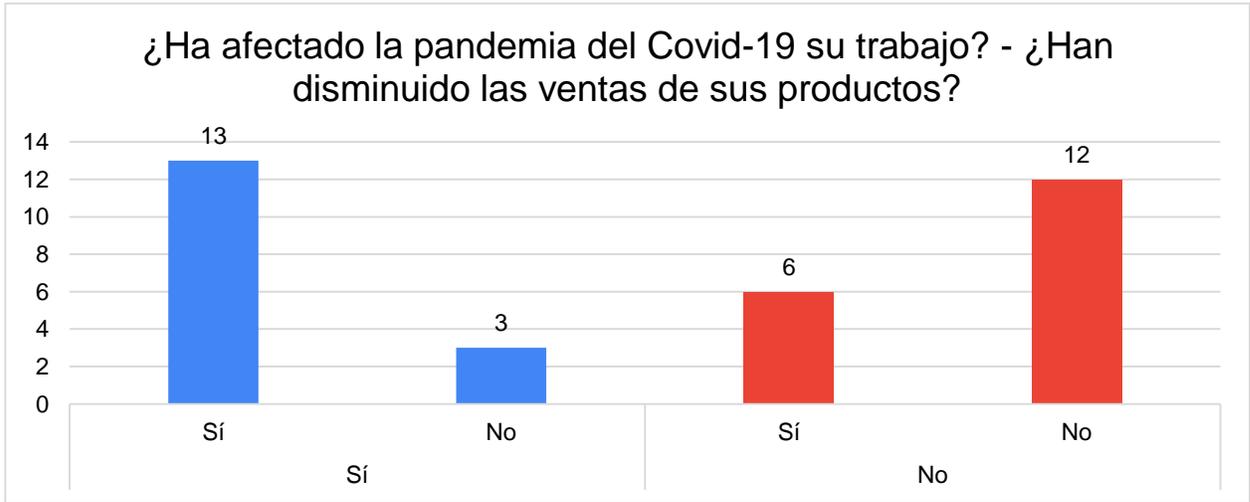
Fuente: Elaboración propia, 2021

Según él un artículo de El Empleo (Septiembre 2020), La pandemia del Covid -19 es un suceso que causó una de las más grandes dificultades en la vida de las personas en la historia más reciente; trayendo consigo una crisis económica, incrementando la tasa de desempleo. Estos impactos están relacionados todos con la crisis de salubridad. La pandemia género que las personas dejaran de asistir a diferentes escenarios donde se presenta riesgo de contagio tales como; salidas a restaurantes, paseos, ir a cine, bares, discotecas, etc.

La pandemia ha generado grandes controversias y bajas en la economía global, especialmente en los empleados e independientes que han tenido que sufrir grandes cambios económicos y sociales; para mitigar el contagio el gobierno impuso una serie de restricciones con el fin de evitar la propagación masiva, una de estas fue la de movilidad causando un gran problema debido a que muchas personas que debían desplazarse a diferentes lugares de trabajo, tuvieron dificultades por el incremento de pasajes, cambios de horarios en los buses, restricción de pico y cedula.

El 47% (16) de los mercaderistas del municipio de Zarzal dijo que la pandemia del Covid-19 ha afectado su trabajo, de los cuales a 13 se le han disminuido las ventas de productos; a 3 no les ha afectado. Por otra parte, el 53% (18) dijo que la pandemia del Covid-19 no ha afectado su trabajo, de los cuales a 6 si se le han disminuido las ventas de productos; a 12 no les ha afectado. Se puede concluir que la pandemia no afecto en gran medida la venta de productos que distribuyen los mercaderistas; estos fueron exhibidos y vendidos a satisfacción.

Figura 49. ¿Ha afectado la pandemia del Covid-19 su trabajo? - ¿Han disminuido las ventas de sus productos?



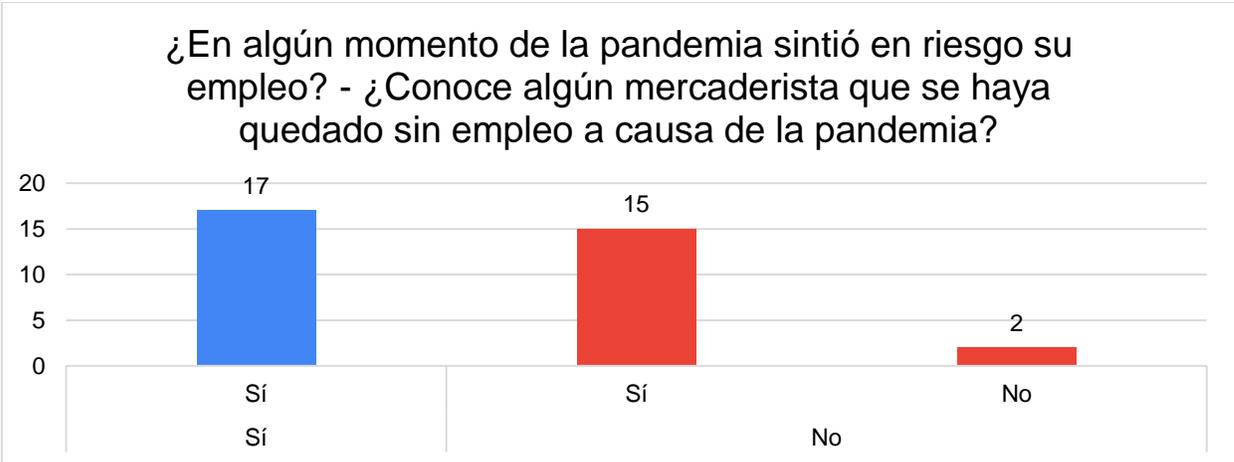
Fuente: Elaboración propia, 2021

Según Semana (2020). Colombia tenía todo listo para que 2020 fuera el año de la recuperación económica y la activación del empleo; pero llegó la pandemia del Covid-19 y esta emergencia trajo consigo efectos para la salud pública, un mayor desempleo y peores condiciones laborales de los trabajadores. El centro de estudios Fedesarrollo estima que, en el mejor de los casos, el desempleo podría subir hasta 16,3% y puede llegar a alcanzar un 20%. El número de personas sin trabajo durante la pandemia podría aumentar entre 1,6 y 2,5 millones. Incluso superaría los 5 millones de cesantes en el territorio nacional en el año 2021. Dicha situación implica retos importantes para el Gobierno y el sector privado. Estos tienen al empleo en una tercera línea de prioridades, después de la salud y el abastecimiento.

Esta situación es preocupante ya que el incremento del desempleo genera una disminución de los ingresos de las personas lo que produce cambios en el estilo de vida, lo que aumenta la pobreza en los estratos económicamente más bajos.

El 50% (17) de los mercaderistas del municipio de Zarzal, sintió en riesgo su empleo en algún momento de la pandemia; no obstante, a pesar del Covid-19 y sus complicaciones el otro 50% no se sintió amenazado su actividad económica; el 94% de las personas evaluadas conoce algún mercaderista que se quedó sin empleo a causa de la pandemia en otros municipios.

Figura 50. ¿En algún momento de la pandemia sintió en riesgo su empleo? - ¿Conoce algún mercaderista que se haya quedado sin empleo a causa de la pandemia?



Fuente: Elaboración propia, 2021

- Los mercaderistas del municipio del municipio de Zarzal, en general no sintieron afectación en el empleo con respecto a la pandemia.

CONCLUSIONES

En síntesis, se puede afirmar que lo expuesto en este trabajo es el resultado del aprendizaje obtenido a través de la carrera de Administración de Empresas y la investigación que facilitó la aplicabilidad de los temas, en interacción con la academia y los mercaderistas del municipio de Zarzal, Valle del Cauca, con el propósito fundamental de conocer la situación.

Los mercaderistas del municipio de Zarzal, Valle del Cauca en su gran mayoría son de sexo femenino y su edad esta entre 27 a 42 años de edad, su lugar de procedencia en general es el municipio de Zarzal y le sigue el municipio de Roldanillo; el sueldo percibido por el 79% es de un salario mínimo legal vigente, aunque algunos también reciben bonificación por el cumplimiento de las metas.

La pandemia Covid-19 no ha afectado en su totalidad el trabajo de las mercaderistas ya que el 82% de ellos continuo trabajando durante la cuarentena, su ruta no ha disminuido y el tiempo de visita a los clientes tampoco.

El 56% de los mercaderistas argumentaron que al realizar las compras su canasta familiar se ha visto disminuida, además notaron de manera parcial los efectos que ha tenido la pandemia en el aspecto económico. Por otro lado se evidencio que las empresas no proporcionaron ningún tipo ayuda a los empleados ya que el 70% de los mercaderistas no recibió ningún tipo de apoyo.

El oficio de mercaderista ofrece estabilidad laboral, puesto que el 47% lleva trabajando más de 4 años en la empresa. Por otra parte, el 56% dijo que han disminuido las ventas de los productos, esto está ligado a la eficiencia del trabajo de los mercaderistas ya que su principal objetivo es vender, lo cual género que sintieran en riesgo su empleo en algún momento, esto no ha ocasionado una reducción en su salario.

Para culminar se pude decir que en el aspecto económico los mercaderistas del municipio de Zarzal no tuvieron grandes inconvenientes, ya que la gran mayoría de estos conservaron su empleo y su trabajo no se vio afectado.

RECOMENDACIONES

Antes de finalizar, deseamos sugerir algunas recomendaciones en base a los resultados y las conclusiones a que se llegó con el presente trabajo de investigación.

- Se propone realizar futuras investigaciones para conocer si la economía de los mercaderistas del municipio de Zarzal ha cambiado.
- Los empleadores deben brindar más beneficios a las personas a su cargo durante tiempos difíciles.
- Las empresas deben tener un remanente económico para atender estas situaciones imprevistas.
- Los mercaderistas deben ampliar sus conocimientos para aumentar su potencial laboral.
- Seguir acatando las normas de bioseguridad en el desarrollo de su labor
- Que las cadenas de supermercados sigan valorando el aporte que realiza los mercaderistas para el cumplimiento de su objeto social.
- Las empresas contratistas de los mercaderistas deben implementar programas de bienestar social.

BIBLIOGRAFIA

- Alguero M. O. (2020). Cajas de compensación se convirtieron en apoyo para trabajadores en la pandemia. Revista digital La Patria. <https://www.asocajas.org.co/cajas-de-compensacion-se-convirtieron-en-apoyo-para-trabajadores-en-la-pandemia/>
- Astorquiza-Bustos, B. A., Caicedo, M. C., & Gómez-Mejía, A. (2020). Estrés laboral en el mercado laboral. *Lecturas De Economía*, (93), 189-224. <https://doi.org/10.17533/udea.le.n93a339564>
- Ballesteros Casas, M. C., & Muñoz Genes, N. (2020). Estrategia de liderazgo enfocada en las mercaderistas externas de la tienda de belleza H3 de la empresa Distribuidora El Hueco SAS de Barrancabermeja. Recuperado de: <https://repository.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/28489>
- Balmaced F. (2020). La microeconomía de la pandemia. Revista digital La Tercera. <https://www.latercera.com/pulso/noticia/la-microeconomia-de-la-pandemia/ZARHZITZTNGF5CATW7WUIMKETI/>
- Bernal, C. (2006). Metodología de la Investigación. México: PEARSON Prentice-Hall, 3ª edición, pp 58-70, 124-127.
- Blanch, J. (1996). Psicología social del trabajo. En J. Álvaro, A. Garrido y J. Torregrosa (Coords.), *Psicología social aplicada* (pp. 85-119). Madrid: McGraw-Hill.
- Castro J. D. (2020). Beneficios laborales que buscan los empleados que trabajan en casa. Revista digital El empleo de empleo. <https://www.elempleo.com/co/noticias/mundo-empresarial/beneficios-laborales-que-buscan-los-empleados-que-trabajan-en-casa-6132>
- Certuche Quintana, L. M., & Díaz Villacís, B. E. (2006). Proyecto de investigación de mercados sobre los hábitos de compra de los tenderos (Bachelor's thesis, Universidad Autónoma de Occidente). Recuperado de: <https://red.uao.edu.co/handle/10614/7355>
- Chilán, L. Guadalupe, E. (2017) Desarrollo de un sistema web como soporte del proceso que mide la efectividad de las ventas para la asignación de los mercaderistas a los puntos de comercialización de la empresa Servicesa S.A. Universidad De Guayaquil. Facultad De Ciencias Matemáticas Y Físicas. Carrera De Ingeniería En Sistemas Computacionales.
- Código Sustantivo del Trabajo (1950). Código sustantivo del trabajo. Recuperado de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_sustantivo_trabajo.html

- Código sustantivo del trabajo (1951). La finalidad primordial de este Código es la de lograr la justicia en las relaciones que surgen entre {empleadores} y trabajadores, dentro de un espíritu de coordinación económica y equilibrio social.
- DANE (2018). Censo Nacional de Población y Vivienda
- Decreto 1072 (2015). Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Trabajo
- Drenth, P. J., Thierry, H., & Wolff, C. J. (Eds.). (1998). *Organizational psychology* (Vol. 4). Psychology Press.
- Drucker, C. (1954). *Teoría Neoclásica*
- Echeverri, P. & Espitia, E. (2021). Afectaciones derivadas del trabajo reorganizado por la pandemia del covid-19 sobre la calidad de vida laboral percibida por un grupo de trabajadores de una empresa del sector petrolero en Colombia.
- Edén (2020). Artículo: Beneficios e importancia de la estabilidad laboral
- El Empleo (2020). Efectos de la pandemia por Covid-19 en el mercado laboral colombiano: identificando el impacto de las restricciones sectoriales a la movilidad
- El Mundo (2019). Artículo: El salario mínimo, la familia y las necesidades básicas en Colombia. Disponible en: <https://www.elmundo.com/noticia/El-salario-minimola-familia-y-las-necesidades-basicas-en-Colombia/378350>
- Fedesarrollo (2020). Conozca los cinco impactos que genera la pandemia en la economía colombiana. Disponible en: <https://www.larepublica.co/economia/cinco-impactos-en-la-economia-local-que-son-consecuencia-de-la-pandemia-2984759>
- Garcés Cano J. E. (2012). En equilibrio no hay crisis: crítica a los supuestos neoclásicos. *Revista Finanzas y Política Económica*, 4(1), 83-112. <https://doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.v4.n1.2012.509>
- González, P., Peiró, J. M., & Bravo, M. J. (1996). Calidad de vida laboral. *Tratado de psicología del trabajo*, 2, 161-186.
- Guerrera H. J. (2019). El salario mínimo, la familia y las necesidades básicas en Colombia. *Revista Digital El Mundo.com*, análisis económico. <https://www.elmundo.com/noticia/El-salario-minimola-familia-y-las-necesidades-basicas-en-Colombia/378350>
- Guevara G. (2017). Modelo de optimización del número de mercaderistas en punto de venta. Universidad ICESI, Facultad De Ciencias Administrativas Y Económicas.

- Guevara Gómez, G. A. (2017). Modelo de optimización del número de mercaderistas en punto de venta. Recuperado de: <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/2930838>
- Herzberg, F. (1959). Teoría Motivacional de Herzberg
- Jaramillo, John. (2016). La metodología Deming para incrementar la productividad del Mercaderista en el punto de venta de la empresa Punto Once S.A. Universidad César Vallejo, Perú.
- Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2018). Marketing 4.0. Transforma tu estrategia para atraer al consumidor digital. LID Editorial Empresarial.
- La resolución 2646 (2008). Por la cual se establecen disposiciones y se definen responsabilidades para la identificación, evaluación, prevención, intervención y monitoreo permanente de la exposición a factores de riesgo psicosocial en el trabajo
- Levy, L., & Anderson, L. (1980). La tensión psicosocial. Población, ambiente y calidad de vida. México: Manual Moderno.
- Lobato, D. H. (2017). Calidad de vida laboral y su relación con el compromiso organizacional de los trabajadores de la constructora Perú Obras SRL del Distrito de Trujillo, 2017
- Mankiw, G. (2012). Principios de economía, 6ª edición, pp 29-55.
- Mayo, E. (1932). Teoría Humanista
- Mora A. (2020). El análisis microeconómico y la pandemia. Revista digital Nuevatribuna.es, análisis económico. <https://www.nuevatribuna.es/articulo/actualidad/analisis-microeconomico-pandemia-capitalismo-keynes-sraffa-economia-coronavirus/20200609174840175934.html>
- Muñoz Villafuerte, S. M. (2018). La importancia del mercaderista en la cadena de valor en una empresa de gestión de distribución. Recuperado de: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/624949>
- Muñoz, S. (2018). La Importancia Del Mercaderista En La Cadena De Valor En Una Empresa De Gestión De Distribución. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Nielsen (2016). ¿Qué hay en nuestra comida y en nuestra mente? Ingredientes y tendencias de comida fuera de casa alrededor del mundo. © 2016 The © 2016 The Nielsen Company Nielsen C

- Ocampo, J.A. (2019). Una brevísima historia económica de Colombia. Revista digital La República.
- Organización de Naciones Unidas (2020). Los salarios bajan durante la crisis del COVID-19, en especial los de las mujeres
- Organización Mundial de la Salud. (2016). Organización Mundial de la Salud. Recuperado de <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs352/es/>
- Pigou A. C. (1920), "La economía del bienestar". Artículo. Allen, R.G.D. (1960): Mathematical Economics, R.U. Mac Millan, p. 759 versión española, editada por Aguilar, Madrid, 1975. Arrow, Kenneth, (1951), Elección social y valores individuales Archivo mundial de la felicidad, Fundación Humanismo y Ciencia, en línea en: <http://www.fun-humanismo-ciencia.es/felicidad.htm>
- Revista La República (1995). El Grupo GPA controlaría 66% del negocio de supermercados en Colombia
- Revista Semana (1995). Artículo: Los duros del mercadeo. Disponible en: <https://www.semana.com/los-duros-del-mercadeo/18434/>
- Revista Semana (2020). Artículo: El fuerte impacto del coronavirus en el empleo de los colombianos. Disponible en: <https://www.semana.com/pais/articulo/impacto-del-coronavirus-en-el-empleo-en-colombia/284717/>
- Reyes, O. & Franklin, O. (2014) Revista electrónica de investigación en ciencias económicas. Abriendo camino al conocimiento. Facultad de ciencias económicas, UNAN - Managua. REICE vol. 2, No 3. Teoría del Bienestar y el Óptimo de Pareto como Problemas Microeconómicos
- Robbins, S. & Judge, T. (1998). Motivación: de los conceptos a las aplicaciones. Comportamiento Organizacional
- Romero, A. (2019). Colombia: un resumen histórico de nuestras crisis económicas y lo que nos espera. Universidad Externado de Colombia, Facultad de Derecho - blog de derechos de los negocios.
- Rondón, M. B. (2006). Salud mental: un problema de salud pública en el Perú. Revista peruana de medicina experimental y salud pública, 23(4), 237-238.
- Rubio, G. (2014). La calidad del servicio al cliente en los grandes supermercados de Ibagué: un análisis desde la escala multidimensional. Cuadernos de Administración, vol. 30, núm. 52. Universidad del Valle.
- Salas, B. (2014) fortalecer el desarrollo comercial mediante el diseño de un manual de procedimientos en el área de mercaderistas de la empresa Industrias Ales C.A.

Para lograr un mayor nivel de desempeño en el distrito Metropolitano de Quito. Instituto Tecnológico Cordillera. Carrera de Administración Marketing Interno y Externo.

- Salcedo Vallejo, E. V. (2015). Identificación, evaluación del riesgo ergonómico biomecánico en el puesto de mercaderistas de industrias ALES CA y propuesta del plan de control (Doctoral dissertation, Universidad Internacional SEK). Recuperado de: <https://repositorio.uisek.edu.ec/handle/123456789/1342>
- Salcedo, E. (2015). Identificación, evaluación del riesgo ergonómico biomecánico en el puesto de mercaderista de industrias ALES C.A. y propuesta del plan de control. Universidad Internacional Sek.
- Samuelson, L. & Nordhous, M. (2013) ECONOMÍA. Editorial: McGraw-Hill. Edición: 18
- Sanclemente, J. (2012). La reputación del tendero de barrio ante su mercado y sus consecuencias. Universidad EAFIT. Programa doctoral (PhD.) en Administración.
- Smith, A. (1776). La riqueza de las naciones. An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. William Strahan.Thomas Cadell
- Tejedor-Estupiñán J. M. (2020). Los impactos sociales y económicos de la pandemia de la Covid-19 en Latinoamérica. *Revista Finanzas y Política Económica*, 12(2). <https://doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.v12.n2.2020.3730>
- Walton, R. (1975). La calidad de la vida laboral: ¿qué es? Sloan management review, 17 - 663.
- Zulay, C. C. L., & Omar, G. Z. E. (2017). Desarrollo de un sistema web como soporte del proceso que mide la efectividad de las ventas para la asignación de los mercaderistas a los puntos de comercialización de la Empresa Servicesa SA (Doctoral dissertation, Universidad De Guayaquil. Facultad De Ciencias Matemáticas Y Físicas. Carrera De Ingeniería En Sistemas Computacionales). Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/24279>

ANEXOS

Encuesta: Impacto económico de la pandemia covid-19 en los mercaderistas del municipio de Zarzal, Valle del Cauca para 2021.



Autoras: Claudia Lorena Quintero Niño

Erika Melissa Jaramillo Dosman

Estudiantes de Administración de Empresas - Universidad del Valle - Sede Zarzal

Objetivo: Determinar si la pandemia del covid-19 ha afectado el trabajo y la economía familiar de las mercaderistas y cuál es el grado de afectación.

Por favor, complete esta encuesta. Su opinión es importante. Su aporte nos ayudará para la investigación. Gracias.

Responda lo que más se adecue a su entorno.

Sexo

- Femenino
- Masculino

Edad

- 18 a 26 años
- 27 a 34 años
- 35 a 42 años
- 42 a 49 años
- Más de 50 años

¿Lugar de residencia?

- Zarzal
- Roldanillo
- La victoria
- La unión
- Tuluá
- Otra _____

Salario

- Un salario mínimo legal vigente
- Entre un salario mínimo legal vigente y dos salarios mínimos legales vigentes
- Más de dos salarios mínimos legales vigentes

¿Si usted cumple la meta asignada al mes recibe bonificación?

- Si
- No

¿Cuántos años lleva como mercaderista?

- 1 a 4 años
- 5 a 8 años
- 9 a 12 años
- 13 a 16 años
- 17 a 20 años

¿Cuántos años lleva en la empresa donde labora?

- 1 a 4 años
- 5 a 8 años
- 9 a 12 años
- 13 a 16 años
- 17 a 20 años

¿Ha afectado la pandemia del Covid-19 su trabajo?

- Si
- No

¿Ha limitado sus labores como mercaderista la pandemia del Covid-19?

- Si
- No

¿Cuál(es) requisito(s) ha tenido al momento de entrar a los supermercados?

- Permanencia de toda la jornada en el supermercado
- Utilizar implementos de bioseguridad
- Cambiar su ropa al ingresar al supermercado
- Protocolo de bioseguridad
- Otro _____

¿Ha disminuido su ruta de trabajo?

- Si
- No

¿Su tiempo de visita a los clientes a disminuido?

- Si
- No

¿Han disminuido las ventas de sus productos?

- Si
- No

¿Las metas de ventas impuestas por la empresa han disminuido a causa de la pandemia?

- Si
- No

¿Se ha afectado el cumplimiento de metas impuestas por la empresa a causa de la pandemia?

- Si
- No

¿En la cuarenta continúo trabajando?

- Si
- No

¿Ha tenido dificultades con la movilidad para hacer el recorrido?

- Si
- No

¿Se ha disminuido su salario por causa de la pandemia?

- Si
- No

¿Cuál es su manera de desplazarse de su casa a su sitio de trabajo?

- Moto
- Carro

- Bicicleta
- Transporte publico
- Otro _____

¿Le siguieron pagando su seguridad social?

- Si
- No

¿Su salario es el único ingreso que llega a la familia?

- Si
- No

¿Es usted cabeza de familia?

- Si
- No

¿Su familia se ha visto afectada a causa de la pandemia debido a su trabajo en el aspecto económico?

- Si
- No

¿A la hora de hacer las compras su canasta familiar se ha visto disminuida?

- Si
- No

¿Qué tipo de apoyo ha recibido por parte de sus empleadores?

- Económico
- En especie
- Trabajo en casa
- Bonos
- Ninguno
- Otro _____

¿Conoce algún mercaderista que se haya quedado sin empleo a causa de la pandemia?

- Si
- No

¿En algún momento de la pandemia sintió en riesgo su empleo?

- Si
- No

¿Se ha visto afectada la cadena de suministro de su producto?

- Si
- No

¿La pandemia ha afectado a los productos que vende?

- Si
- No

¿Ha consecuencia de la pandemia se ha reinventado en su vida laboral?

- Si
- No

ENLACE

https://docs.google.com/forms/d/1AlwCIQGtwQc8rJep2PPY_K8WbxOQJM0F6fk7hODD57w/edit