



**CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LAS MIPYMES DE LA
PROVINCIA DEL ALTO MAGDALENA, MUNICIPIO DE GIRARDOT AÑO 2015**

**ANGIE VANNESA MELO LOZANO
ANDREA ZULUAGA ALVARADO
ANDERSON STEVEN ORTIZ PERDOMO**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA, ECONÓMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS
GIRARDOT
2016**



**CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LAS MIPYMES DE LA
PROVINCIA DEL ALTO MAGDALENA, MUNICIPIO DE GIRARDOT AÑO 2015**

**ANGIE VANNESA MELO LOZANO
ANDREA ZULUAGA ALVARADO
ANDERSON STEVEN ORTIZ PERDOMO**

**Trabajo presentado como documento para optar por el Título en
Administrador de Empresas**

**Directora Asesora
MARÍA PATRICIA DÍAZ CÁRDENAS
Administrador Público
Mg. Finanzas y Sistemas**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA, ECONÓMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS
GIRARDOT
2016**

NOTA DE ACEPTACION

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

DEDICATORIAS

Anderson Steven Ortiz Perdomo

Primeramente le dedico este trabajo a Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mis Padres **Edison** y **Nancy** por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo, por darme la vida, quererme mucho, creer en mí y porque siempre me apoyaron. Padres gracias por darme una carrera para mi futuro, todo esto te lo debo a ustedes. Dios los bendiga, les de salud y mucha vida para poder retribuirles un poco de lo que me han dado. Los amo, para ustedes este logro y todos los que me faltan por alcanzar...

A mi hermana **María Alejandra** para que siempre tenga en cuenta, que todo lo que nos proponemos en la vida, lo podemos lograr si trabajamos fuerte y continuamente con rectitud, para que mis éxitos de hoy sean los suyos mañana y siempre.

Y darle las gracias a mis compañeros de estudio y docentes en especial a la profesora **María Patricia Díaz**, por los buenos consejos y el apoyo que recibí, en los momentos difíciles que se me presentaron durante la preparación y a todos que Dios los bendiga.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

Angie Vannesa Melo Lozano

A Dios,

Por haberme regalado la vida, por acompañarme siempre en cada paso que doy, por llenarme de fortaleza, por ser la lámpara a mis pies y lumbrera en mi camino; por regalarme la familia que tengo, a mis padres, y a mis hermanas.

A mi madre **Rosalba**,

Madre muchas gracias por haberme dado la vida, por no dejarme sola por acompañarme en todos mis triunfos, y caídas, por ser mi apoyo en este camino de formación académica, me enseñaste lo que es la dedicación y el amor por el estudio, por todos tus sacrificios que nunca tendré como pagártelos, te amo gracias por tanto.

A mi Padre **German**,

Padre gracias por tus sacrificios, por financiar mi carrera con tanto esfuerzo por ayudarme en todo lo que necesite, y haberme ofrecido las herramientas necesarias hasta culminar mi carrera, a pesar de las diferencias sabes que te amo y eres importante en mi vida, gracias por mantenerte unido a la familia.

A mis **hermanas**,

Viviana gracias por ser el ejemplo de una hermana mayor, por ser una buena mujer estar presente en todos los momentos importante y significativos de mi vida, y preocuparte por mí.

Jessica, mi hermana menor por compartir los momentos de infancia que no olvidare, y por ser parte de mi vida.

Mi sobrina, **Sofía** espero ser un buen ejemplo para ti.

A mis docentes,

María Patricia Díaz, por su gran apoyo y motivación para la culminación de mi carrera profesional, por su tiempo invertido y por sus asesorías para la realización

de este trabajo de grado, también a todos los docentes que ofrecieron todo su conocimiento para mi formación profesional.

A mis amigos y compañeros de estudio,

Anderson y **Andrea** por el tiempo y el esfuerzo invertido para la elaboración de este trabajo de grado, por todas las experiencias en esta etapa, y a mis demás compañeros por la amistad, por los buenos y malos momentos vividos durante la carrera.

Todo esto ha sido posible gracias a ellos.

Andrea Zuluaga Alvarado

Inicialmente agradezco a Dios, por este camino que me brindo, por las oportunidades y por permitirme estar hoy donde estoy.

A mi familia, por hacer lo posible e imposible para que yo sea su orgullo, los amo con todo mí ser.

A mi padre **Hernán**,

No me va a alcanzar el tiempo para agradecerte todo el apoyo y sacrificio que has tenido por nosotras. Infinitas gracias por estar siempre ahí, por brindarnos lo mejor y enseñarnos desde muy jóvenes que todo es posible con dedicación y esmero.

A mi madre **Arelis**,

Las palabras me quedan cortas para expresarte el infinito agradecimiento que siento, gracias por estar en todo momento por formarnos e inculcarnos los mejores valores, pero sobre todo esa confianza que me brindaste siempre, por confiar siempre en mí y apoyarme en todos mis anhelos y deseos.

A mi hermana **Estefanía**,

Hermanita siempre te voy agradecer por ser más que mi hermana mi amiga, por apoyarme en todo momento sean buenos o malos, por ser mi cómplice, por

escucharme y darme los mejores consejos sin juzgarme, por hacerme ver perspectivas diferentes y estar siempre a mi lado.

A mis compañeros,

Esto no hubiera sido lo mismo sin ustedes, por lo bueno y por lo malo...

Por las risas, las peleas, los amores, los paseos, por todos aquellos momentos infinitas gracias todo valió la pena... los mejores recuerdos me quedan de esta etapa, los cuales espero no sean los últimos. Mis mejores deseos para cada uno de ustedes, valórense, quiéranse, pero sobre todo sean felices.... que lo demás ya viene por añadidura.

A nuestra directora de trabajo **María Patricia Díaz,**

Gracias por guiarnos, apoyarnos y por el tiempo dedicado del cual vamos a estar agradecidos todos. Por enseñarnos a ser personas y no solo profesionales.

A todos los profesores que aportaron su granito de arena transmitiéndonos sus conocimientos Gracias!

AGRADECIMIENTOS

A nuestras familias,
Por su confianza, comprensión, y apoyo incondicional,
En el logro de esta meta.

CONTENIDO

	Pag.
TITULO	
INTRODUCCION	
1. AREA, LINEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACION	22
1.1 AREA	22
1.2 LINEA	22
1.3 PROGRAMA	22
2. PROBLEMA DE INVESTIGACION	23
2.1 DESCRIPCION DEL PROBLEMA	23
2.2 FORMULACION DEL PROBLEMA	24
3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	25
3.1 OBJETIVO GENERAL	25
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	25
4. JUSTIFICACION	26
5. MARCO DE REFERENCIA	28
5.1 MARCO TEORICO	28
5.2 MARCO CONCEPTUAL	38
5.3 MARCO LEGAL	42
5.4 MARCO GEOGRAFICO	49

6. DISEÑO METODOLOGICO	52
6.1 TIPO DE INVESTIGACION	52
6.2 METODO DE INVESTIGACION	52
6.3 MUESTRA	53
6.4 POBLACION	54
6.5 TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS	54
6.5.1 ENCUESTA	54
6.5.2 OBSERVACION	55
6.6 TECNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS	55
6.7 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	55
7. RECURSOS REQUERIDOS	56
8. CAPITULO I. BASE DE DATOS DE LAS EMPRESAS MYPYMES	57
8.1 APLICACIÓN DE LA ENCUESTA	57
8.1.1 Información Personal	57
8.1.2 Información de la Empresa	70
8.1.3 Cuadro de Hallazgos	110
9. CAPITULO II. DIAGNOSTICO EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES	114
9.1 MATRIZ DOFA	114
9.2 MATRIZ VESTER	116
10. PLAN DE MEJORAMIENTNO	119

11. IMPACTO DEL PROYECTO	126
CONCLUSIONES	127
RECOMENDACIONES	128
BIBLIOGRAFIA	129
ANEXOS	131

LISTA DE TABLAS

	Pag.
Tabla 1. Nivel de escolaridad	57
Tabla 2. Genero	58
Tabla 3. Estado civil	60
Tabla 4. Cantidad de personas que conforman el núcleo familiar	61
Tabla 5. Conformación del núcleo familiar	62
Tabla 6. Personas mayores de edad que conforman el núcleo familiar	63
Tabla 7. Personas mayores de edad que trabajan	65
Tabla 8. Hijos	66
Tabla 9. Cuantos hijos	67
Tabla 10. Estrato socio-económico	68
Tabla 11. Vivienda propia	69
Tabla 12. Principal uso de ingresos	69
Tabla 13. Legalización de las empresas	71
Tabla 14. Tiempo de funcionamiento de la empresa	72
Tabla 15. Capital de inversión	73
Tabla 16. Capital actual	74
Tabla 17. Representación de la empresa	75
Tabla 18. Sector perteneciente	76

Tabla 19. Tipo de empresa	77
Tabla 20. Local propio	78
Tabla 21. Principal gasto de la empresa	79
Tabla 22. Crecimiento de la empresa	80
Tabla 23. Aspecto influyente en el crecimiento de las empresas	81
Tabla 24. Obligaciones tributarias	82
Tabla 25. La empresa es rentable	83
Tabla 26. Contabilidad en la empresa	84
Tabla 27. Tipo de contabilidad	85
Tabla 28. Quien lleva la contabilidad	86
Tabla 29. Colaboradores en la empresa	87
Tabla 30. Tipo de vinculación laboral	88
Tabla 31. Seguridad social	89
Tabla 32. Beneficios salariales	90
Tabla 33. Mecanismos que utilizan para asignar ingresos	91
Tabla 34. Condiciones ambientales laborales	92
Tabla 35. Capacitación colaboradores	93
Tabla 36. Base de datos	94
Tabla 37. Proveedores	95
Tabla 38. Frecuencia de pedidos	96

Tabla 39. Forma de pago	98
Tabla 40. Producto financiero	99
Tabla 41. Capacidad de endeudamiento	100
Tabla 42. Base de datos clientes	101
Tabla 43. Actividad de mercadeo	102
Tabla 44. Comunicación con los clientes	103
Tabla 45. Precio de venta al público	104
Tabla 46. Sistema de facturación	105
Tabla 47. Control de inventarios	106
Tabla 48. Capacitaciones	107
Tabla 49. Áreas de capacitación	108
Tabla 50. Ultima capacitación	109

LISTA DE GRAFICAS

	Pag.
Gráfica 1. Nivel de escolaridad	57
Gráfica 2. Genero	58
Gráfica 3. Estado civil	59
Gráfica 4. Cantidad de personas que conforman el núcleo familiar	61
Gráfica 5. Conformación del núcleo familiar	62
Gráfica 6. Personas mayores de edad que conforman el núcleo familiar	63
Gráfica 7. Personas mayores de edad que trabajan	64
Gráfica 8. Hijos	65
Gráfica 9. Cuantos hijos	66
Gráfica 10. Estrato socio económico	67
Gráfica 11. Vivienda propia	68
Gráfica 12. Principal uso de ingresos	69
Gráfica 13. Legalización de las empresas	70
Gráfica 14. Tiempo de funcionamiento de la empresa	71
Gráfica 15. Capital de inversión	73
Gráfica 16. Capital actual	74
Gráfica 17. Representación de la empresa	75
Gráfica 18. Sector perteneciente	76

Gráfica 19. Tipo de empresa	77
Gráfica 20. Local propio	78
Gráfica 21. Principal gasto de la empresa	79
Gráfica 22. Crecimiento de la empresa	80
Gráfica 23. Aspecto influyente en el crecimiento de las empresas	81
Gráfica 24. Obligaciones tributarias	82
Gráfica 25. La empresa es rentable	83
Gráfica 26. Contabilidad en la empresa	84
Gráfica 27. Tipo de contabilidad	85
Gráfica 28. Quien lleva la contabilidad	86
Gráfica 29. Colaboradores en la empresa	87
Gráfica 30. Tipo de vinculación laboral	88
Gráfica 31. Seguridad social	89
Gráfica 32. Beneficios salariales	90
Gráfica 33. Mecanismos que utilizan para asignar ingresos	91
Gráfica 34. Condiciones ambientales laborales	92
Gráfica 35. Capacitación colaboradores	93
Gráfica 36. Base de datos	94
Gráfica 37. Proveedores	95
Gráfica 38. Frecuencia de pedidos	96

Gráfica 39. Forma de pago	98
Gráfica 40. Producto financiero	99
Gráfica 41. Capacidad de endeudamiento	100
Gráfica 42. Base de datos clientes	101
Gráfica 43. Actividad de mercadeo	102
Gráfica 44. Comunicación con los clientes	103
Gráfica 45. Precio de venta al público	104
Gráfica 46. Sistema de facturación	105
Gráfica 47. Control de inventarios	106
Gráfica 48. Capacitaciones	107
Gráfica 49. Áreas de capacitación	108
Gráfica 50. Ultima capacitación	109
Gráfica 51. Vester	117

LISTA DE FIGURAS

	Pag.
Figura 1. Mapa Provincia del Alto Magdalena	49
Figura 2. Mapa de Girardot	50

LISTA DE ANEXOS

	Pag.
ANEXO A. Encuesta	131
ANEXO B. Base De Datos Cámara De Comercio del municipio de Girardot	136
ANEXO C. Base De Datos Investigación Caracterización Socioeconómica De Las MIPYMES De la Provincia del Alto Magdalena, Municipio De Girardot Año 2015	136
ANEXO D. Fotos	137

INTRODUCCIÓN

Las empresas son la unidad básica del desarrollo económico y una pieza clave en el avance hacia el desarrollo sostenible. Por ello realizamos una investigación enfocada a las pequeñas y medianas empresas (mi pymes) del municipio de Girardot Cundinamarca.

El problema planteado de la investigación, se desarrolló con la necesidad de obtener información de calidad, acerca del tipo de estructura económica de las MIPYMES del municipio de Girardot Cundinamarca. Por medio de la aplicación de la encuesta, se pretendió reunir dicha información y además alcanzar los objetivos planteados, como son consolidar la base de datos de las MIPYMES, realizar la prueba piloto, identificar variables socioeconómicas, efectuar el diagnóstico interno, construir la matriz DOFA, y VESTER; por ultimo elaborar un análisis sectorizado de las MIPYMES locales.

El marco teórico girar alrededor de la teoría del crecimiento de la empresa por Penrose, la hipótesis de los sectores económicos por Colín Clark y Jean Fourastié y el panorama internacional en América Latina países como Venezuela, Argentina y Ecuador con su perfil laboral, en el panorama nacional con la ley para el fomento del micro, pequeña y mediana empresa; además de los diferentes trabajos realizados a los demás municipios pertenecientes al alto magdalena del departamento de Cundinamarca. El tipo de investigación adoptada es la descriptiva basada en los métodos cuantitativo y cualitativo, con la información adquirida por el instrumento de recolección de datos la encuesta, y teniendo el método de observación se realizó un análisis y se definió como la población objetivo las MIPYMES del municipio de Girardot Cundinamarca, con un nivel de confianza del 95% se procedió al trabajo de campo donde se aplicaron 363 encuestas, se hizo observación directa y se tuvo en cuenta la base de datos de la cámara de comercio de Girardot.

TITULO

**CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LAS MIPYMES DE LA
PROVINCIA DEL ALTO MAGDALENA, MUNICIPIO DE GIRARDOT AÑO 2015**

1. AREA, LINEA, PROGRAMA

1.1 AREA: Área de administración y organizaciones

1.2 LINEA: Desarrollo organizacional y regional

1.3 PROGRAMA: Administración de empresas

2. PROBLEMA DE INVESTIGACION

2.1 DESCRIPCION DEL PROBLEMA

Las MIPYME han sido la solución a la ausencia de trabajo digno y generación de ingresos para el sostenimiento de la mayoría de los colombianos, somos una nación cuya economía se soporta en empresas de pequeña escala.

Las PYMES, conjuntamente con las microempresas, representan al menos el 90 por ciento del parque empresarial nacional y generan el 73 por ciento del empleo y el 53 por ciento de la producción bruta de los sectores industrial, comercial y de servicios¹. La deficiencia de estadísticas es una de las mayores limitaciones que enfrenta la MIPYME en Colombia, pues no se dispone de información real y actualizada que sirva como soporte para la formulación de políticas y programas que fomenten el desarrollo de este estrato.

Las microempresas en su mayoría son establecimientos que ocupan menos de 5 empleados y se dedican principalmente a desarrollar actividades del sector comercio (especialmente del comercio al por menor) y del sector servicios.

A nivel nacional de acuerdo con el Censo Multisectorial de 2005, 49.9% de las microempresas se dedican a actividades del sector comercio, siendo la principal actividad el comercio al por menor (47.3%). El sector servicios agrupa el 39.1% de las microempresas, mientras que la industria tiene una participación de 11%). Entre las características más relevantes de las Microempresas, se destacan: sus altos niveles de informalidad, sus bajos niveles de asociatividad, la estrechez de los

¹Ministerio de Protección Social y UNAD. Convenio Interadministrativo 562 de 2010. Mipymes y ctas en Colombia. Bogotá, Julio 2003. Pág 2.

mercados a los que dirigen sus productos, el bajo nivel tecnológico y de formación de sus recursos humanos, y el limitado acceso al sector financiero.²

En Girardot y los demás municipios del Alto Magdalena la situación no varía mucho, de acuerdo al estudio Desarrollo Empresarial de las MIPYME de Cundinamarca realizado en el 2007 por estudiantes y docentes de la UDEC, las condiciones socioeconómicas no eran favorables, donde se hallaron especialmente famiempresas, en condiciones desfavorables, cuyos empleados son los miembros de las familias, no reciben salarios, no hay derecho a pensión, se cuenta con salud a través del régimen subsidiado, sin posibilidad de acceder a créditos para ampliar el negocio.

En la actualidad no existe un estudio que identifique las características socioeconómicas de las MIPYME de los municipios de la provincia del Alto Magdalena, Municipio de Girardot, para de esta manera servir de base en la formulación de una política pública que ayude a fortalecerlas, buscando generar empleos y mejorar la calidad de vida de sus habitantes, donde haya una estabilidad y crecimiento económico, estímulo y acompañamiento a los emprendedores, donde su gestión empresarial sea efectiva e innovadora. Por ello es deber de la academia a partir de estudiantes y profesores universitarios con sentido de pertenencia hacia su región, responsabilidad social y compromiso adelantar un estudio de esta magnitud.

2.2 FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Cuál es la situación actual de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, Municipio de Girardot y sus características Socioeconómicas?

² Ministerio de Protección Social y UNAD. Convenio Interadministrativo 562 de 2010. Mipymes y ctas en Colombia. Bogotá, Julio 2003. Pág 9.

3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 OBJETIVO GENERAL

Identificar la caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot con el propósito de establecer su situación actual.

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Consolidar una base de datos actual de las MIPYMES en el municipio de Girardot - Cundinamarca.
- Realizar prueba piloto en el municipio de Girardot - Cundinamarca, buscando identificar variables socioeconómicas.
- Efectuar el diagnóstico interno, a través de diferentes herramientas que permita conocer las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de las MIPYMES locales.
- Proponer alternativas de fortalecimiento a las MIPYMES del municipio de Girardot - Cundinamarca, teniendo en cuenta los resultados obtenidos.

4. JUSTIFICACION

La importancia de las MIPYME en Colombia ha sido discutida por diversos autores, dado el impacto generado a la economía, es necesario realizar un estudio para obtener información de calidad sobre ellas, las cuales han ido creciendo y ampliando su papel preponderante en el desarrollo empresarial. No se dispone de información real y actualizada que sirva como soporte para la formulación de políticas y programas que las fortalezcan.

Se debe entonces estudiar con alguna profundidad, la situación de las MIPYME, a fin de identificar sus características, examinar la manera como enfrentan los retos internos y externos, para informar, a las autoridades locales, las universidades de la región, las organizaciones encargadas de apoyarlas y a ellas mismas, buscando lograr la conformación de una Comunidad de aprendizaje para el Desarrollo empresarial.

El estudio servirá de gran ayuda a todos los involucrados para brindar apoyo a las MIPYME, se busca identificar formas de conducta y actitudes de los propietarios, colaboradores, socios en general que se encuentren en la investigación, también establecer las necesidades de capacitación, información, asesoría y consultoría por parte de las MIPYME y comunicarlas a la Universidad de Cundinamarca, Alcaldías, Asociaciones Gremiales, para construir comunidades de apoyo y aprendizaje.

No se puede olvidar que las MIPYME juegan un importante papel de carácter social, tanto como creadoras de empleo y amortiguadores del problema del desempleo, como por ser un instrumento de cohesión y estabilidad social al dar oportunidades

de empleo (bien sea formal o informal) a colectivos semi o escasamente cualificados³.

Por otra parte la Universidad de Cundinamarca como todas las universidades debe cumplir con la labor encomendada a través de la ley 30 de educación superior de realizar investigación y proyección social cumpliendo con la responsabilidad social, este estudio le permite realizar esta función y a la vez descentralizar en parte el proceso de aprendizaje con sus estudiantes hacia la sociedad, promoviendo que docentes y estudiantes participen en proyectos sociales con actores externos. La iniciativa planteada va dirigida en favor del Desarrollo Humano Sostenible, generando un espacio de aprendizaje innovador y realista, abriéndose hacia la participación social y propiciando la formación integral.

³ Sánchez Murillo Antonio José. Caracterización de la PYME de la localidad de Usaquén, Bogotá, Colombia, 2010. Pág 13, Universidad del Bosque, facultad de ciencias sociales, economía y negocios.

5. MARCO DE REFERENCIA

5.1 MARCO TEORICO

- **TEORÍA DEL CRECIMIENTO DE LA EMPRESA PENROSE**

Edith Penrose al presentar en 1959 su teoría del crecimiento de la empresa, considero que el núcleo de esto estaba implícito en la función de la empresa, la cual era “adquirir y organizar personas y otros recursos siendo rentable para suministrar bienes y servicios a determinado mercado”, y de dicha función derivar una definición apropiada de la empresa, definiéndola como una “colección de recursos dispuestos juntos en un marco administrativo, y sus límites serán determinados por el área de coordinación administrativa y la comunicación autorizada”. Además, esta autora hizo énfasis en la importancia de los recursos gerenciales con experiencia dentro de la empresa y del conocimiento que tienen que poseer acerca de los otros recursos existentes y del uso que deben hacer de los mismos.

Debido a que las actividades de una empresa son distinguidas por su relación con el uso de los recursos productivos para lograr producir y comercializar bienes y servicios, la empresa es más que una unidad administrativa, es también una colección de recursos productivos para lograr producir y comercializar bienes y servicios, la empresa es más que una unidad administrativa es también una colección de recursos productivos para generar servicios.

Otros aspectos de interés del trabajo de Penrose son los relativos a la heterogeneidad y al uso especializado de los recursos. Aunque los economistas usualmente reconocían que los recursos se agrupaban solo en tres categorías (tierra, trabajo y capital). La autora destaco que realmente existe una falta de

homogeneidad a su clasificación pues cada uno puede subdividirse en una gran cantidad de recursos, sobre todo en el caso de los recursos humanos.⁴

- **Sectores económicos**

Los sectores económicos son la división de la actividad económica de un Estado o territorio, atendiendo al tipo de proceso productivo que tenga lugar. Desde la publicación de las obras del australiano Colín Clark en 1940, las actividades económicas se dividen en tres grandes sectores denominados primario, secundario y terciario.

- **La hipótesis de los tres sectores**

Es una teoría económica que divide las economías en tres sectores de actividad: la extracción de materias primas (primario), la manufactura (secundario), y los servicios (terciario). Fue desarrollada por Colín Clark y Jean Fourastié. De acuerdo con esta teoría el principal objeto de la actividad de una economía varía desde el primario, a través del secundario hasta llegar al sector terciario. Fourastié vio el concepto como esencialmente positivo, y en la

- **La Gran Esperanza del Siglo XX**

Escribe sobre el aumento de la calidad de vida, la seguridad social, el florecimiento de la educación y la cultura, una mayor cualificación, la humanización del trabajo y el evitar el desempleo. Los países con una baja renta per cápita están en un estadio temprano de desarrollo; la mayor parte de sus ingresos nacionales son a base de la producción del sector primario. Los países con un estadio más avanzado de desarrollo, con ingresos nacionales intermedios, obtienen sus ingresos del sector secundario principalmente. En los países altamente desarrollados con elevados ingresos, el sector terciario domina las salidas totales de la economía.

⁴ Ibarra Mirón, Santiago. Suarez Hernández, Jesús. La teoría de los recursos y las capacidades: un enfoque actual en la estrategia empresarial. Cuba, Pág.67 Universidad Matanzas, Cuba. Universidad Central de las Villas, Cuba. Departamento de Ing. Industrial.<<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/793552.pdf>>

- **Sector Primario**

El sector primario agrupa las actividades que implican la extracción y obtención de materias primas procedentes del medio natural (agricultura, ganadería, minería, silvicultura y pesca). Es propio de las zonas rurales. Los procesos industriales que se limitan a empaquetar, preparar o purificar los recursos naturales suelen ser considerados parte del sector primario también, especialmente si dicho producto es difícil de ser transportado en condiciones normales a grandes distancias.

- **Sector Secundario**

El sector secundario incluye las actividades que suponen la transformación de las materias primas en productos elaborados, es decir, la industria y la construcción (por ejemplo, siderurgia, sector agroalimentario, etc.; la producción de bienes de consumo en general). Se localiza principalmente en zonas urbanas.

- **Sector Terciario**

El sector terciario, finalmente, es un conjunto mal definido que incluye todas las actividades y prestación de servicios que no pertenecen a los otros dos sectores y que podrían considerarse como actividades de suministro de bienes inmateriales a las personas, a las colectividades o a las empresas. Este sector agrupa los servicios mercantiles y no mercantiles, especialmente el comercio (al por mayor y al por menor), el negocio de automóviles y las reparaciones, el alquiler de viviendas, el correo y las telecomunicaciones, los seguros y finanzas, el turismo y el ocio, la sanidad, la educación, la asesoría, la cultura y los servicios ofrecidos por las administraciones públicas. Normalmente, en los países desarrollados más del 60%

de la población activa trabaja en este sector productivo y en esos casos se habla de la tercerización de la economía.⁵

- **PANORAMA INTERNACIONAL**

América Latina es una región cada vez más interesada en el tema de las MIPYME. Sin embargo, no se encuentra fácilmente disponible la información mínima que permita conocer la situación de estas empresas en cuanto a su definición, al número de estas empresas, la conformación sectorial y su importancia económica.

Por lo anterior, en este trabajo se ha hecho un esfuerzo para obtener un perfil de las MIPYMES en Latinoamérica, no sin las limitaciones que conlleva el realizar una investigación de este tipo; la principal, el acceso a la información, por esta razón se consideraron solamente los siguientes países: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, México, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela.

El perfil de las empresas Latinoamericanas nos será de utilidad para tener un panorama de las diferentes formas que se tiene para clasificar a las MIPYMES, su conformación sectorial y su importancia medida en términos de su aporte en la economía de sus respectivos países. Lo anterior permitirá hacer un llamado de atención a quienes tienen en sus manos las decisiones de implementar políticas públicas que apoyen el desarrollo de este tipo de empresas.

⁵ LIZANO ARAYA, Melvin. Sectores Económicos. Notas de clase, septiembre del 2008, Pág. 1,2. Universidad de Costa Rica. Escuela de Geografía, GF-0206- Geografía Económica: <https://es.scribd.com/doc/6211811/Sectores-Económicos>

- **CLASIFICACIÓN DE MIPYMES**

- **DEFINICIÓN**

Existen una diversidad de criterios para definir y de este modo clasificar a las empresas como micro, pequeñas, medianas y grandes, estos criterios son diferentes, dependiendo del país o entidad que las define y clasifica⁶.

Por lo anterior resulta interesante precisar si las empresas, insertas en el actual contexto económico, presentan características que puedan ser tomadas como elementos que permitan establecer una diferenciación entre grande, pequeña, micro o mediana empresa. En este sentido creemos que hay características comunes a todo tipo de empresa, cualquiera sea su tamaño, su proceso de producción o la naturaleza mercadológica de sus productos o servicios que en determinado momento pudieran permitir establecer una definición.

Así pues, la búsqueda de una unidad de medida y de comparación de tamaño, con el objetivo de la racionalización tecnológica, y de una estrategia de crecimiento individual y sectorial, se convierte en una necesidad, y que al no haber sido resuelta, se acepta una distinción intuitiva, entre gran empresa y MIPYME, clasificación que por otra parte, es dinámica, pues el avance de la técnica y el crecimiento de la demanda, tiende a aumentar ese tamaño.

No existe un índice único, que caracterice la dimensión de la empresa de manera adecuada. Suelen manejarse un extenso espectro de variables (Garza, 2002; Tunal, 2003; Zevallos, 2003):

- a) El número de trabajadores que emplean.
- b) Tipo de producto.

⁶ Saavedra G., María L. y Hernández C., Yolanda. Caracterización e importancia de las MIPYMES en Latinoamérica: un estudio comparativo. Casal, Rosa Aura. Actualidad Contable FACES Año 11 N° 17, Mérida. Venezuela, Julio-Diciembre 2008. Pág. 123. Universidad de Los Andes (ULA), Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Escuela de Administración y Contaduría Pública.

- c) Tamaño de mercado.
- d) Inversión en bienes de producción por persona ocupada.
- e) El volumen de producción o de ventas.
- f) Valor de producción o de ventas.
- g) Trabajo personal de socios o directores.
- h) Separación de funciones básicas de producción, personal, financieras y ventas dentro de la empresa.
- i) Ubicación o localización.
- j) Nivel de tecnología de producción.
- k) Orientación de mercados.
- l) El valor del capital invertido.
- m) El consumo de energía.

- **CLASIFICACIÓN DE LAS MIPYMES EN EL MUNDO**

En el mundo existe una gran variedad de formas de considerar y definir a las micro, pequeñas y medianas empresas, dependiendo de las necesidades propias de cada país o de los objetivos que se persigan. Es decir, en cada país, tomando en cuenta su experiencia y características propias, sus necesidades singulares y los intereses generados de por medio, se pueden esgrimir los argumentos necesarios para aplicar determinada clasificación y con base en ella aplicar las políticas, medidas y estrategias económicas tendientes a propiciar el desarrollo de dichos estratos empresariales⁷.

⁷ Saavedra G., María L. y Hernández C., Yolanda. Caracterización e importancia de las MIPYMES en Latinoamérica: un estudio comparativo. Casal, Rosa Aura. Actualidad Contable FACES Año 11 N° 17, Mérida. Venezuela, Julio-Diciembre 2008. Pág. 124. Universidad de Los Andes (ULA), Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Escuela de Administración y Contaduría Pública.

Cada país define a las MIPYMES utilizando pautas esencialmente cuantitativas que si bien tiene ciertas características similares, también tiene diferencias significativas. Incluso en algunos casos, no hay consenso dentro del mismo país. En la mayoría de los casos, las variables consideradas son cantidad de personal, cifra de ventas y niveles de inversión en activos. Los organismos internacionales con el fin de canalizar los apoyos financieros y logísticos, también se han dado a la tarea de establecer clasificaciones para este sector, así pues de acuerdo con la OCDE.

- **PANORAMA NACIONAL**

- **CLASIFICACIÓN**

⁸En Colombia, según la Ley para el Fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, Ley 590, las PYMES se clasifican así:

- Microempresa: Personal no superior a 10 trabajadores. Activos totales inferiores a 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes
- Pequeña Empresa: Personal entre 11 y 50 trabajadores. Activos totales mayores a 501 y menores a 5.001 salarios mínimos mensuales legales vigentes.
- Mediana: Personal entre 51 y 200 trabajadores. Activos totales entre 5.001 y 15.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

El aporte de micro, pequeña y mediana empresa industrial se refleja en estos indicadores:

La Encuesta Anual Manufacturera nos permite valorar la incidencia de la MIPYME en el panorama empresarial colombiano. Representan el 96.4% de los

⁸ Saavedra G., María L. y Hernández C., Yolanda. Caracterización e importancia de las MIPYMES en Latinoamérica: un estudio comparativo. Casal, Rosa Aura. Actualidad Contable FACES Año 11 N° 17, Mérida. Venezuela, Julio-Diciembre 2008. Pág. 125. Universidad de Los Andes (ULA), Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Escuela de Administración y Contaduría Pública.

establecimientos, aproximadamente el 63% del empleo; el 45% de la producción manufacturera, el 40% de los salarios y el 37% del valor agregado. Son más de 650.000 empresarios cotizando en el sistema de seguridad social.

En cuanto a productividad no se tienen datos en ACOPI.

La distribución geográfica de las unidades, establece que la PYME en términos generales sigue la misma tendencia del total de la industria manufacturera y reúne prácticamente el 70% en los cuatro (4) principales centros productivos: Cundinamarca–Bogotá, Antioquia, Valle y Atlántico.

- **PRINCIPALES SECTORES**

En cuanto al desarrollo sectorial de la PYME, se observa la gran concentración de la industria en aquellos segmentos basados en el aprovechamiento de los recursos naturales, tanto de origen agropecuario como minero. Este grupo de sectores representa el 71% de la producción industrial. Si excluimos la refinación de petróleo y la industria petroquímica, la manufactura basada en el aprovechamiento de los recursos naturales representa aproximadamente el 60% del total industrial.

Los principales sectores son: Alimentos, Cuero y Calzado, Muebles y Madera, Textil y Confecciones, Artes Gráficas, Plástico y Químico, Metalúrgico y Metalmecánico, Autopartes y Minerales no Metálicos.

- **NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS**

Según datos de Confecámaras, en el 2001 existían en Colombia 43.242 pequeñas empresas y 8.041 medianas.

Según el DANE, Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas, en su primera encuesta nacional de micro establecimientos de comercio, servicios e industria realizada en el último trimestre de 2001, en el año 2000 en Colombia

existían 967.315 micro establecimientos, de los cuales el 58% estaba en el comercio, el 30 por ciento en servicios y el 12.5 por ciento en la industria.

Durante ese periodo, los micro establecimientos generaron 1.094.755 empleos, lo que sería equivalente a 1.1 empleos por establecimiento.

La relación de empleo por establecimiento es del 1.8 por ciento en el sector comercio, 2.8 por ciento en la industria y 2.5 por ciento en los servicios.

La encuesta señala también que en el 2000 existían alrededor de 7.600 establecimientos industriales con más de 10 trabajadores y 120.785 microempresas.

En el comercio, los establecimientos con más de 20 trabajadores totalizaban 3.832, ocupaban a 215.818 personas y realizaban ventas por 40.2 billones de pesos. Los micronegocios con no más de 10 trabajadores eran 558.000, generaban 556.775 empleos y registraban ventas de 8 billones de pesos.

- **VENTAS**

Las ventas de la PYME en el mercado interno crecieron 1.3%. Fue así como, la pequeña recuperación del mercado interno propició que las ventas pasarán de crecer 0% en el bimestre septiembre - octubre, a 2.4% en el último bimestre, tasa superior a la de la gran empresa que fue de 2.1%.

Las ventas de la PYME DEL COMERCIO AL POR MENOR CRECIERON 3.7%. Este crecimiento se explicó principalmente por el crecimiento del comercio de alimentos, productos diversos, textiles, muebles y confecciones. De las 12 actividades analizadas para el comercio, 11 mostraron un crecimiento positivo en 2001. La evolución del comercio PYME depende en gran medida de lo que pase con el sector de alimentos, pues éste equivale a 37% del total de las ventas. Este sector creció 8% real en 2001.

Las ventas de la PYME de servicios crecieron 1.2%. Entre los sectores que registraron el mayor crecimiento están los de actividades financieras diferentes de las intermediación, (casas de cambio, bolsas de valores, comisionistas, etc.), seguido de las actividades inmobiliarias, comunicaciones y los otros servicios. De las actividades con mayor participación dentro del total de servicios PYME (comunicaciones, sector financiero, hoteles y restaurantes) sólo las de intermediación financiera registraron una reducción real de -4% en sus ventas en 2001. Sobresale en especial el crecimiento del sector de comunicaciones, cuyas ventas crecieron 10% real el año pasado. Este crecimiento puede explicarse en el aumento de la oferta de servicios de comunicación por Internet, cable y las estaciones de llamadas que han tomado fuerza en las diferentes ciudades.

- **FINANCIAMIENTO**

El fondo Nacional de Garantías ha jugado un papel muy importante en el respaldo de los créditos de las MIPYMES ante la banca comercial.

Se mantiene vigente la necesidad de conformar una verdadera Banca de Desarrollo para las MIPYMES colombianas.

5.2 MARCO CONCEPTUAL

- **Empleo Formal**

Es aquel que se encuentra formalizado mediante la celebración de un contrato de trabajo entre el trabajador y el empleador, y se ajusta a los requerimientos de ley, lo cual involucra pago de impuestos, seguridad social, prestaciones, etc. Como tal, puede ejercerse tanto en el sector público como en el privado, y forma parte de las estadísticas oficiales.

- **Empresa Constituida**

Una empresa constituida es la que se ha registrado con el estado en la que se estableció su sede central con el fin de proveerla con un estado jurídico distinto de sus funcionarios y empleados. Una corporación tiene un estado de "personalidad jurídica o legal", ello la hace una entidad jurídica con capacidad de firmar contratos y ser demandada. Esto es a diferencia a una forma de propietario exclusivo de la empresa, que es legalmente igual que su dueño.

- **Economía Formal**

Corresponde con todas las actividades económicas, que se generan en un territorio determinado y bajo ciertas restricciones legales que regulan el cumplimiento de ciertos postulados (leyes) que ordenan la convivencia social organizada; y protegen a los trabajadores a través de la seguridad social (asignaciones familiares, entre otras), como así también de las eventualidades o contingencias mientras se está realizando o prestando actividades o tareas laborales (enfermedades, seguro de vida, protección contra accidentes, etc).

- **MIPYME**

Una micro empresa o microempresa es una empresa de tamaño pequeño. Su definición varía de acuerdo a cada país, aunque, en general, puede decirse que una microempresa cuenta con un máximo de diez empleados y una facturación acotada. Por otra parte, el dueño de la microempresa suele trabajar en la misma. La microempresa puede enmarcarse dentro de las pequeñas y medianas empresas (pymes). Se trata de compañías que no tienen una incidencia significativa en el mercado (no vende en grandes volúmenes) y cuyas actividades no requieren de grandes sumas de capital (en cambio, predomina la mano de obra).

- **Caracterización**

La caracterización es una fase descriptiva con fines de identificación, entre otros aspectos, de los componentes, acontecimientos (cronología e hitos), actores, procesos y contexto de una experiencia, un hecho o un proceso. La caracterización es un tipo de descripción cualitativa que puede recurrir a datos o a lo cuantitativo con el fin de profundizar el conocimiento sobre algo.

Desde una perspectiva investigativa la caracterización es una fase descriptiva con fines de identificación, entre otros aspectos, de los componentes, acontecimientos (cronología e hitos), actores, procesos y contexto de una experiencia, un hecho o un proceso (Sánchez Upegui, 2010).⁹

La caracterización es un tipo de descripción cualitativa que puede recurrir a datos o a lo cuantitativo con el fin de profundizar el conocimiento sobre algo. Para cualificar ese algo previamente se deben identificar y organizar los datos; y a partir de ellos, describir (caracterizar) de una forma estructurada; y posteriormente, establecer su significado (sistematizar de forma crítica) (Bonilla, Hurtado & Jaramillo, 2009).¹⁰

⁹ Sánchez Upegüi, A. Introducción: ¿qué es caracterizar? Medellín, (2010).Pag 1Fundación Universitaria Católica del Norte.

¹⁰ Bonilla Castro E., Hurtado Prieto J. & Jaramillo Herrera C. (2009). La investigación. Aproximaciones a la construcción del conocimiento científico. Colombia: Alfaomega.

Agrega Sánchez Upegui que la caracterización es una descripción u ordenamiento conceptual (Strauss & Corbin, 2002), que se hace desde la perspectiva de la persona que la realiza. Esta actividad de caracterizar (que puede ser una primera fase en la sistematización de experiencias) parte de un trabajo de indagación documental del pasado y del presente de un fenómeno, y en lo posible está exenta de interpretaciones, pues su fin es esencialmente descriptivo.¹¹

- **Impacto social**

“El impacto puede verse como un cambio en el resultado de un proceso (producto). Este cambio también puede verse en la forma como se realiza el proceso o las prácticas que se utilizan y que dependen, en gran medida, de la persona o personas que las ejecutan. Esta definición se refiere a cambios, pero se diferencia de otras definiciones en que este cambio ocurre en los procesos y productos, no en las personas o grupos.

- **Organización**

Se conoce como organización a la forma como se dispone un sistema para lograr los resultados deseados. Es un convenio sistemático entre personas para lograr algún propósito específico.

- **Direccionamiento estratégico**

El direccionamiento estratégico es la forma como las directivas de la institución planean la organización a un horizonte de tiempo determinado.

¹¹ Strauss A. & Corbin J. (2002). Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada. Medellín: Universidad de Antioquia.

- **Análisis del sector**

El análisis del sector es un ingrediente básico del análisis externo de la competencia. Proporciona descripciones resumidas de la competencia que son útiles para la toma de decisiones estratégicas porque identifican los mercados relevantes que la empresa está sirviendo.

- **Sectorización**

Delimitación de funciones y competencias en sectores homogéneos de actividad, para precisar responsabilidades, evitar duplicidad de funciones y permitir que las decisiones y acciones gubernamentales fluyan de manera rápida y eficiente.

5.3 MARCO LEGAL

- **LEY 590 DE 2000.** Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las: micro, pequeñas y medianas empresa.

CONSTITUCION POLITICA DE COLOMBIA

TITULO II DE LOS DERECHOS, LAS GARANTIAS Y LOS DEBERES

Artículo 25. El trabajo es un derecho y una obligación social y goza, en todas sus modalidades, de la especial protección del Estado. Toda persona tiene derecho a un trabajo en condiciones dignas y justas.

Artículo 26. Toda persona es libre de escoger profesión u oficio. La ley podrá exigir títulos de idoneidad. Las autoridades competentes inspeccionarán y vigilarán el ejercicio de las profesiones. Las ocupaciones, artes y oficios que no exijan formación académica son de libre ejercicio, salvo aquellas que impliquen un riesgo social.

Las profesiones legalmente reconocidas pueden organizarse en colegios. La estructura interna y el funcionamiento de éstos deberán ser democráticos. La ley podrá asignarles funciones públicas y establecer los debidos controles.

Artículo 53. El Congreso expedirá el estatuto del trabajo. La ley correspondiente tendrá en cuenta por lo menos los siguientes principios mínimos fundamentales:

Igualdad de oportunidades para los trabajadores; remuneración mínima vital y móvil, proporcional a la cantidad y calidad de trabajo; estabilidad en el empleo; irrenunciabilidad a los beneficios mínimos establecidos en normas laborales; facultades para transigir y conciliar sobre derechos inciertos y discutibles; situación más favorable al trabajador en caso de duda en la aplicación e interpretación de las

fuentes formales de derecho; primacía de la realidad sobre formalidades establecidas por los sujetos de las relaciones laborales; garantía a la seguridad social, la capacitación, el adiestramiento y el descanso necesario; protección especial a la mujer, a la maternidad y al trabajador menor de edad.

El estado garantiza el derecho al pago oportuno y al reajuste periódico de las pensiones legales.

Los convenios internacionales del trabajo debidamente ratificados, hacen parte de la legislación interna.

La ley, los contratos, los acuerdos y convenios de trabajo, no pueden menoscabar la libertad, la dignidad humana ni los derechos de los trabajadores.

Artículo 54. Es obligación del Estado y de los empleadores ofrecer formación y habilitación profesional y técnica a quienes lo requieran. El Estado debe propiciar la ubicación laboral de las personas en edad de trabajar y garantizar a los minusválidos el derecho a un trabajo acorde con sus condiciones de salud.

Artículo 57. La ley podrá establecer los estímulos y los medios para que los trabajadores participen en la gestión de las empresas.

Artículo 333 Régimen Económico y De La Hacienda Pública

La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial. El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado

nacional. La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación.

- **LEY 1014 DE 2006, FOMENTO A LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO**

La Ley 1014 de 2006, o ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, tiene como objeto “Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país “. Esta ley enfatiza el fomento y creación de vínculos entre el sistema educativo y el productivo por medio de una cátedra de emprendimiento, con el fin de contribuir al crecimiento de la economía del país.

A su vez, fomenta la cultura de la cooperación, ahorro y diversas maneras de asociatividad. Este dinámico nexo entre el sector educativo e industrial se refuerza por medio de voluntariados empresariales y la opción de hacer planes de negocios, a cambio del trabajo de grado. El Estado establece sus obligaciones para posibilitar la protección y garantía de esta ley, entre los que se encuentran: buscar la asignación de recursos públicos para el apoyo a redes de emprendimiento debidamente registradas en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Asimismo, promete buscar acuerdos con las entidades financieras para hacer que los planes de negocios de los nuevos empresarios sirvan como garantía para el otorgamiento de crédito.

Su marco institucional está compuesto por las entidades adscritas a la Red Nacional de Emprendimiento Pensamiento & gestión, Universidad del Norte, Política pública y creación de empresas en Colombia Sena, Departamento Nacional de Planeación, Colciencias y Acopi, entre otros importantes establecimientos. Los delegados de la Red deberán ser permanentes. Para garantizar la efectividad de la ley, a nivel región, habrá una Red Regional para el Emprendimiento, entre cuyos delegados se podrán encontrar instituciones como la Gobernación Departamental, el SENA, la Cámara de Comercio y la alcaldía, entre otros. Por medio de las redes será posible establecer mesas de trabajo y formular planes estratégicos para permitir el

desarrollo integral y sostenido de la cultura de emprendimiento en el país. Como función importante de éstas, se plantearán instrumentos para examinar la calidad de los programas que se estén implementando. Se promoverán, a su vez, estudios de emprendimiento para conocer el nivel nacional y regional de creación, promoción y apoyo a las nacientes empresas.

- **LEY 29 DE 1990, CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

La Ley 29 de 1990, llamada Ley de Ciencia y Tecnología, es el marco que regula las disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico, y la promoción de empresas basadas en innovación y desarrollo tecnológico. Es la ley soporte del establecimiento de incubadoras de empresas y de parques tecnológicos en Colombia.

La ley señala el marco dentro del cual el Estado y sus entidades se pueden asociar con particulares en “actividades científicas y tecnológicas, proyectos de investigación y creación de tecnología”.

La Ley de Ciencia y Tecnología es desarrollada mediante los decretos 393, 591 y 585 de 1991, que reglamentan las modalidades de asociación y los tipos de proyectos que pueden ser incluidos como actividades científicas y tecnológicas. Específicamente se afirma que son objeto de la ley los “[...] proyectos de innovación que incorporen tecnología, creación, generación, apropiación y adaptación de la misma, así como la creación y el apoyo a incubadoras de empresas de base tecnológica.

Ley de Racionalización del Gasto Público

La Ley 344 de 1996, por la cual se dictan normas tendientes a la racionalización del gasto público, en su Artículo 16 obliga al Sena a destinar el 20% de sus ingresos al desarrollo de programas de competitividad y de desarrollo productivo.

También constituye un importante mecanismo de promoción de la creación de empresas. Específicamente, el Artículo señala: De los ingresos correspondientes a los aportes sobre las nóminas de que trata el numeral cuarto del Artículo 30 de la Ley 119 de 1994, el Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA, destinará un 20% de dichos ingresos para el desarrollo de programas de competitividad y desarrollo tecnológico productivo.

El SENA ejecutará directamente estos programas a través de sus centros de formación profesional o podrá realizar convenios en aquellos casos en que se requiera la participación de otras entidades o centros de desarrollo tecnológico.

Ley MIPYME, que sirve de soporte a la política; promoción de la capacidad emprendedora; reducción de incertidumbre y apoyo a la comercialización; apoyo integral al proceso de creación de nuevas empresas; financiamiento; creación de empresas innovadoras y con vocación exportadora; y desarrollo institucional.

El primer elemento, Ley MIPYME, como ya se señaló, constituye el marco normativo específico de la promoción y desarrollo de las MIPYME en Colombia; su objetivo es crear mejores condiciones institucionales para su creación y funcionamiento.

El segundo elemento promoción de la capacidad emprendedora se propone mostrar las ventajas de ser empresario y promocionar los valores del trabajo, la independencia, la superación y la solidaridad, de tal forma que la figura de empresario constituya un modelo de referencia para los colombianos. En este sentido la política plantea una estrategia de promoción masiva que se inicia en los hogares y se expande por todos los niveles educativos, muestra la historia empresarial colombiana y fomenta la realización de cursos sobre creación de empresas en las universidades y centros de educación primaria y secundaria.

El tercer elemento, reducción de incertidumbres y apoyo a la comercialización, está dirigido a la creación de un banco de ideas y a su articulación a los planes de

desarrollo regional y gremiales, y a la vinculación de los organismos de apoyo y emprendedores a los programas y servicios del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

El cuarto elemento apoyo integral durante el proceso de creación de nuevas empresas se concibe en función del desarrollo de habilidades empresariales y conocimientos administrativos, preparación de un plan de negocios y puesta en marcha y consolidación de la empresa. En este sentido, se destaca el desarrollo de un software para la elaboración del plan de negocio por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el desarrollo de otro software que agiliza la legalización de empresas en las Cámaras de Comercio de las principales ciudades del país, el registro único empresarial que contempla la Ley MIPYME, y el acceso a recursos del Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Técnica en el Exterior (icetex), para la formación y capacitación de personas vinculadas a las nuevas empresas.

El quinto elemento financiamiento corresponde al diseño de medidas económicas El sexto elemento creación de empresas innovadoras y con vocación exportadora se contempla como parte del propósito del gobierno colombiano de promover la internacionalización de sus empresas.

El séptimo y último elemento de la política corresponde a lo que el gobierno llama desarrollo institucional, el cual consiste en el diseño de medidas de formación y capacitación, sistemas de información, evaluación y control, y el fortalecimiento de la capacidad financiera.

- **LEY 1429 DE 2010, FORMALIZACIÓN Y GENERACIÓN DE EMPLEO**

ARTÍCULO 1o. OBJETO. La presente ley tiene por objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las

etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse.

ARTÍCULO 2o. DEFINICIONES.

1. Pequeñas empresas: Para los efectos de esta ley, se entiende por pequeñas empresas aquellas cuyo personal no sea superior a 50 trabajadores y cuyos activos totales no superen los 5.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

2. Inicio de la actividad económica principal: Para los efectos de esta ley, se entiende por inicio de la actividad económica principal la fecha de inscripción en el registro mercantil de la correspondiente Cámara de Comercio, con independencia de que la correspondiente empresa previamente haya operado como empresa informal.

3. Tipos de informalidad de empleo: para los efectos de esta ley, existirán 2 tipos de informalidad de empleo:

a) Informalidad por subsistencia: Es aquella que se caracteriza por el ejercicio de una actividad por fuera de los parámetros legalmente constituidos, por un individuo, familia o núcleo social para poder garantizar su mínimo vital.

b) Informalidad con capacidad de acumulación: Es una manifestación de trabajo informal que no necesariamente representa baja productividad.

5.4 MARCO GEOGRAFICO

Figura 1. Mapa Provincia del Alto Magdalena

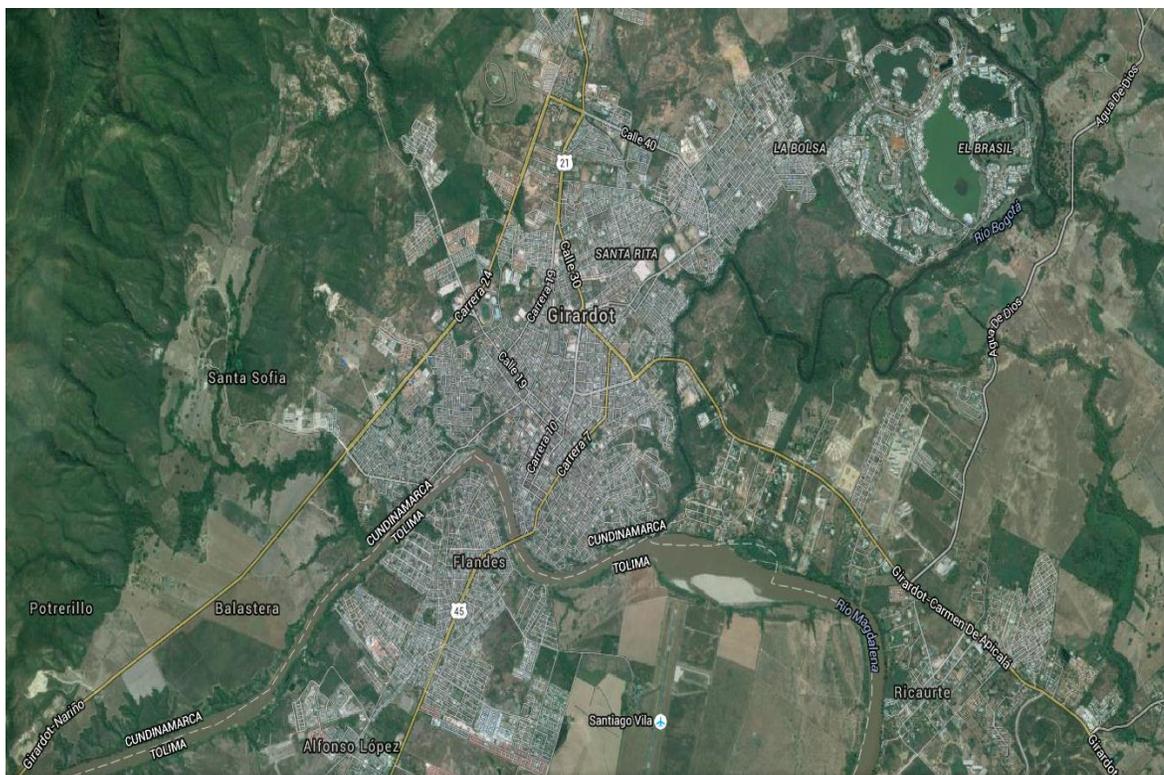


Fuente. CEPEC - Universidad del Rosario, construcción propia

La Provincia de Alto Magdalena se encuentra localizada al suroccidente del departamento de Cundinamarca, limita por el norte con la Provincia de Magdalena Centro, por el sur y el occidente con el departamento del Tolima, y por el oriente con las provincias de Sumapaz y Tequendama. Tiene una extensión territorial de 1.184 km², el 5,3% del área total del departamento, lo que le permite ubicarse como la decia Provincia en cuanto a tamaño en el departamento. Su jurisdicción comprende

los municipios de Agua de Dios, Guataquí, Jerusalén, Nariño, Nilo, Ricaurte, Tocaima y Girardot.¹²

Figura 2. Mapa de Girardot



Fuente. <https://www.google.com.co/maps/place/Girardot,+Cundinamarca/@4.2969023,74.7986631,8470m/data=!3m1!1e3!4m2!3m1!1s0x8e3f28eb1616af2b:0x1d71759ce9e2c519!5m1!1e4!6m1!1e1?hl=es>

Girardot es una ciudad colombiana ubicada en el departamento de Cundinamarca, provincia de Alto Magdalena de la cual es capital. Limita al norte con el municipio de Nariño y Tocaima, al sur con el municipio de Flandes y el Río Magdalena, al oeste con el municipio de Nariño, el Río Magdalena y el municipio de Coello y al este con el municipio de Ricaurte y el Río Bogotá. Girardot es después de Soacha,

¹² Secretaría de Planeación de Cundinamarca con base en información de POT Municipales hasta Octubre de 2007.

la ciudad más importante de Cundinamarca por su población, centros de educación superior, economía y extensión urbana. También, es una de las ciudades con más afluencia de turistas y población flotante del país. Girardot junto con su conurbación con los municipios de Flandes y Ricaurte conforma el área urbana más importante de Cundinamarca después de la conurbación Bogotá y Soacha, con más de 160.000 habitantes.

6. DISEÑO METODOLÓGICO

6.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para la realización de este trabajo se adoptará el tipo de investigación descriptiva. El objetivo de este tipo de investigación es conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y características socioeconómicas de las MIPYMES del municipio de Girardot en el año 2015. Esta meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables, medio por el cuales se espera lograr los objetivos propuestos.

En la investigación descriptiva los investigadores no son solamente tabuladores, sino que hacen la respectiva recolección de datos sobre la base de una información, de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento y búsqueda de la verdad.

6.2 METODO DE INVESTIGACIÓN

La investigación se basa en el método cuantitativo y cualitativo. El método cuantitativo se distingue por medir valores cuantificables, que pueden ser frecuencias, porcentajes, costos, tasas y magnitudes, entre otros. Para la recolección de información de esta investigación se llevara a cabo la encuesta, un método utilizado frecuentemente para medir tanto las vivencias de las personas como sus opiniones. También se hará uso de la observación, la cual se usa para medir aspectos cuantificables de comportamientos. Puede ser directa o indirecta (se refiere a si la población se da cuenta que está siendo observada) y es normalmente no participativa (la persona que investiga queda al margen de la acción y no comunica con las personas observadas durante la aplicación del instrumento).

El método cualitativo es utilizado para hacer interpretaciones y análisis de experiencias, percepciones y valores donde se profundiza en el contenido. Normalmente se aplica los métodos cualitativos a una muestra relativamente pequeña para poder indagar mucho más en sus experiencias. En este método se utilizara la entrevista para la recolección de información. La entrevista es idónea en muchas situaciones, por ejemplo, para recoger información que no está disponible en archivos o informes; o para conocer las experiencias y percepciones de sectores de la población que son más vulnerables o marginados, particularmente mujeres migrantes o desplazadas, víctimas de trata, en situación de conflicto, mujeres afro descendientes o indígenas, personas de la comunidad LGBTI o víctimas de violencia sexual, entre otras. También se llevara a cabo la observación para la recolección de información. La observación cualitativa puede ser directa o indirecta, participativa o no participativa, aunque normalmente es directa y hay algún nivel de interacción entre las dos partes. Se aplica para conocer la calidad u otro aspecto de los servicios; la formación; procesos de organización o incidencia.

6.3 MUESTRA

Se realiza un Muestreo Aleatorio Simple, en esta técnica, cada miembro de la población tiene la misma probabilidad de ser seleccionado como sujeto. Todo el proceso de toma de muestras se realiza en un paso, en donde cada sujeto es seleccionado independientemente de los otros miembros de la población.

N: Población o Universo

K: Nivel de Confianza

K	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2	2,58
Nivel de Confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95.5%	99%

e: Margen de Error

p: Es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio.

q: Es la proporción de individuos que no poseen esa característica.

n: Tamaño de la Muestra.

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

N: 1.576

k: 95%

e: 5%

p: 0.5

q: 0.5

n= 363

Se obtiene como resultado de la fórmula una Muestra total de 363 MIPYMES.

6.4 POBLACIÓN

La población objetivo del proyecto son las MIPYMES del municipio de Girardot; se encuentran registradas en Cámara y Comercio 1.576 MIPYMES actualmente, de las cuales serán encuestadas 365 MIPYMES para la elaboración de esta investigación.

7. RECURSOS REQUERIDOS

Recurso humano

- Responsables de la investigación
- Colaboradores
- Director del trabajo de investigación

Recursos institucionales

- Biblioteca
- Bibliografía especializada e internet

Materiales

- Elementos de escritorio y computadora

Recursos financieros

- El costo del presente trabajo de investigación es:

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Servicio de Internet	\$ 100.000
Papel para imprimir	\$ 20.000
Impresión	\$ 80.000
Gastos de Movilidad	\$ 180.000
Otros	\$ 100.000
TOTAL	\$480.000

Fuente: Los autores

8. CAPITULO I. BASE DE DATOS DE LAS EMPRESAS MYPYMES

8.1 APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

8.1.1 Información Personal

Gráfica 1. Nivel de Escolaridad

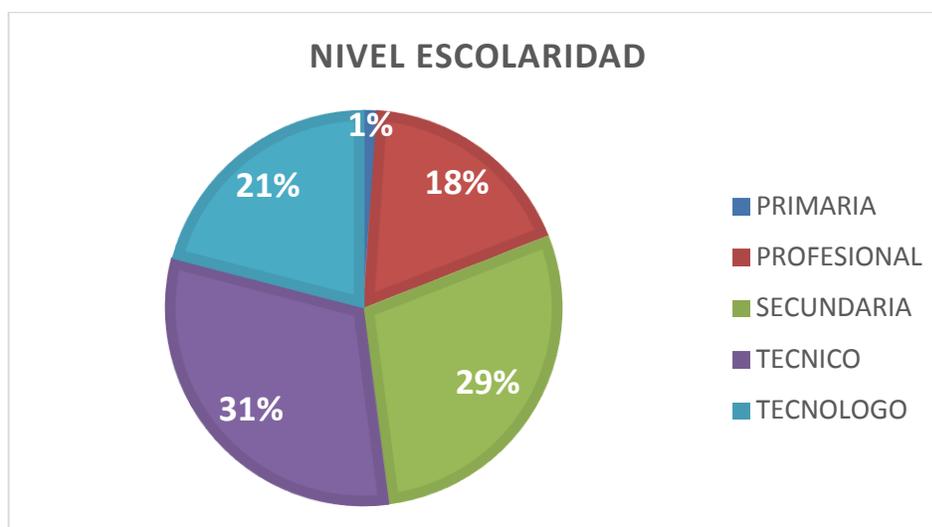


TABLA 1. Nivel de Escolaridad

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
PRIMARIA	1%	4
PROFESIONAL	18%	65
SECUNDARIA	29%	105
TECNICO	31%	113
TECNOLOGO	21%	76
Total general	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

De acuerdo a la gráfica 1. Se evidencia que el nivel de escolaridad de los propietarios de las mi pymes del municipio de Girardot Cundinamarca se encuentra posicionado en nivel técnico con un 31%, seguido de básica secundaria con un 29%, luego se encuentra el nivel tecnólogo con un 21%, profesional con un 18% y por ultimo encontramos un 1% en primaria.

Concluyendo con los resultados en el municipio de Girardot Cundinamarca la mayoría de los encuestados han cursado carreras técnicas, se ve reflejada la educación como un factor importante para los Girardoteños, además de esto es necesario destacar las políticas implementadas por la alcaldía para el fortalecimiento de la educación como el fondo educativo municipal para la formación técnica, tecnológica y profesional, los subsidios otorgados a la población vulnerable, los convenios con el Sena , y apoyo en programas de innovación, emprendimiento.

Gráfica 2. GENERO

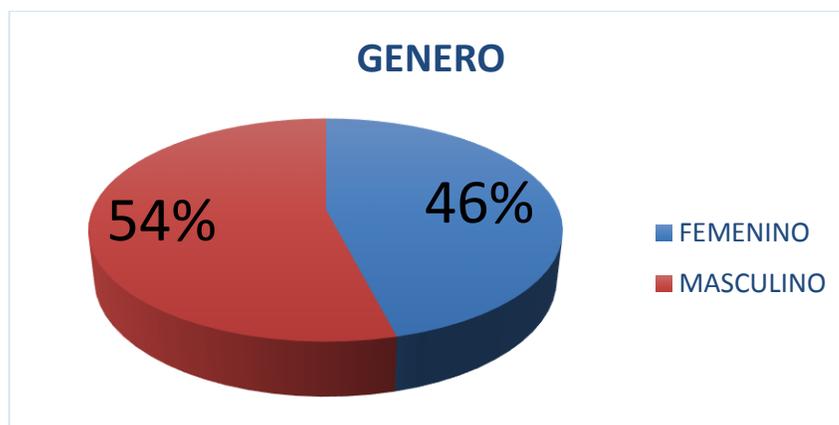


Tabla 2. Género

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
FEMENINO	46%	167

MASCULINO	54%	196
Total general	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

De acuerdo a la gráfica 2, se identifica que en el municipio de Girardot Cundinamarca está conformado con un 54% de empresarios de género masculino y un 46% equivalente al género femenino.

Según los encuestados se detectó que en el municipio de Girardot Cundinamarca el género masculino es predominante frente al género femenino, son más impulsores a la creación de pequeñas y medianas empresas en el municipio Girardot Cundinamarca.

Gráfica 3. Estado Civil

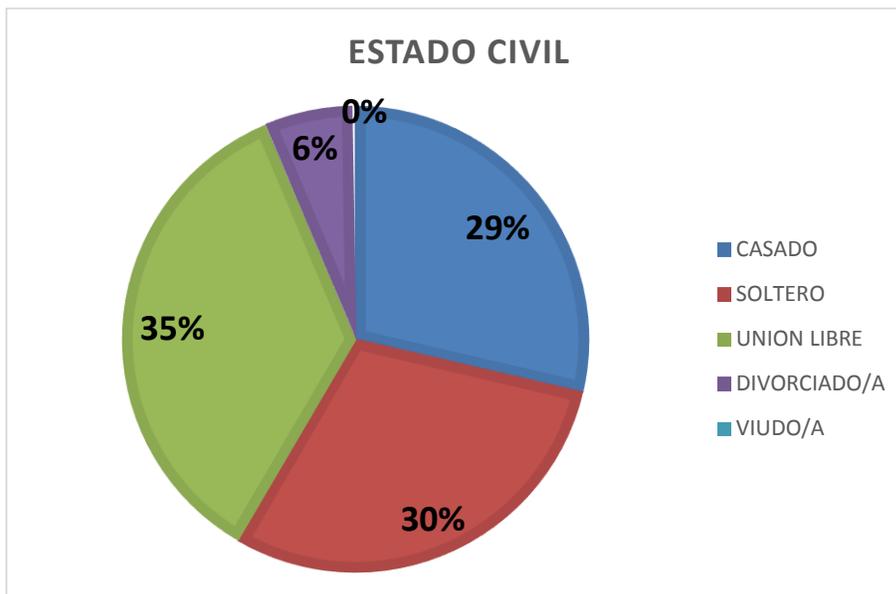


Tabla 3. Estado Civil

REGISTROS		
	PORCENTAJE	ABSOLUTO
CASADO	29%	104
SOLTERO	30%	108
UNION LIBRE	35%	128
DIVORCIADO/A	6%	22
VIUDO/A	0%	1
Total general	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

En la gráfica 3, se observa que en el municipio de Girardot Cundinamarca la mayoría de los encuestados viven en unión libre con un 35%, un 30% se mantienen solteros, seguidos de un 29% de los encuestados que se encuentran casados, un 6% divorciados.

Es predominante en la cultura del municipio de Girardot Cundinamarca convivir en unión libre, seguida de la significativa cantidad de personas solteras jóvenes que habita en la región, es importante tener en cuenta la cantidad de productividad por parte de esa generación dedicada a estudiar, y a laborar.

Gráfica 4. Cantidad De Personas Que Conforman El Núcleo Familiar

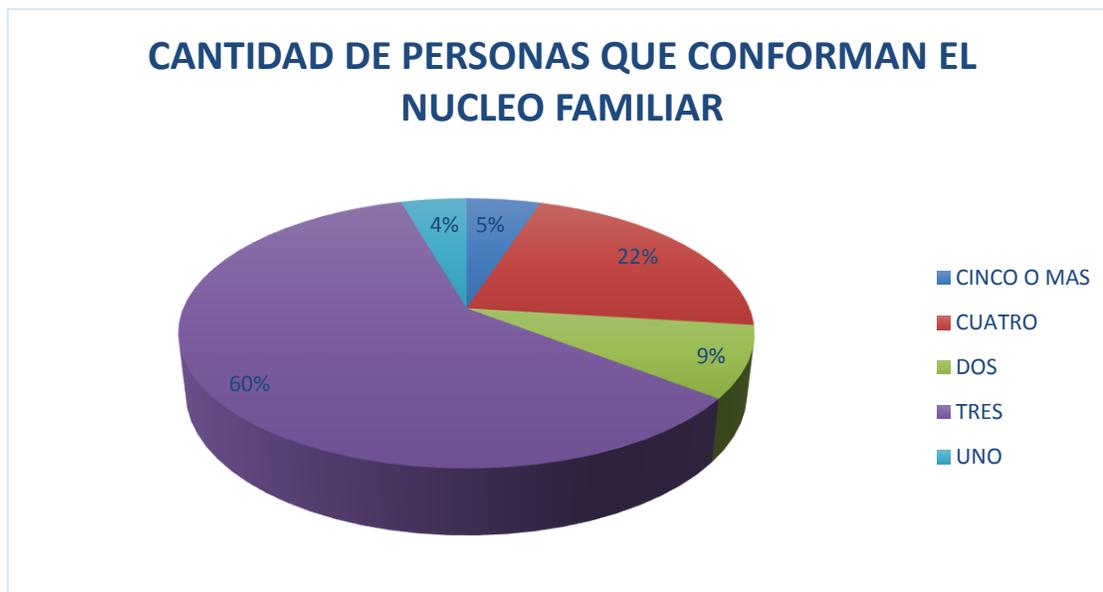


Tabla 4. Cantidad De Personas Que Conforman El Núcleo Familiar

REGISTROS		
	PORCENTAJE	ABSOLUTO
CINCO O MAS	5%	18
CUATRO	22%	80
DOS	9%	31
TRES	60%	218
UNO	4%	16
Total general	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

En la gráfica 4, se visualiza el 60% de los encuestados poseen un núcleo familiar de tres personas, un 22% constituidas por cuatro personas, un 9% por dos personas seguido de un 5% conformadas de cinco personas en adelante y por ultimo un 4% representado en tan solo una persona.

Según los resultados en el municipio de Girardot Cundinamarca se afirma que las familias están constituidas la gran parte por tres personas, además de considerarse esa unión como un factor fundamental para la población, además de impulsar la decisión de crear empresa al surgir necesidades en su entorno de mejorar la calidad de vida.

Gráfica 5. Conformación Del Núcleo Familiar

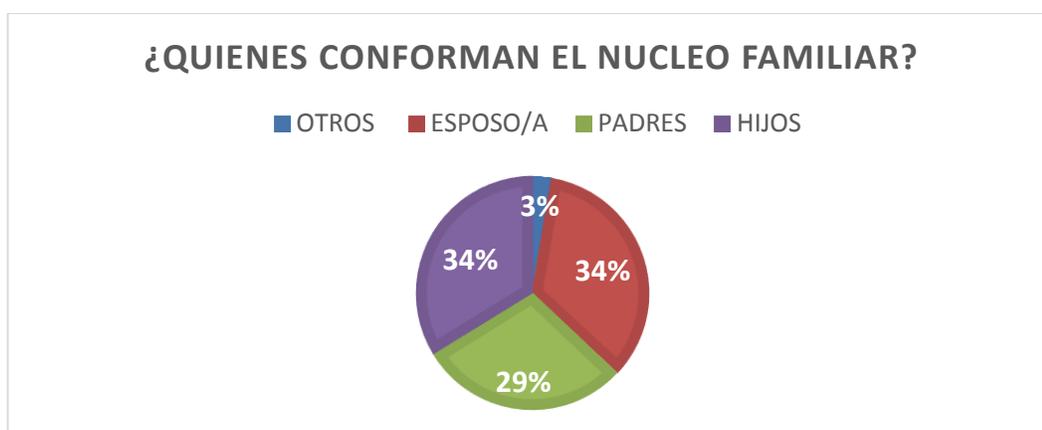


Tabla 5. Conformación Del Núcleo Familiar

REGISTROS	
	PORCENTUAL
OTROS	3%
ESPOSO/A	34%
PADRES	29%
HIJOS	34%
Total General	100%

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

De acuerdo con lo relacionado a la gráfica anterior se analiza que en el municipio de Girardot Cundinamarca el núcleo familiar se conforma en un 34% esposo/a, 34% hijos, 29% padres y un 3% otras personas.

Según el análisis anterior corrobora que el núcleo familiar de los empresarios esta basados en sus esposo/a e hijos, seguidos de sus padres y en algunos casos de otras personas.

Gráfica 6. Personas Mayores De Edad Conforman El Núcleo Familiar

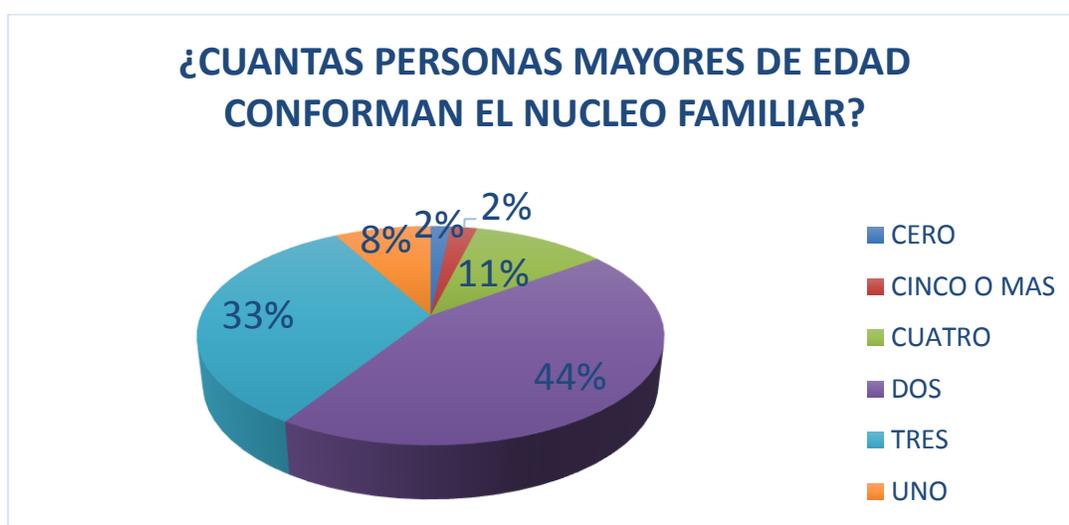


Tabla 6. Personas Mayores De Edad Conforman El Núcleo Familiar

REGISTRO		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
CERO	2%	6
CINCO O MAS	2%	8
CUATRO	11%	40
DOS	44%	160
TRES	33%	120
UNO	8%	29
Total general	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

Los resultados de la gráfica 6, arrojan unos datos donde al analizarlo muestra que en el municipio de Girardot Cundinamarca el número de personas mayores de edad que conforman el núcleo familiar, se distingue de la siguiente manera un 44% de dos personas, el 33% tres personas, el 11% cuatro personas, el 8% una persona y por último se encontró que entre cinco personas o más se encuentra el 2% como también el 2% en cero personas.

Según lo anterior se interpreta, los núcleos familiares del municipio de Girardot Cundinamarca están constituidas por dos personas mayores de edad.

Gráfica 7. Personas Mayores De Edad que Trabajan



Tabla 7. Personas Mayores De Edad que Trabajan

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
CUATRO	3%	12
DOS	42%	151
TRES	40%	144
UNO	15%	56
Total general	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

Se aprecia en la gráfica 7, que en el municipio de Girardot Cundinamarca el número de personas laborando según el núcleo familiar es de dos personas con un 42%, seguido de un 40% tres personas, un 15% una persona y un 3% cuatro personas.

Según los resultados se analizó puntualmente son dos personas las que sostienen su núcleo familiar en su mayoría, por ende esto, reincide en la necesidad de crear empresa para consumo y mejora de su calidad de vida.

Gráfica 8. Hijos

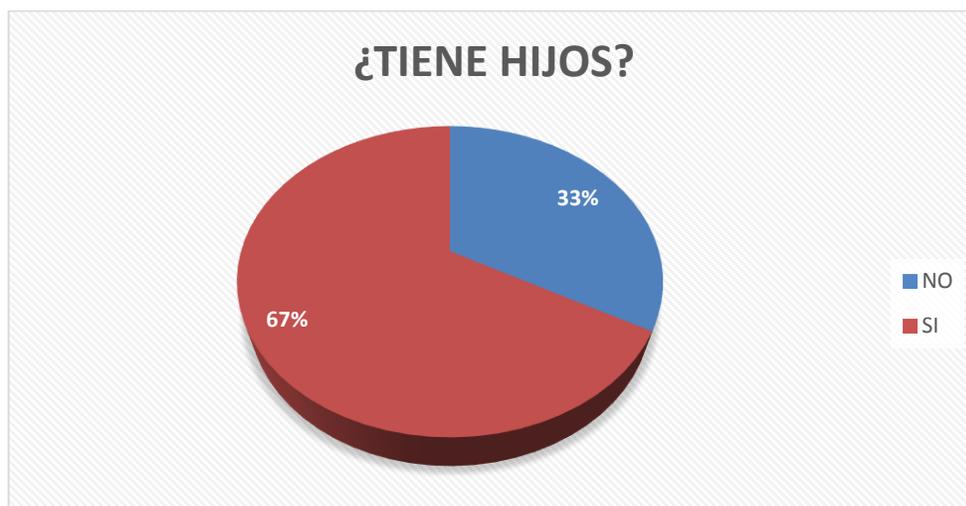


Tabla 8. Hijos

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
NO	33%	120
SI	67%	243
Total general	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

Según la gráfica 8 de la pregunta 8 se deduce que en el municipio de Girardot Cundinamarca un 67% de los empresarios tienen hijos y un 33% no poseen hijos, se aprecia un panorama, que podría influir en la necesidad de creación de las MIPYMES con el fin de obtener ingresos, para el consumo del hogar .

Gráfica 9. Cuantos Hijos



Tabla 9. Cuantos Hijos

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
CINCO O MAS	0%	1
CUATRO	2%	5
DOS	16%	40
TRES	2%	4
UNO	79%	193
Total General	100%	243

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

Según la gráfica de la pregunta 9 se determina la cantidad de hijos que poseen los empresarios en el municipio de Girardot Cundinamarca se obtuvo un 80% de los encuestados tienen un hijo, un 16% tiene dos hijos, un 2% tienen tres hijos y el otro 2% tiene cuatro hijos en un 0% se evidencia entre 5 hijos en adelante.

Según el análisis anterior se concluye que la mayoría de los empresarios poseen hijos, entre los cuales la cantidad más apreciada es entre uno y dos hijos integrantes de núcleo familiar.

Gráfica 10. Estrato Socioeconómico



Tabla 10. Estrato Socioeconómico

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
CUATRO	8%	29
DOS	49%	178
TRES	36%	129
UNO	7%	27
Total general	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

Según la gráfica 10, en el municipio de Girardot Cundinamarca el estrato socioeconómico se evidencia de la siguiente manera:

Un 49% en estrato dos, un 36% en estrato tres, un 8% en estrato cuatro y un 7% ubicados en el estrato uno.

Corroborando la información anterior se concluye que la mayoría de los encuestados que conforman empresa se encuentran situados en un estrato socioeconómico dos, seguido del estrato tres debido al lugar donde se encuentra ubicado.

Gráfica 11. Vivienda Propia

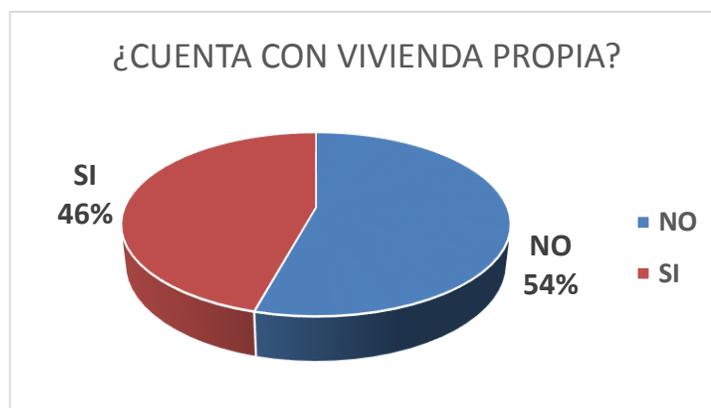


Tabla 11. Vivienda Propia

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
NO	54%	197
SI	46%	166
Total general	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

Según la gráfica anterior se verifica que en el municipio de Girardot Cundinamarca en un 54% de los encuestados no cuentan con vivienda propia y el 46% restante cuanta con vivienda propia.

Gráfica 12. Principal Uso De Ingresos

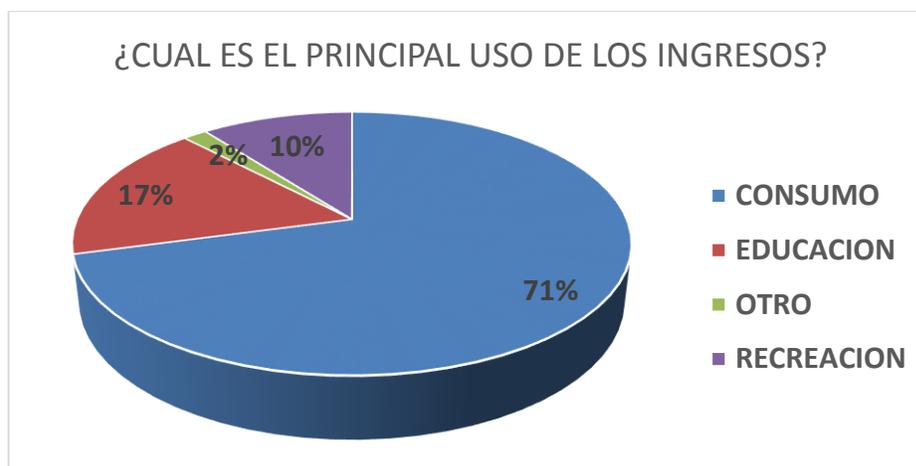


Tabla 12. Principal Uso De Ingresos

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
CONSUMO	71%	257

EDUCACION	17%	62
OTRO	2%	6
RECREACION	10%	38
Total general	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

En la gráfica 12 se identifica que el principal uso de los ingresos es para consumo 71%, educación en un 17%, recreación en un 10% y otros en un 2%.

Corroborando la información es notorio que la mayoría de los encuestados no cuentan con vivienda propia por ellos la mayoría de sus ingresos se basa en el consumo que incurren también los arriendos que esto les genera, como también está seguido de la educación recalcando el interés que tienen por capacitarse los encuestados y sus hijos para un mejor progreso.

8.1.2 Información de la Empresa

Gráfica 13. Legalización De Las Empresas



Tabla 13. Legalización De Las Empresas

REGISTRO		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
NO	1%	2
SI	99%	361
Total general	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

Según la gráfica anterior, en el municipio de Girardot Cundinamarca en cuanto a si la empresa está legalmente constituida se define de la siguiente manera en un 99% si está constituida y en un 1% no está constituida.

Según las respuestas obtenidas por los encuestados generan una clara imagen de que en el municipio de Girardot en su mayoría las empresas están legalmente constituidas.

Gráfica 14. Tiempo De Funcionamiento De La Empresa

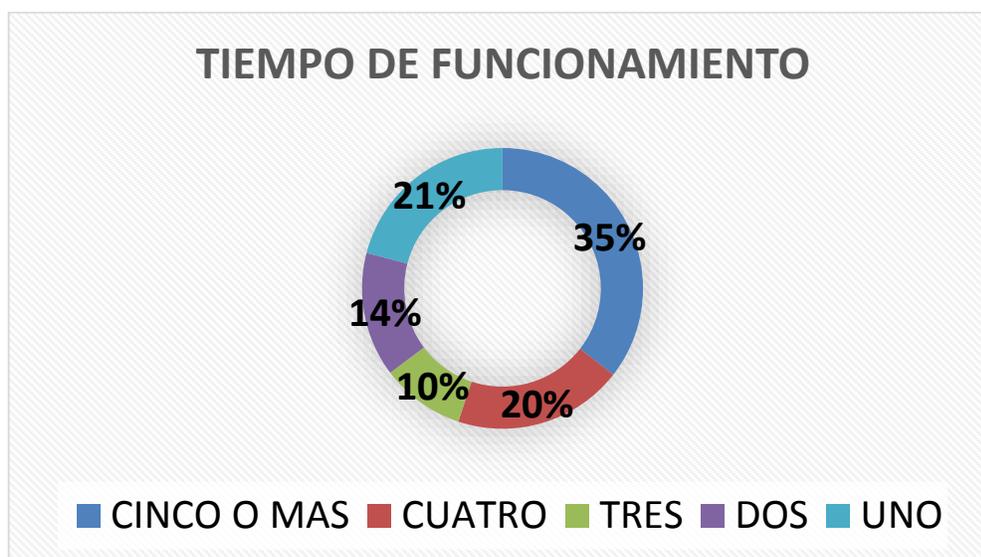


Tabla 14. Tiempo De Funcionamiento De La Empresa

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
CINCO O MAS	35%	129
CUATRO	20%	71
TRES	10%	35
DOS	14%	52
UNO	21%	76
Total General	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

De acuerdo con lo relacionado a la gráfica anterior en el municipio de Girardot Cundinamarca el tiempo de funcionamiento de las empresas encuestadas se evidencia de la siguiente manera un 35% entre cinco años o más, un 21% se encuentran entre un año de funcionamiento, un 20% en cuatro años de funcionamiento, un 14% en dos años de funcionamiento y un 10% en tres años de funcionamiento.

Según la información corroborada es notorio que la mayoría de las empresas tienen entre cinco años en adelante de funcionamiento seguida de las empresas que lleven apenas un año de funcionamiento, se concluye puntalmente que la creación de empresa está teniendo una buena salida para aquellos emprendedores con ganas de superarse y mejorar su calidad de vida.

Gráfica 15. Capital De Inversión

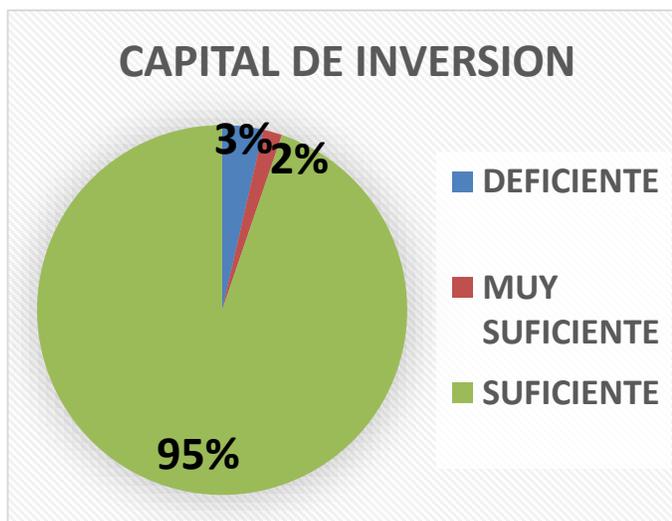


Tabla 15. Capital De Inversión

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
MUY SUFICIENTE	2%	13
SUFICIENTE	94%	6
DEFICIENTE	4%	344
Total General	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

De acuerdo con lo relacionado a la gráfica anterior en el municipio de Girardot Cundinamarca el capital de inversión requerido por los encuestados se evidencia de la siguiente manera en un 95% el capital de inversión es suficiente, en un 3% fue deficiente y en un 2% fue muy suficiente.

Corroborando lo anterior se deduce que en el municipio de Girardot Cundinamarca los empresarios al momento de conformar empresa lo hacen en el momento que tengan un capital suficiente para desarrollar su actividad.

Gráfica 16. Capital Actual



Tabla 16. Capital Actual

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
MENOS DE 100.000.000	87%	314
MAS DE 100.000.001 Y MENOS DE 500.000.000	13%	48
MAS DE 500.000.001	0%	1
Total General	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

Desacuerdo a la gráfica anterior se evidencia que en el municipio de Girardot Cundinamarca las empresas cuentan con un capital actual de la siguiente manera en un 87% cuentan con menos de 100.000.000, el 13% cuentan con más de 100.000.001, y el 0% más de 500.000.00.

Concluyendo lo anterior se corrobora que la mayoría de los empresarios del municipio de Girardot Cundinamarca cuentan con un capital actual sostenible, el cual les permite sostenerse y seguir su actividad.

Gráfica 17. Representación De La Empresa

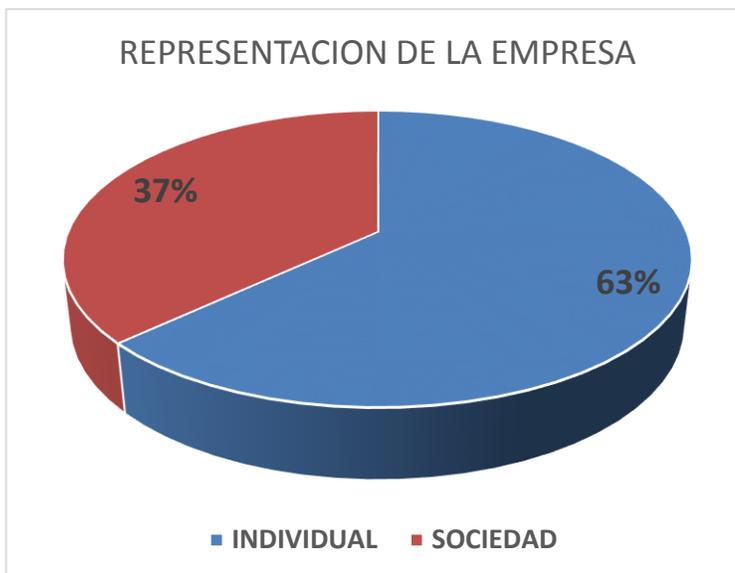


Tabla 17. Representación De La Empresa

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
INDIVIDUAL	63%	229
SOCIEDAD	37%	134
Total General	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

Según la gráfica anterior en el municipio de Girardot Cundinamarca el 63% de los encuestados tienen una representación individual y el 37% restante es en sociedad.

Se concluye que en el municipio de Girardot Cundinamarca se inclina más por conformar pequeñas y medianas empresas de manera individual a comparación de las conformadas en sociedad debido a incurrir a gastos en actividad económica mayor.

Gráfica 18. Sector Perteneciente

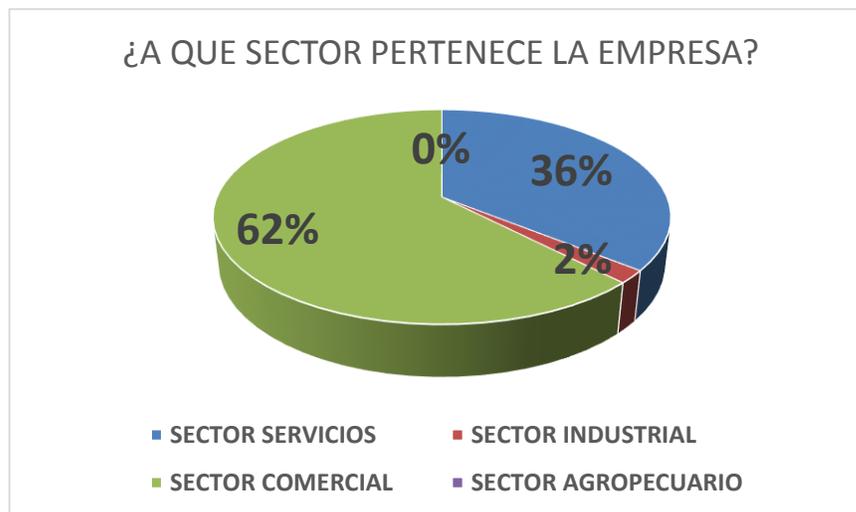


Tabla 18. Sector Perteneciente

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
SECTOR SERVICIOS	36%	132
SECTOR INDUSTRIAL	2%	7
SECTOR COMERCIAL	62%	224
SECTOR AGROPECUARIO	0%	0
Total General	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

Según la gráfica anterior se concluye que en el municipio de Girardot Cundinamarca las empresas pertenecen en un 62% al sector comercial, un 36% al sector de servicios, un 2% al sector industrial y un 0% al sector agropecuario.

Según los encuestados en su mayoría el municipio de Girardot Cundinamarca se encuentra ubicado y caracterizado por el sector comercial debido a que el municipio esta distinguido y reconocido por ser un lugar turístico el cual en temporadas genera bastante demanda.

Gráfica 19. Tipo De Empresa

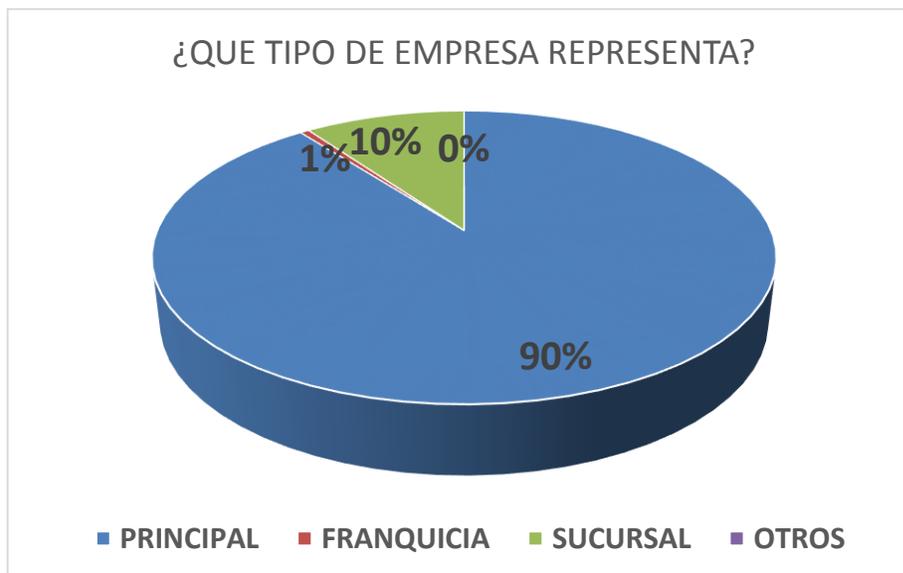


Tabla 19. Tipo De Empresa

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
PRINCIPAL	90%	325
FRANQUICIA	1%	2
SUCURSAL	10%	36
OTROS	0%	0
Total General	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

Según lo relacionado en la gráfica anterior se aprecia en el municipio de Girardot Cundinamarca en un 90% de las MIPYMES son principales, en un 10% sucursales, 1% franquicia y en un 0% otros.

Concluyendo la información anterior, las empresas que están conformadas en la ciudad de Girardot aún no han tenido un crecimiento u desarrollo de expansión,

teniendo en cuenta que la mayoría de las empresas encuestadas están conformadas de manera individual.

Gráfica 20. Local Propio



Tabla 20. Local Propio

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
SI	40%	147
NO	60%	216
Total General	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

Según la gráfica anterior en el municipio de Girardot Cundinamarca de las empresas encuestadas un 60% no cuentan con local propio, y el 40% restante cuenta con local propio.

Corroborando la información de las personas encuestadas la mayoría de los empresarios inician y mantienen sus negocios sin un local propio generando un costo de locativos altos.

Gráfica 21. Principal Gasto En La Empresa

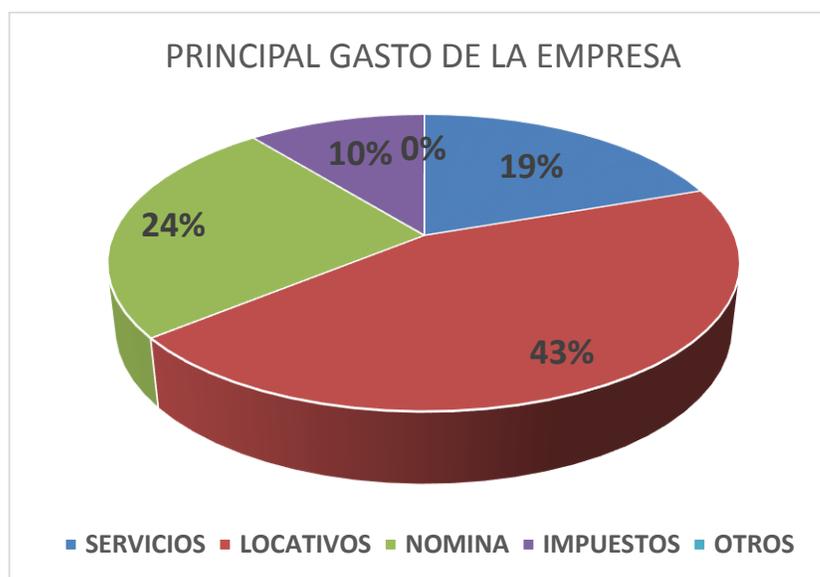


Tabla 21. Principal Gasto En La Empresa

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
SERVICIOS	19%	69
LOCATIVOS	43%	156
NOMINA	24%	88
IMPUESTOS	10%	38
OTROS	0%	12
Total General	96%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

Según la gráfica anterior en el municipio de Girardot Cundinamarca el principal gasto que se ve en las empresas es el de locativo con un 43%, un 24% en nómina, un 19% en servicios, un 10% en impuestos y un 0% en otros gastos.

Según lo relacionado se deduce como gasto principal los locativos, debido a no contar con un local propio para desarrollar su actividad económica, seguido de los servicios de acuerdo al sector en donde se encuentre ubicado el establecimiento.

Gráfica 22. Crecimiento De La Empresa

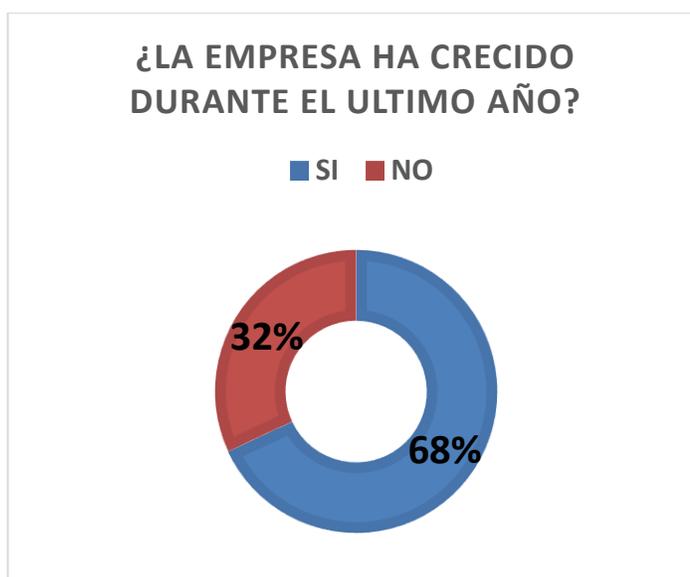


Tabla 22. Crecimiento De La Empresa

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
SI	68%	247
NO	32%	116
Total General	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

Según la gráfica anterior en el municipio de Girardot Cundinamarca un 68% de las empresas han crecido en el último año y el 32% no han alcanzado un desarrollo significativo.

Gráfica 23. Aspecto Influyente En El Crecimiento De Las Empresas

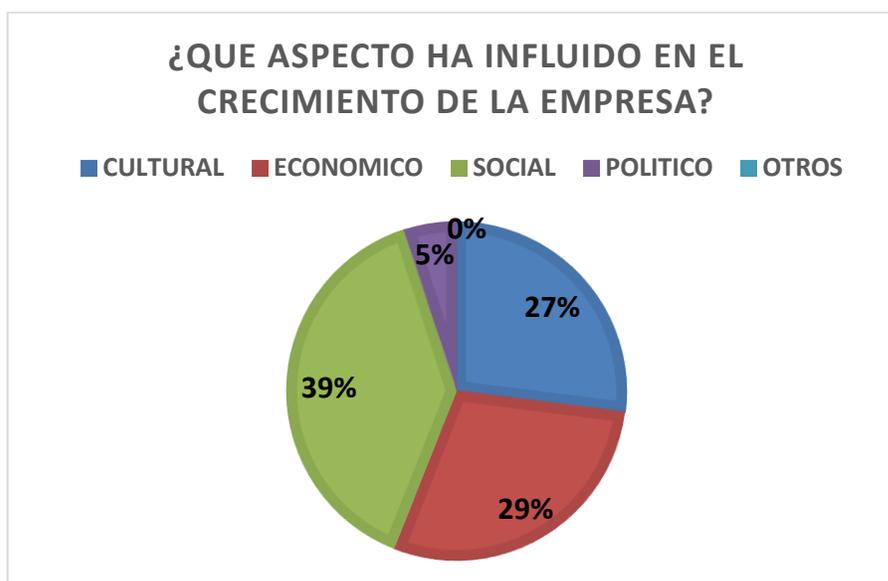


Tabla 23. Aspecto Influyente En El Crecimiento De Las Empresas

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
CULTURAL	27%	68
ECONOMICO	29%	67
SOCIAL	39%	96
POLITICO	5%	14
OTROS	0%	2
Total General	100%	247

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

De acuerdo a la gráfica 23, las empresas que tuvieron crecimiento se evidencio de la siguiente manera el 39% social, el 29% economico, el 27% cultural, el 5% político y el 0% otro.

Concluyendo lo anterior el municipio de Girardot Cundinamarca es un lugar apetecido por los turistas en la mayoría del año, y esto se ve reflejado el crecimiento del sector social y económico, como también la población apoya el consumo masivo de MIPYMES como tiendas de barrio, peluquerías y negocios locales.

Gráfica 24. Obligaciones Tributarias



Tabla 24. Obligaciones Tributarias

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
NO	0%	1
SI	100%	362
Total general	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

De acuerdo a la gráfica anterior en el municipio de Girardot Cundinamarca el 100% de los encuestados cumplen con las obligaciones tributarias.

Concluyendo lo anterior el resultado es muy favorable ya que aporta de manera competitiva al municipio brindándole unas altas expectativas de desarrollo, como también crea esa cultura de ética y competencia sana.

Gráfica 25. La Empresa Es Rentable



Tabla 25. La Empresa Es Rentable

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
NO	1%	5
SI	99%	358
Total general	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

De acuerdo a la anterior pregunta, y a la gráfica 25 plasma los resultados obtenidos Un 99% de los encuestados tienen la percepción de ser empresa rentable, solo el

1% no ven los resultados de utilidades y sostenimiento, para permitir ser rentables. Los resultados son motivantes para los empresarios, además para el desarrollo de la región, la creación de empresas rentables y la generación de empleos.

Gráfica 26. Contabilidad En La Empresa



Tabla 26. Contabilidad En La Empresa

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
NO	32%	115
SI	68%	248
Total general	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

De acuerdo a la gráfica 26, el resultado obtenido es positivo con un 68% se posiciona las empresas que si llevan contabilidad, seguido de un 32% que no llevan nada, teniendo estos valores, se puede reflejar que existen aún muchas MIPYMES desorganizadas laboran en el mercado sin conocer realmente su capital, los costos, gastos e ingresos, y sobre todo sus utilidades.

Gráfica 27. Tipo De Contabilidad

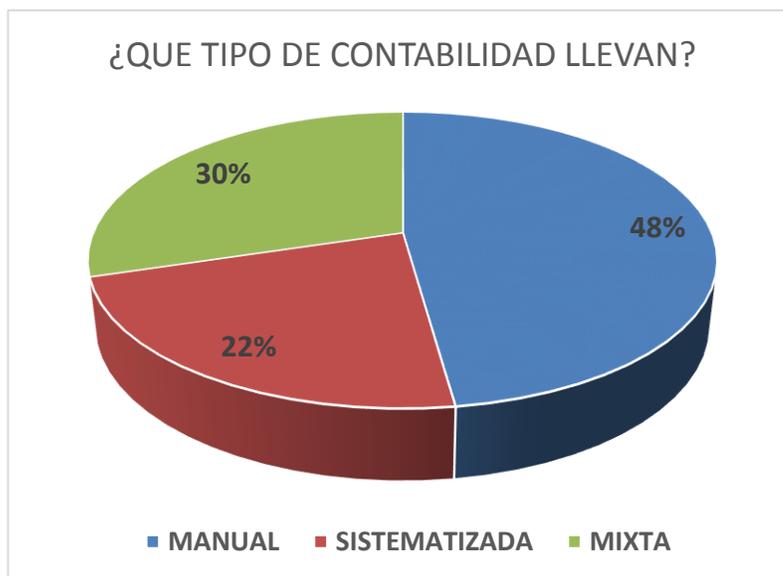


Tabla 27. Tipo De Contabilidad

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
MANUAL	48%	119
SISTEMATIZADA	22%	56
MIXTA	30%	73
Total General	100%	248

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

De acuerdo a los resultados obtenido a la pregunta anterior se puede ver reflejada en las gráfica, aun siendo más las empresas que llevan contabilidad, el tipo de contabilidad aplicada por estas, es manual con un 48%, seguido de mixta con un 30% y por ultimo sistematizada con un 22% conforme a la gráfica.

Gráfica 28. ¿Quién Lleva La Contabilidad?



Tabla 28. ¿Quién Lleva La Contabilidad?

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
PROPIETARIO	24%	60
CONTADOR	56%	140
AUXILIAR	19%	48
OTROS	0%	1
Total General	100%	249

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

Del 68% de empresas que llevan contabilidad el 56% de la MIPYMES quien maneja su contabilidad es un contador, seguido de un 24% refleja que el propietario de la empresa es quien la maneja, un 19% de la contabilidad de las MIPYMES las lleva un auxiliar y solo 1% de los encuestados dejan su contabilidad en manos de otros ajenos a esas ocupaciones. La anterior información está plasmada en la gráfica.

Gráfica 29. Colaboradores En La Empresa

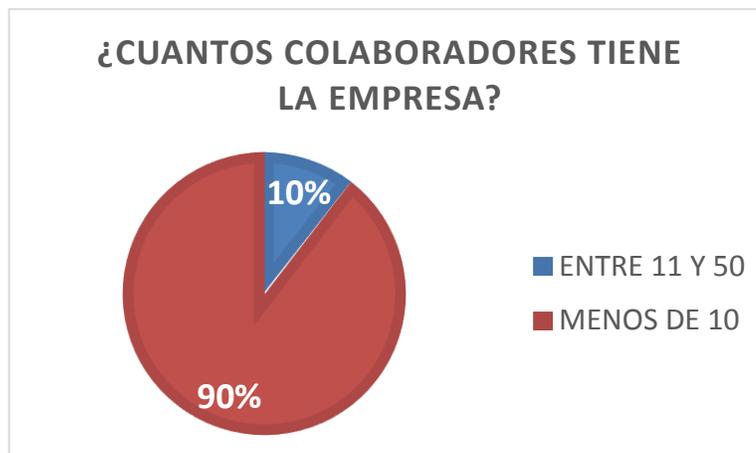


Tabla 29. Colaboradores En La Empresa

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
ENTRE 11 Y 50	10%	38
MENOS DE 10	90%	325
Total general	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

De acuerdo a la gráfica 29, se analizan los resultados presentes, deduciendo la cantidad de colaboradores que conforman las MIPYMES están la mayoría entre menos de 10 personas, representados por 90% y un 10% de las MIPYMES se encuentran conformadas entre 11 y 50 colaboradores, según la gráfica.

Gráfica 30. Tipo De Vinculación Laboral

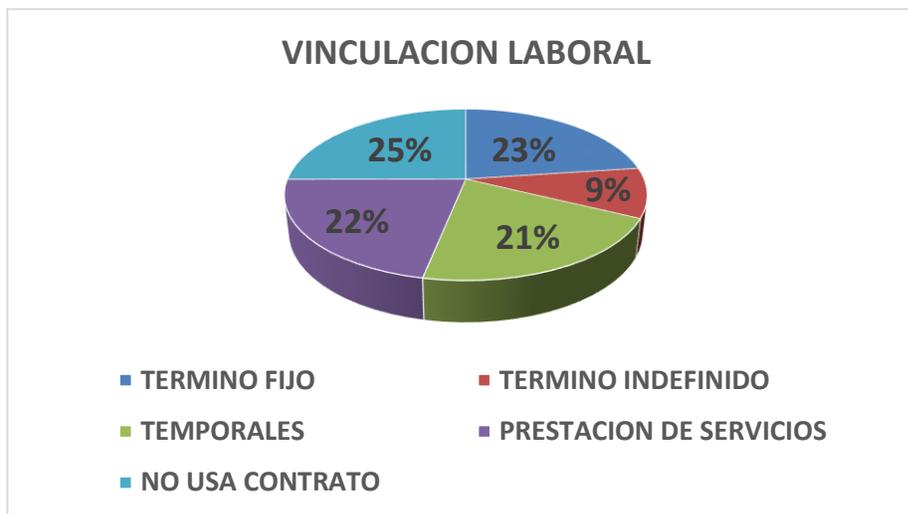


Tabla 30. Tipo De Vinculación Laboral

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
TERMINO FIJO	23%	83
TERMINO INDEFINIDO	9%	34
TEMPORALES	21%	76
PRESTACION DE SERVICIOS	22%	79
NO USA CONTRATO	25%	91
Total General	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

Se puede apreciar en la gráfica 30 que la mayoría de las MIPYMES tienen una alta predominancia en el mercado, pero no generan mucho empleo son pocas las que se encuentran por encima de los 10 colaboradores, así mismo la vinculación laboral no es formal pues la mayoría no utiliza contrato, representado en un 25% seguido de aquellas MIPYMES que contratan a término fijo sus colaboradores previstas en un 23%, y por prestación de servicios definidos en un 22% de acuerdo a la gráfica.

Gráfica 31. Seguridad Social



Tabla 31. Seguridad Social

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTA
SI	34%	122
NO	66%	241
Total General	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

Inmediatamente en la gráfica 31, se refleja como consecuencia, al estar conformadas la mayoría de las MIPYMES por menos de 10 colaboradores no les exigen pagarles seguridad social, siendo preocupante para los mismos empleados, no les están cumpliendo con ese derecho, en caso de requerir el servicio. Como se nombró anteriormente de acuerdo a la gráfica la mayoría de las empresas encuestadas no pagan seguridad social coincidiendo con un 66% y solo un 34% por aquellos que si cumplen con esa función.

Gráfica 32. Beneficios Salariales



Tabla 32. Beneficios Salariales

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
SI	39%	142
NO	61%	221
Total General	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

En la gráfica 32 se ve reflejado con un 61% las MIPYMES que no ofrecen beneficios salariales, seguido de un 39% de las empresas que si garantizan ese beneficio a sus colaboradores, peso a esto se deduce que el porcentaje menor no es tan insignificante frente a las que no han llegado a implementar esa política laboral, además de esto, es preocupante para las empresas no tomar medidas para motivar al talento humano siendo este la fuerza de trabajo de la actividad económica.

Gráfica 33. Mecanismos Que Utilizan Para Asignar Ingresos



Tabla 33. Mecanismos Que Utilizan Para Asignar Ingresos

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
SUELDO FIJO O MENSUAL	40%	147
UN MONTO DIARIO	15%	56
SUELDO SEGÚN LAS NECESIDADES	12%	43
PORCENTAJE DIARIO DE VENTAS	32%	116
OTROS	0%	1
Total General	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

Los mecanismos utilizados para asignar los ingresos mensuales para los colaboradores de acuerdo a los resultados obtenidos y presentados en la gráfica 33, son sueldo fijo o mensual representado en un 40%, seguido de un porcentaje diario de ventas con un 32%, por un monto diario definido en un 15% y por sueldo según las necesidades con un 12%.

Con la descripción anterior se deduce que la mayoría de las MIPYMES no usan contrato pero si les asignan un sueldo fijo o mensual a sus colaboradores, y aquellas empresas dedicadas netamente a las ventas de un producto específico utilizan el mecanismo por porcentaje diario de ventas, unas pocas definen el sueldo a sus empleados por monto diario de lo trabajado en el día.

Gráfica 34. Condiciones Ambientales Laborales

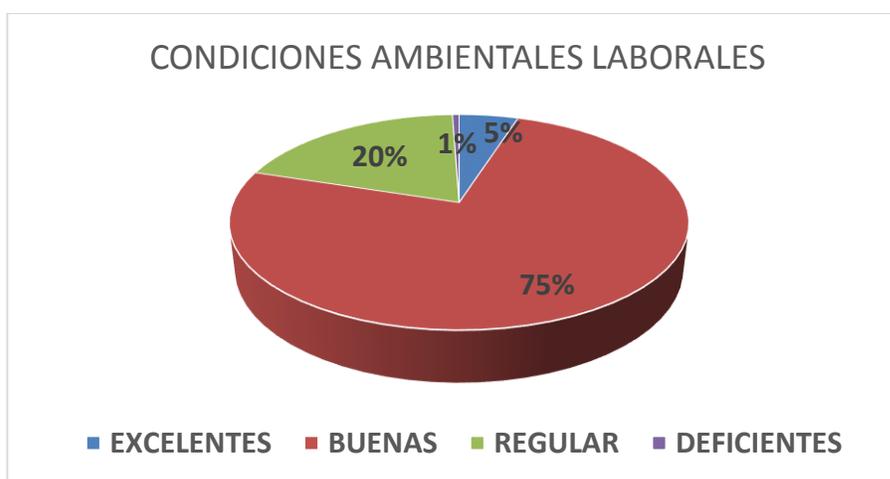


Tabla 34. Condiciones Ambientales Laborales

REGISTROS		
	PORCENTAJE	ABSOLUTO
EXCELENTES	5%	18
BUENAS	75%	272
REGULAR	20%	71
DEFICIENTES	1%	2
Total General	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

De acuerdo a la gráfica 34, El 75% de las MIPYMES del municipio de Girardot Cundinamarca, consideran que las condiciones laborales del entorno son buenas debido a que la mayoría se encuentran realizando sus actividades de sector comercial en locales arrendados, en ubicaciones centrales, seguido de aquellas que consideran esa condición en un nivel regular representado en un 20% y de un 5% consideran que esa variable es excelente en su ambiente de trabajo.

Son pocas las MIPYMES que se encuentran en el sector industrial en donde tienden a llevar prácticas de fabricación de productos, en donde se genera condiciones más complicadas a nivel ambiental.

Gráfica 35. Capacitación Colaboradores



Tabla 35. Capacitación Colaboradores

REGISTROS		
	PORCENTAJE	ABSOLUTO
SI	50%	181
NO	50%	182
Total General	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

De acuerdo a la pregunta 35 y a la gráfica 35, hay un promedio de 50% de MIPYMES que si capacitan a sus colaboradores, se preocupan por ofrecer un mejor servicio, invirtiendo en su talento humano además de proyectarse a fidelizar a sus clientes, por ende mejorar sus debilidades generando un crecimiento en el mercado, seguido de un 50% de las MIPYMES que no capacitan a sus colaboradores ya sea por falta de recursos, o por tener la percepción de que su producto o servicio no tiene necesidad de inversión en mejoras.

Gráfica 36. Base De Datos

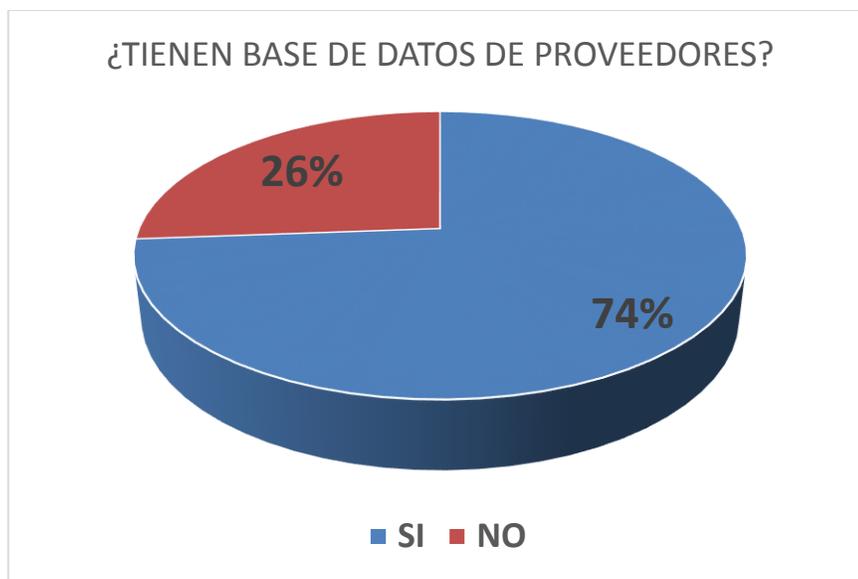


Tabla 36. Base De Datos

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
SI	74%	268
NO	26%	95
Total General	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

Analizando la gráfica anterior 74% de las MIPYMES encuestadas en el municipio de Girardot Cundinamarca, poseen una base de datos de sus proveedores, debido a la facilidad de pagos generados además de convertirse en una ventaja competitiva para la empresa inciden en la calidad del producto y el potencial de la oferta en el mercado. A comparación de un 26% de las MIPYMES no llevan una base de datos de proveedores para su abastecimiento, corriendo riesgos de alza de precios en sus productos o servicios.

Gráfica 37. Proveedores

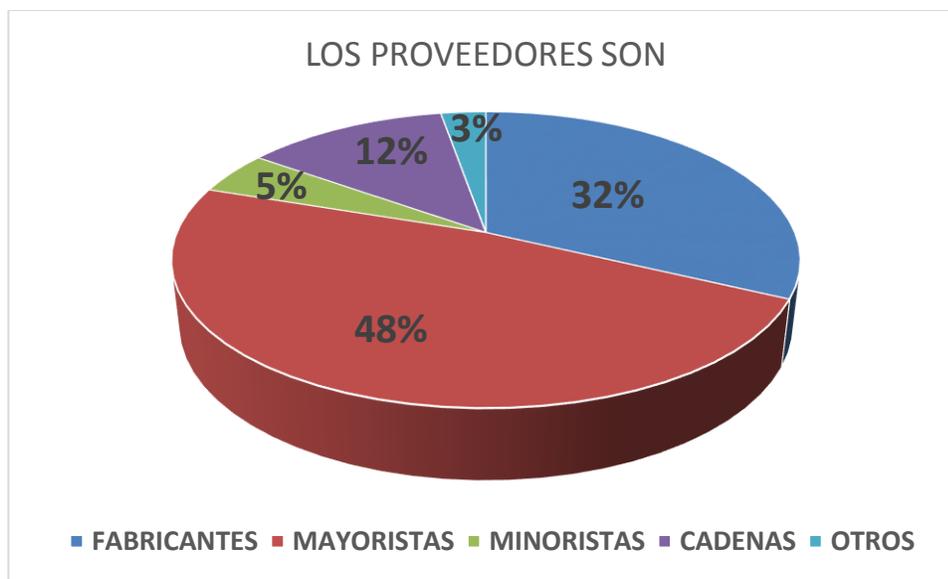


Tabla 37. Proveedores

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
FABRICANTES	32%	116
MAYORISTAS	48%	174
MINORISTAS	5%	17
CADENAS	12%	45

OTROS	3%	10
Total General	100%	362

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

Los proveedores de las MIPYMES del municipio de Girardot Cundinamarca en su mayoría son mayoristas representados en un 48% seguido de los fabricantes con un 32% las cadenas con un 12% y los minoristas con un 5%. Podemos analizar que se prefiere a los mayoristas como proveedores debido a la flexibilidad de precios ofrecidos en mercancías e insumos, pues compran a grandes cantidades directamente de distribuidores pueden dar más garantías de precios bajos a las MIPYMES, aunque al comprar directamente de fabricantes se tiene la perspectiva de obtener mejores precios y descuentos.

Gráfica 38. Frecuencia De Pedidos

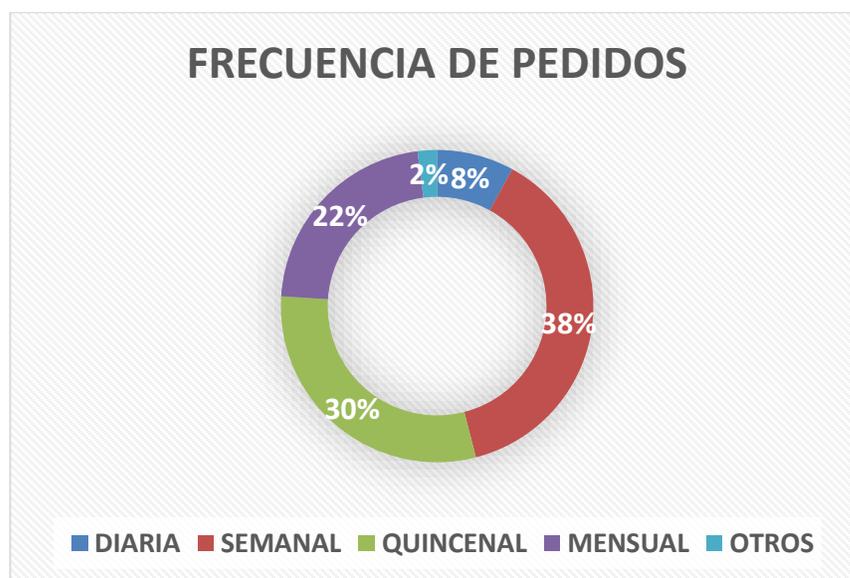


Tabla 38. Frecuencia De Pedidos

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
DIARIA	8%	28

SEMANAL	38%	138
QUINCENAL	30%	110
MENSUAL	22%	78
OTROS	2%	8
Total General	100%	362

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

La frecuencia de pedidos de las MIPYMES es en su mayoría semanal representada en un 38%, seguido de un período quincenal con un 30%, mensual con 22% y diario un 8%.

Al pertenecer la mayoría de las MIPYMES al sector comercial, se deduce es un mercado en constante movimiento con mucha demanda generando que las empresas estén semanalmente realizando sus pedidos para alcanzar a cubrir esa demanda insatisfecha.

Gráfica 39. Forma De Pago

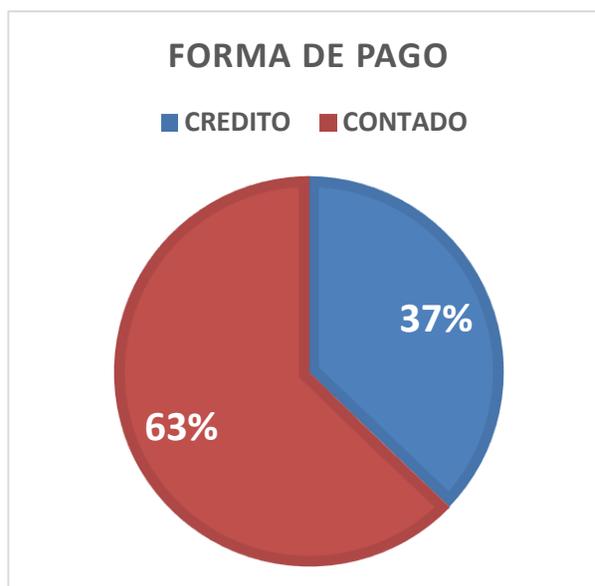


Tabla 39. Forma De Pago

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
CREDITO	171	37%
CONTADO	289	63%
Total General	460	100%

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

Teniendo en cuenta la gráfica 39, se obtuvo un 63% que equivale al tipo de pago más utilizado por las MIPYMES siendo de forma contado, debido a que los proveedores no brindan la capacidad de adquirir créditos, en sus ventas por ser insumos o mercancías de consumo masivo. Otro tipo de pago de las compras al que acceden las MIPYMES en un 37% es a crédito, generado por la confianza obtenida de los propietarios al tener buena vida crediticia.

Gráfica 40. Producto Financiero

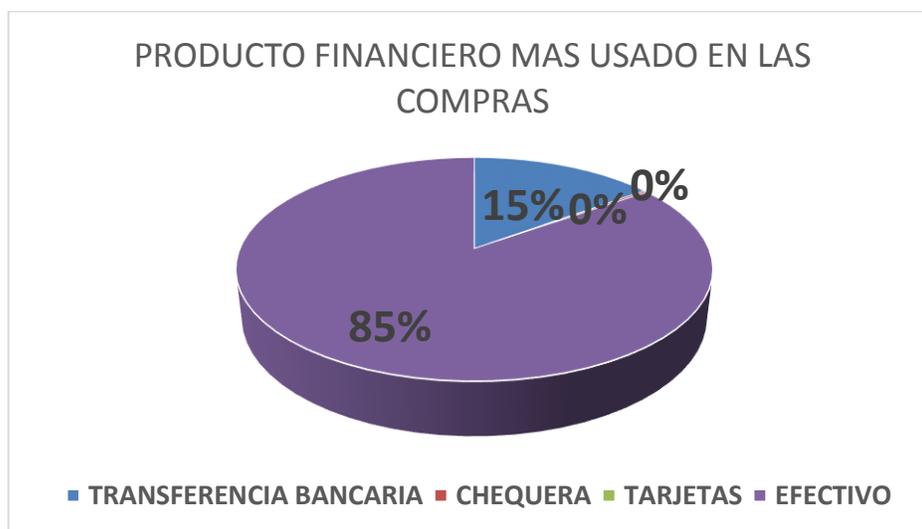


Tabla 40. Producto Financiero

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
TRANSFERENCIA BANCARIA	15%	54
CHEQUERA	0%	1
TARJETAS	0%	0
EFFECTIVO	85%	308
Total General	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

La grafica anterior evidencia, el producto financiero más utilizado para las compras de contado de las MIPYMES es en efectivo representado en la gráfica 40, con un 85%, seguido de un 15% equivalente a la transferencia bancaria, los demás medios de pago no son utilizados por las MIPYMES en el municipio de Girardot Cundinamarca, debido a la falta de confianza en el manejo de cheques, y de tarjetas los empresarios a la hora de responder esta pregunta se expresaron susceptibles al riesgo generado por las falsificaciones de cheques, firmas y robos de claves de tarjetas, adicionalmente la falta de vida crediticia limita el acceso a uso de tarjetas con crédito.

Gráfica 41. Capacidad De Endeudamiento

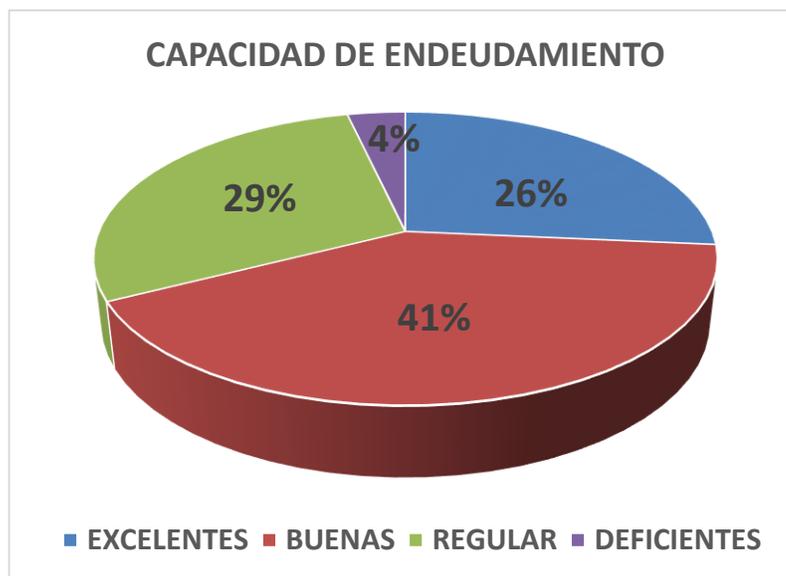


Tabla 41. Capacidad De Endeudamiento

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
EXCELENTES	26%	96
BUENAS	41%	149
REGULAR	29%	105
DEFICIENTES	4%	13
Total General	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

Se deduce por consiguiente con la gráfica 41, las MIPYMES en el municipio de Girardot Cundinamarca cuentan con capacidad de endeudamiento bueno, previsto en un 41%, seguido de un 29% representado en las MIPYMES con regular capacidad, un 26% las de excelente vida crediticia y con solo un 4% tienen deficientes capacidad de endeudamiento.

Gráfica 42. Base De Datos Clientes

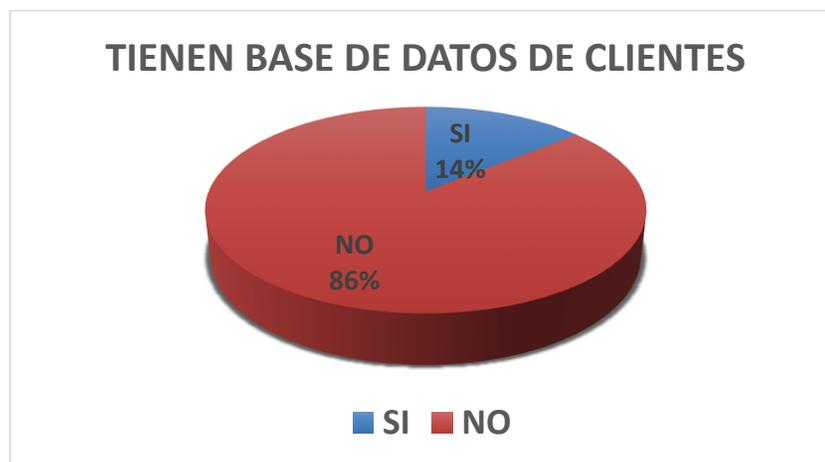


Tabla 42. Base De Datos Clientes

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
SI	14%	51
NO	86%	312
Total General	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

En la gráfica 42 la mayoría de las MIPYMES no tienen base de datos de los clientes representados en un 86%, esto sería una desventaja competitiva en la actualidad es importante mantener contacto con los clientes para fidelizarlos, e implementar estrategias para aumentar las ventas. Solo un 14% de las MIPYMES poseen la base de datos de clientes como estrategia y reconocimiento en su propuesta de valor.

Gráfica 43. Actividad De Mercadeo

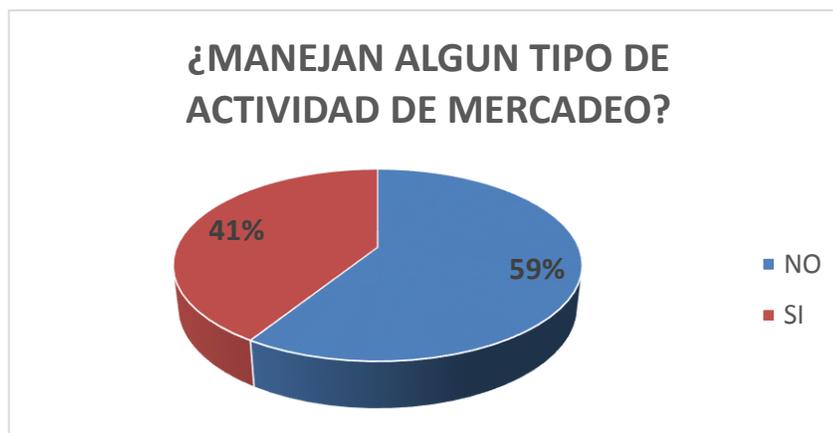


Tabla 43. Actividad De Mercadeo

REGISTROS		
	PORCENTAJE	ABSOLUTO
NO	59%	214
SI	41%	149
Total general	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMEs de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

De acuerdo a la gráfica 43 la mayoría de las MIPYMEs no manejan alguna actividad de mercadeo, está representado en un 59%, debido a la falta de recursos para invertir en actividades como esas para estrategias de ventas, además de no presentar ningún problema para el desarrollo de actividades comerciales. Seguido de un 41% de las MIPYMEs que si invierten en marketing, estrategias de publicidad, ventas y merchandising.

Gráfica 44. Comunicación Con Los Clientes



Tabla 44. Comunicación Con Los Clientes

REGISTROS	
	PORCENTUAL
CORREO ELECTRONICO	34%
REDES SOCIALES	22%
PAGINA WEB	0%
TELEFONIA CELULAR	42%
OTRO	2%
Total General	100%

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

De acuerdo a la gráfica 44, el medio más utilizado para comunicarse las MIPYMES con los clientes es la telefonía celular con un 42% debido a que es un medio económico, además de ser el más común en el municipio, hay fácil acceso de señal telefónica, seguido del correo electrónico con un 34% representado en la gráfica, otros medios como las redes sociales con el tiempo han tomado fuerza como medio

de transacción y comunicación de negocios con aplicaciones como el whatsapp, Facebook, twitter y fans page.

Gráfica 45. Precio De Venta Al Público

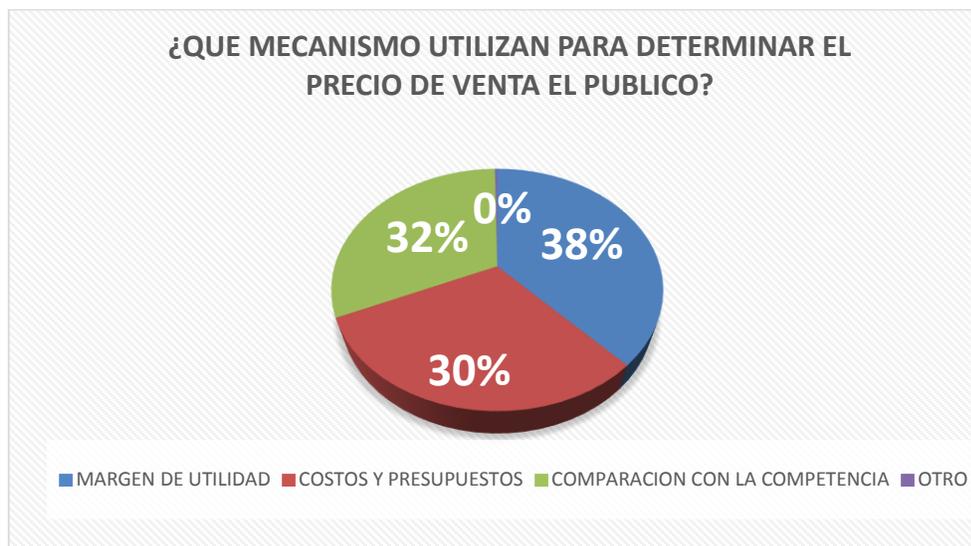


Tabla 45. Precio De Venta Al Público

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
MARGEN DE UTILIDAD	38%	138
COSTOS Y PRESUPUESTOS	30%	110
COMPARACION CON LA COMPETENCIA	31%	114
OTRO	0%	1
Total General	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

El mecanismo más utilizado por las MIPYMES para determinar el precio de venta al público es por margen de utilidad representado en un 38%, en la gráfica 45, la razón más importante es debido a que por medio de este método se muestra las ganancias generadas de las MIPYMES sobre las ventas originadas, razón para la

cual la mayoría de las empresas encuestadas hacen parte del sector comercial dedicado a la venta y preventa de productos y servicios. Seguido de la comparación con la competencia con un 31% los precios varían de acuerdo a la demanda, generando gran competencia en los precios en las MIPYMES, por último se posiciona los costos y presupuestos con un 30% interpretado en el valor gastado para ofrecer un producto o servicio al mercado.

Gráfica 46. Sistema De Facturación

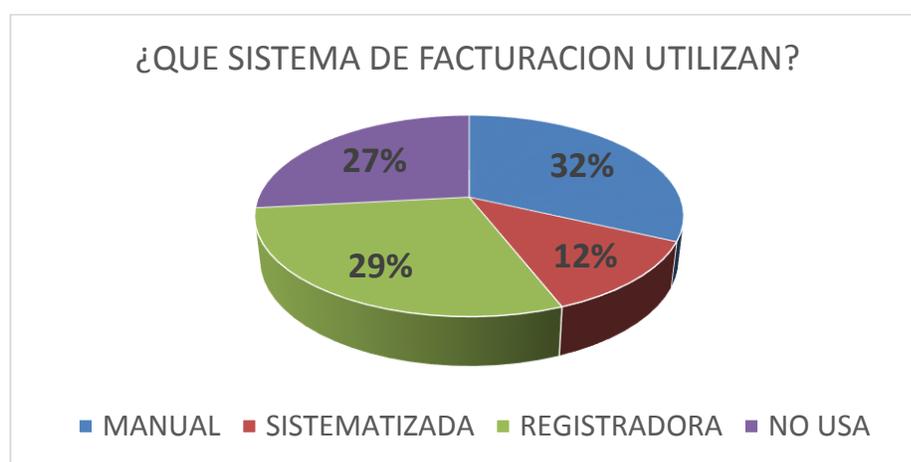


Tabla 46. Sistema De Facturación

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
MANUAL	32%	116
SISTEMATIZADA	12%	44
REGISTRADORA	29%	106
NO USA	27%	97
Total General	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

En la gráfica 46, se determina con un 32% el sistema más utilizado por las MIPYMES es la factura manual, al igual como llevan la contabilidad de la misma manera, es un sistema rápido no requiere de una inversión significativa, seguido de la registradora equivalente a un 29% por parte de las MIPYMES, preocupadas por manejar de forma organizada su caja conociendo los ingresos, las ventas realizadas diarias, un 27% coincide con las MIPYMES que no usan ningún método de facturación siendo una gran desventaja e incurriendo riesgos de fraudes, y estancamiento en proyección de ventas, por último solo un 12% llevan de forma sistematizada su facturación, de manera formal y segura.

Gráfica 47. Control De Inventarios

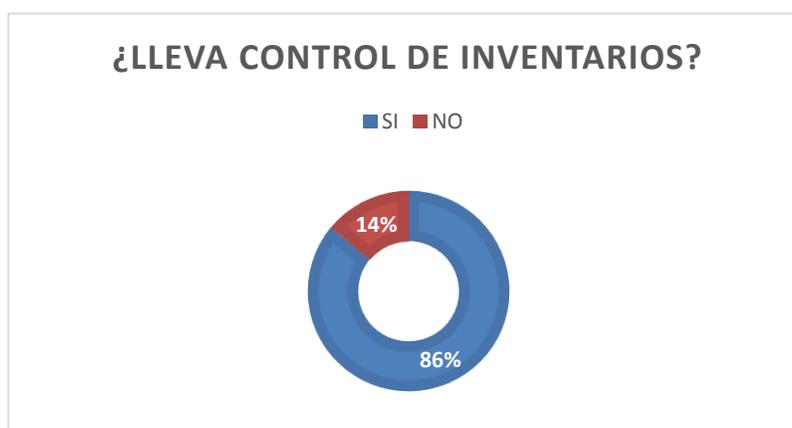


Tabla 47. Control De Inventarios

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
SI	86%	312
NO	14%	51
Total General	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

Representado en la gráfica 47, con un 86%, las MIPYMES llevan un control de inventarios, con registros de manera manual garantizándoles no incurrir en

pérdidas de utilidades, de mercancía y sobre todo en desarrollo. Solo un 14%, tienen ese proceso poco atendido, residiendo la importancia de ese control en la obtención de utilidades sobre la ventas, al no operarse con efectividad las unidades de negocio no tendrán como trabajar, sin inventarios es difícil llevar una proyección de ventas por ende es complejo el crecimiento y desarrollo de las MIPYMES que no lo implementan.

Gráfica 48. Capacitaciones



Tabla 48. Capacitaciones

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
NO	83%	301
SI	17%	62
Total General	100%	363

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

Un 83% de las MIPYMES encuestados no han recibido capacitaciones por parte de entes educativos o de gobierno, siendo temas importantes para aportar al mejor desempeño en los procesos, solo un 17% de las MIPYMES si han recibido capacitación por parte de entidades como la alcaldía, de la cámara de comercio o

el Sena, siendo significativos esos conocimientos impartidos para la organización y productividad.

Gráfica 49. Áreas De Capacitación

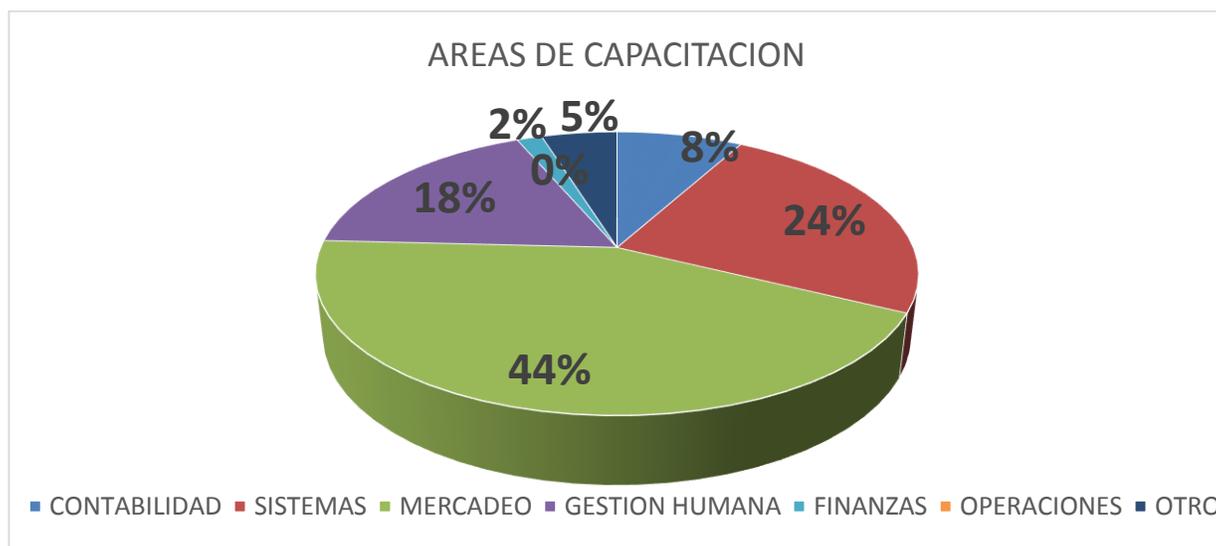


Tabla 49. Áreas De Capacitación

REGISTROS		
	PORCENTUAL	ABSOLUTO
CONTABILIDAD	8%	5
SISTEMAS	24%	15
MERCADEO	44%	27
GESTION HUMANA	18%	11
FINANZAS	2%	1
OPERACIONES	0%	0
OTRO	5%	3
Total General	100%	62

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

De acuerdo a la anterior pregunta y a la gráfica 49, son pocas las empresas capacitadas dispuestas a invertir en un proceso así, más sin embargo de las MIPYMES que si han sido capacitadas se destaca la mayor área como es en mercadeo con un 44%, sistemas con un 24%, gestión humana un 18%, contabilidad con un 8% y otras áreas con un 5%.

Gráfica 50. Ultima Capacitación

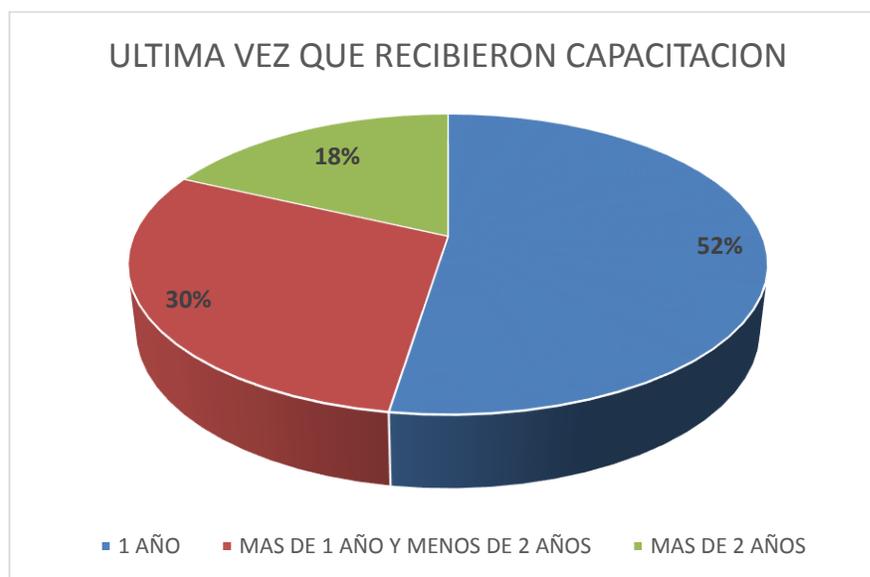


Tabla 50. Ultima Capacitación

REGISTROS		
	PORCENTAJE	ABSOLUTO
1 AÑO	52%	33
MAS DE 1 AÑO Y MENOS DE 2 AÑOS	30%	18
MAS DE 2 AÑOS	18%	11
Total General	100%	62

Fuente. Investigación Caracterización socioeconómica de las MIPYMES de la Provincia del Alto Magdalena, municipio de Girardot año 2015.

Teniendo en cuenta la gráfica 50, de las MIPYMES capacitadas la última vez que accedieron a ese proceso fue hace más de un año con un 52%, entre más de 1 año y menos de 2 años con un 30% y más de 2 años equivalente a un 18%. Se analiza que el tiempo no es significativo, de esa manera se puede evidenciar ya unos resultados cambiantes en las MIPYMES por medio de la capacitación adquirida.

8.1.3 Cuadro de Hallazgos

CUADRO DE HALLAZGOS	
NIVEL DE ESCOLARIDAD	Se obtuvo como resultado, que un 31% representa la mayoría de los empresarios con una formación técnica, es un factor positivo para el desarrollo de la economía, al contar bajo el direccionamiento de personas con conocimientos.
GÉNERO, ESTADO CIVIL	Se halló que un 54% representa la mayoría de los propietarios y colaboradores encuestados son de género masculino, se aprecia una participación significativa en el desarrollo laboral de las unidades de negocio por parte de los hombres, aun así las mujeres tienen una presencia no muy indiferente, siendo también importante su desempeño en el ámbito laboral, representado en un 46% en cuanto al estado civil el 35% de los encuestados conviven en unión libre siendo ese tipo el más predominante en las familias del municipio de Girardot.
NÚCLEO FAMILIAR	Al analizar el núcleo familiar, como resultado importante se obtuvo la conformación de los hogares, por tres personas como variable

	significativa con un 60%, compuesto por un 34% esposo(a) y 34% por un hijo; de las cuáles las personas mayores de edad se reflejan en un 44% representada por dos personas por cada familia, de las cuales trabajan.
PRINCIPAL USO DE INGRESOS	De acuerdo a los resultados, con un 49% la mayoría de los hogares pertenecen al estrato 2, un 54% no cuentan con vivienda propia y el principal uso de sus ingresos es para el consumo con un 71%.
INFORMACIÓN DE LA EMPRESA	El 99% de las empresas encuestadas están legalmente constituidas, y un 36% cuentan con cinco o más años de funcionamiento.
CAPITAL DE INVERSIÓN Y TIPO DE REPRESENTACIÓN	Un 95% de las empresas contaron con un capital de inversión, suficiente al iniciar con el desarrollo de la actividad económica, en la actualidad el 87% de las empresas cuentan con un capital menos de 100.000.000 millones de pesos. Y un 63% de las empresas encuestadas tienen una representación legal individual.
SÉCTOR Y TIPO DE EMPRESA	El 62% de las empresas pertenecen al sector comercial, seguido de una representación de 36% significativa perteneciente al sector servicios, el 90% de las MIPYMES es principal.
PRINCIPAL GASTO DE LAS EMPRESAS	Se concluyó con los resultados, con un 60% de las MIPYMES no cuentan con un local propio, siendo el arriendo su principal gasto representado en un 45% , seguido de un 25% la nómina y 20% servicios.

CRECIMIENTO DE LA EMPRESA Y ASPECTOS INFLUYENTES	Según lo obtenido el 68% de las MIPYMES han crecido durante el último año, siendo un 39% en el aspecto social y un 29% en el económico, los hogares y además el turismo aportan significativamente en el consumo masivo.
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y RENTABILIDAD DE LA EMPRESA	Con un 100% todas las MIPYMES encuestadas cumplen con sus obligaciones tributarias, y tienen una percepción de ser rentables frente al mercado cambiante reflejado en un 99%.
CONTABILIDAD DE LA EMPRESAS	Un 68% de las MIPYMES , llevan contabilidad, siendo un 48% de tipo manual y de las cuales un 56% de estas, es manejada por un contador.
COLABORADORES DE LA EMPRESAS	Un 90% de las MIPYMES están conformadas por menos de 10 colaboradores, un 25% no usan contrato un 23% de las empresas que lo implementan es a término fijo, el 66% no tienen seguridad social, y además el 50% de las MIPYMES encuestadas cuentan con capacitación para los colaboradores y el otro 50% no lo ejecutan.
MECANISMOS PARA ASIGNAR SALARIO Y BENEFICIOS	El 66% de las MIPYMES no brindan beneficios salariales a los colaboradores, el método para asignar el salario con un 40% es sueldo fijo o mensual.
CONDICIONES AMBIENTALES	El 75% de las MIPYMES cuentan con buenas condiciones ambientales para laborar.
BASE DE DATOS DE PROVEEDORES Y	El 74% de las MIPYMES cuentan con una base de datos de proveedores, de los cuales 48% son

FRECUENCIA DE PEDIDOS	DE	mayoristas y la frecuencia de los pedidos es de un 38% semanal, el 63% de las empresas pagan de contado.
PRODUCTO FINANCIERO DE COMPRAS Y CAPACIDAD DE ENDEUDAMIENTO	DE	Para el 85% de las MIPYMES el producto financiero más usado para las compras es el efectivo, un 41% de las empresas cuentan con buena capacidad de endeudamiento.
BASE DE DATOS DE CLIENTES	DE	El 85% de las MIPYMES no cuentan con una base de datos de clientes.
ACTIVIDAD DE MERCADEO Y PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	DE	A pesar de las MIPYMES considerarse rentables el 59% no implementan alguna actividad de mercadeo o publicidad, el mecanismo más usado para comunicarse con los clientes con un 42% es por teléfono celular, y el precio de venta al público el 38% lo determinan por margen de utilidad.
CONTROL DE INVENTARIOS Y SISTEMA DE FACTURACIÓN	DE	Con un 32% el sistema de facturación más utilizado en las MIPYMES es la manual, el 86% de las empresas cuentan con un control de inventarios.
CAPACITACIONES REALIZADAS EN LA EMPRESAS	DE	El 83% de las MIPYMES no han realizado capacitaciones en procesos administrativos, solo un 17% si se han capacitado, de las cuales el 44% pertenecen al área de mercadeo.

9. CAPITULO II. DIAGNOSTICO EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES

9.1 MATRIZ DOFA

<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Falta de mano de obra calificada. ◦ Falta de innovación de proyectos. ◦ Pocos recursos tecnológicos. ◦ Planificación estratégica. ◦ Bajo interés por el mejoramiento y crecimiento de las MIPYMES. ◦ No pago de seguridad social. 	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Apoyo por organismos del estado como el Sena. ◦ Creación de proyectos productivos innovadores. ◦ Formación en diferentes programas académicos.
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Legalmente constituidas ◦ Cumplen con obligaciones tributarias ◦ Buen servicio al cliente. ◦ Consumo masivo de los hogares ◦ Turismo 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Baja iniciativa empresarial. ◦ Poca Seguridad. ◦ Bajo perfil profesional. ◦ Riesgos en cuanto a los trabajadores que no reciben seguridad social.

CONCLUSIONES DE LA MATRIZ DOFA

Debilidades-Oportunidades

La falta de mano de obra calificada se puede mejorar mediante el apoyo de organismos del estado como lo es el Sena, brindando capacitaciones para el sostenimiento y crecimiento del municipio.

Debilidades-Amenazas

El bajo interés por el mejoramiento y crecimiento de las mi pymes puede afectar al municipio de Girardot Cundinamarca, como también la poca iniciativa empresarial en cuanto al desarrollo de la región.

Fortalezas-Oportunidades

Los hogares del municipio de Girardot Cundinamarca tienen un alto porcentaje de consumo masivo el cual favorece al momento de iniciar y crear proyectos productivos, desarrollando y apoyando el crecimiento de la región.

Fortalezas-Amenazas

El turismo en el municipio de Girardot es una de sus entradas fundamentales económicamente, pero se puede ver afectado en cuanto a la poca seguridad del municipio de Girardot Cundinamarca.

Por otro lado los bajos costos en capital de trabajo se reflejan en altos riesgos para los trabajadores que desempeñan sus actividades debido a que muchas mi pymes no brindan el servicio de prestaciones sociales.

9.2 MATRIZ VESTER

No	DESCRIPCION DE PROBLEMAS	P	P	P	P	P	P	P	MOTROCIDAD
		1	2	3	4	5	6	7	
P1	La mayoría de las MIPYMES llevan la contabilidad de manera manual esto, no les permite ser más eficientes en sus procesos	-	1	1	3	0	3	0	8
P2	Las MIPYMES están compuestas por pocos colaboradores con mano de obra no calificada	1	-	3	2	2	1	0	9
P3	Los colaboradores de las MIPYMES no están siendo capacitados	1	3	-	2	1	0	0	7
P4	Hay poca inversión en tecnología para la actividad económica de las unidades de negocio	3	2	2	-	1	3	3	14
P5	Los colaboradores no tienen seguridad social	0	3	3	1	-	0	0	7
P6	No están sistematizadas la mayoría de las MIPYMES al no contar con base de datos, de proveedores, clientes y sistema contable y facturación	3	2	2	3	2	-	2	14
P7	La mayoría de las MIPYMES no manejan alguna actividad de mercadeo	0	1	1	3	1	2	-	8
	DEPENDENCIA	8	1 2	1 2	1 4	7	9	5	-

Gráfica. 51 VESTER



ANÁLISIS

Se deduce con la gráfica anterior, en el cuadrante I se encuentran los problemas críticos de más prioridad para solucionar de acuerdo al diagnóstico es el problema cuatro hay poca inversión en tecnología para la actividad económica de las unidades de negocio y el problema seis no están sistematizadas la mayoría de las MIPYMES al no contar con base de datos, de proveedores, clientes y sistema contable y facturación. Son de más prioridad a solucionar porque son causantes e influyen en los demás problemas presentes en las MIPYMES y afectan al desarrollo,

competitividad de las unidades de negocio para llevar a cabo sus actividades económicas.

Las variables ubicadas en el cuadrante III, son problemáticas con influencia baja en la actividad económica de las MIPYMES, son de prioridad baja pero se le debe una pertinente solución de acuerdo a los resultados de la matriz los ubicados en este cuadrante es el problema cinco los colaboradores no tienen seguridad social y el problema siete la mayoría de las MIPYMES no manejan alguna actividad de mercadeo.

En el cuadrante IV se encuentran las problemáticas de alta influencia, en el caso de las MIPYMES se aprecia la cantidad de fallas presentes, a las cuales se les debe una pronta atención, están ubicados algunos de los problemas detectados son el problema uno, la mayoría de las MIPYMES llevan la contabilidad de manera manual esto, no les permite ser más eficientes en sus procesos, el problema dos las MIPYMES están compuestas por pocos colaboradores con mano de obra no calificada, y el problema tres los colaboradores de las MIPYMES no están siendo capacitados.

10. PLAN DE MEJORAMIENTO

EJES CENTRALES	VARIABLES PROBLEMA
MARKETING	No hay inversión en publicidad ni en actividades de mercadeo
	No hay sostenibilidad en los precios
	Falta de emprendimiento e innovación
TALENTO HUMANO	La mayoría de las MIPYMES no usan contrato
	Los colaboradores no tienen seguridad social
	No hay capacitación para los colaboradores
	Las MIPYMES no garantizan beneficios salariales
	La formación académica media
RECURSOS FINANCIEROS	No alcanzan las utilidades para invertir en mejoras
	La forma de pago a proveedores más usada es en efectivo dejando sin liquidez
	Falta de más apoyos financieros para los empresarios
	Bajos ingresos en los hogares
	Bajas fuentes de actividad económicas
TECNOLÓGICO	falta de inversión en recursos tecnológicos
	carencia de procesos sistematizados
	falta de bases de datos de clientes, proveedores, e inventarios

PLAN DE MEJORAMIENTO MUNICIPIO GIRARDOT CUNDINAMARCA				
EJE CENTRAL : MARKETING		TIPO DE ESTRATEGIA : PUBLICIDAD, PRECIO Y GASTOS		
ESTRATEGIA: Ajustar los costos y presupuestos con los proveedores, para invertir en actividades de mercadeo, ajustar los precios, y ofrecer ayudas para proyectos de innovación				
PROPÓSITO: Orientar a la solución de las problemáticas presentadas en esta área en las MIPYMES con poco conocimiento.				
OBJETIVOS ESPECIFICOS	METAS	RESPONSABLE	PRESUPUESTO	TIEMPO INICIO
1. Ofrecer programas de capacitación en temas como mercadeo, publicidad a los empresarios y colaboradores.	Crear oportunidades de capacitación para los empresarios y colaboradores.	UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA SENA GOBERNACION DE CUNDINAMARCA	\$15.000.000	UNA SEMANA EN EL MES DE MAYO DEL AÑO 2017
2. Impulsar a las MIPYMES por medio de políticas fiscales, para	Incentivar a los emprendedores e	ALCALDIA DE GIRARDOT CÁMARA Y		

<p>garantizar más la creación de empresas emprendedoras e innovadoras.</p>	<p>innovadores para llevar a cabo sus ideas.</p>	<p>COMERCIO DE GIRARDOT</p>		
<p>3. Generar auditorias de costos y presupuestos para mejorar la distribución del capital y asegurar la inversión en áreas donde requieren las MIPYMES para su desarrollo.</p>	<p>Las MIPYMES con el conocimiento adquirido logren administrar adecuadamente sus recursos y capital.</p>			

<p>PLAN DE MEJORAMIENTO MUNICIPIO GIRARDOT CUNDINAMARCA</p>	
<p>EJE CENTRAL : TALENTO HUMANO</p>	<p>TIPO DE ESTRATEGIA : CAPACITACION</p>
<p>ESTRATEGIA: Generar alianzas con instituciones de educación superior, técnica, y tecnológica para el desarrollo de capacitaciones, formación académica a los</p>	

empresarios y colaboradores de las MIPYMES del municipio de Girardot Cundinamarca.				
PROPÓSITO: tecnificar los colaboradores, y empresarios para mejorar el nivel de las actividades económicas desempeñadas				
OBJETIVOS ESPECIFICOS	METAS	RESPONSABLE	PRESUPUESTO	TIEMPO INICIO
1. Crear alianzas con instituciones de educación superior, técnicas y tecnológicas para impartir conocimiento aportando al crecimiento de la región del alto magdalena.	Tecnificar la mano de obra y el desarrollo personal, profesional de los habitantes del municipio.	UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA SENA GOBERNACION DE CUNDINAMARCA	\$5.500.000	SEIS HORAS REPARTIDAS EN TRES DIAS EN EL MES DE JUNIO DEL AÑO 2017
2. Fomentar el empleo por medio de las capacitaciones y programas de formación	Incentivar a la generación de empleo con los perfiles laborales competitivos Vincular a los	ALCALDIA DE GIRARDOT CÁMARA Y COMERCIO DE GIRARDOT		

	centros educativos para generar conocimiento.			
--	---	--	--	--

PLAN DE MEJORAMIENTO MUNICIPIO GIRARDOT CUNDINAMARCA				
EJE CENTRAL : RECURSOS FINANCIEROS		TIPO DE ESTRATEGIA : ANALISIS DE RENTABILIDAD Y COSTOS FINANCIEROS		
ESTRATEGIA: Realizar auditorías acerca de estudios financieros para la rentabilidad de inversión, manejo de costos financieros y creación de medios de divulgación de políticas fiscales, ayudas económicas para las MIPYMES, y créditos ofrecidos por los bancos de la región.				
PROPÓSITO: apoyar a las MIPYMES para mejor manejo de su capital, frente a los gastos y costos presentados en su actividad económica.				
OBJETIVOS ESPECIFICOS	METAS	RESPONSABLE	PRESUPUESTO	TIEMPO INICIO
1. Realizar auditorías sobre rentabilidad, viabilidad de proyectos, costos y presupuestos	Apoyar al desarrollo de las MIPYMES con los conocimientos	UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA A SENA		UNA SEMANA EN EL MES DE MAYO DEL AÑO 2017

<p>para la mejora de su administración de capital.</p> <p>2. Impulsar la inversión en las MIPYMES del municipio.</p> <p>3. Divulgar los servicios y beneficios ofrecidos por las entidades bancarias a los empresarios del municipio.</p>	<p>impartidos en temas financieros para mejorar su inversión, utilidades y administración financiera.</p> <p>Dar a conocer a las MIPYMES los productos financieros de las entidades bancarias</p>	<p>GOBERNACION DE CUNDINAMARCA</p> <p>ALCALDIA DE GIRARDOT</p> <p>CÁMARA Y COMERCIO DE GIRARDOT</p>	<p>\$10.000.000</p>	
---	---	---	---------------------	--

<p>PLAN DE MEJORAMIENTO MUNICIPIO GIRARDOT CUNDINAMARCA</p>	
<p>EJE CENTRAL :TECNOLOGIA</p>	<p>TIPO DE ESTRATEGIA : ESTRATEGIAS PROACTIVAS BASADAS EN I+D</p>

ESTRATEGIA: Generar capacitación a las MIPYMES sobre I+D tecnología, y vigilancia tecnológica.				
PROPÓSITO: impartir el conocimiento de la importancia de estar actualizando los procesos y tecnologías en el mercado caminante de la globalización.				
OBJETIVOS ESPECIFICOS	METAS	RESPONSABLE	PRESUPUESTO	TIEMPO INICIO
1. Ofrecer capacitaciones acerca de las nuevas tecnologías para así asegurar un posicionamiento en el mercado.	Concientizar a los empresarios de la importancia de implementar tecnología en sus procesos de producción.	UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA SENA GOBERNACION DE CUNDINAMARCA	\$6.000.000	DOS DIAS EN EL MES DE JUNIO DEL AÑO 2017
2. Servir como medio para contactar empresas de servicios tecnológicos, para la implementación en las empresas.	Incentivar a las MIPYMES a invertir en tecnología	ALCALDIA DE GIRARDOT CÁMARA Y COMERCIO DE GIRARDOT		

11. IMPACTO DEL PROYECTO

- Se generó la actualización de la base de datos empresarial en la cual se recolectó información de 363 empresas del municipio de Girardot Cundinamarca.
- Se dio a conocer la realidad de la problemática socio-económica del municipio de Girardot Cundinamarca, identificando los aspectos relevantes en los cuales fue notorio en su mayoría, la ausencia de pago de seguridad social a los empleados por parte de los propietarios de las pequeñas y medianas empresas del municipio.
- Se evidenciaron las oportunidades de capacitación por parte de las entidades educativas y gubernamentales.
- Se dieron a conocer las falencias que se presentan en cada sector, entre las cuales se destacan estrategias de marketing, finanzas y recurso humano.
- Se determinaron la matriz DOFA y la matriz VESTER de acuerdo a los resultados obtenidos de la investigación.
- Se generaron estrategias para combatir las falencias y problemáticas que se presentan en el municipio de Girardot Cundinamarca.
- Se generaron planes de acción para apoyar su crecimiento empresarial.

CONCLUSIONES

- Se realizó una actualización y organización de censo de las mi pymes existentes del municipio de Girardot Cundinamarca, obteniendo información básica sobre las condiciones en las cuales laboran las pequeñas y medianas empresas del sector, que demuestran la falencia que se está presentando en cuanto a las prestaciones sociales de los trabajadores.
- Se visitaron alrededor de 460 MIPYMES de las cuales 363 empresarios o colaboradores nos suministraron los datos a encuestar, las 97 restantes se abstenían a colaborar con la información ya que se mostraban y expresaban de forma desconfiada por miedo a que les subieran los impuestos.
- De las 363 encuestas realizadas 334 se encuentran registradas por parte de cámara de comercio y 29 de ellas no están registradas.
- De acuerdo a la información recolectada corresponde el 62% al sector comercial, 36% al sector de servicios y el 2% restante al sector industrial. En los cuales un 68% de las mi pymes evidencio un crecimiento en el último año debido al impacto social, y el 32% restante no ha visto un crecimiento y desconocen el motivo.
- La investigación realizada a las MIPYMES del municipio de Girardot Cundinamarca fue compleja porque se presentaron algunos obstáculos debido al poco apoyo de los empresarios al momento de realizar la encuesta, manifestaron insuficiente apoyo por parte de la alcaldía y Cámara de Comercio.

RECOMENDACIONES

- Capacitación y asesoría en temas relacionados a la actividad comercial de cada uno de los empresarios del municipio de Girardot Cundinamarca.
- Fortalecer los factores de innovación y tecnología frente a nuevos proyectos productivos que generaran sostenimiento y desarrollo a la región, gestionando apoyo con entidades como el Sena, por medio del capital semilla a emprendedores.
- Brindar capacitaciones a los empresarios por medio de la Universidad de Cundinamarca, el SENA, y la cámara de comercio, acerca a estrategias de administración, adaptación a los cambios como manejo tecnológico de la información.
- La información obtenida del análisis y la base de datos generada por el desarrollo de esta investigación aporta significativamente a la administración municipal y departamental, para detectar las debilidades presentes en las unidades de negocio, con el fin de implementar políticas para el fortalecimiento de la actividad económica para así obtener resultados de crecimiento.

BIBLIOGRAFIA

Secretaría de Planeación de Cundinamarca con base en información de POT Municipales hasta Octubre de 2007.

Ministerio de Protección Social y UNAD. MIPYMES y ctas en Colombia. Convenio Interadministrativo 562 de 2010.

Sánchez Murillo Antonio José. Caracterización de la PYME de la localidad de Usaquén, Bogotá, Colombia, Universidad del Bosque, 2010.

Saavedra G., María L. y Hernández C., Yolanda. Caracterización e importancia de las MIPYMES en Latinoamérica. Actualidad Contable FACES Año 11 N° 17, Julio-Diciembre 2008. Mérida. Venezuela. (122-134)

Organización de empresas análisis diseño y estructura; autor Enrique benjamín franklin año de publicación 1998. Pág. 7 – 12; 25 de sept del 2015.

Alcaldía de Girardot, Secretaria de Planeación, PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE GIRARDOT 2012-2015, “GIRARDOT TIENE CON QUE!”

Administración estratégica 18° edición; autor Thompson I Petera F Bamble I Strickland año de publicación 2012 . Pág. 149- 157; 19 de octubre 2015.

Comportamiento del consumidor decisiones y estrategia de marketing; autor Javier Alonso Rivas y Idelfonso grande esteban; año publicación 2012. Pág. 457-460; 19 de octubre 2015.

Como potenciar su imagen; David Robinson; año de publicación 2000. Pág. 23- 33; pág. 109 – 121; 6 de abril 2016.

Enfoque estratégico de la empresa; Xavier gimbert año de publicación 1998 pág. 33 – 39; 6 de abril 2016.

Secretaría de Planeación de Cundinamarca con base en información de POT Municipales hasta Octubre de 2007.

Sánchez Upegüi, A. Introducción: ¿qué es caracterizar? Medellín, (2010).Pag 1Fundación Universitaria Católica del Norte.

LIZANO ARAYA, Melvin. Sectores Económicos. Notas de clase, septiembre del 2008, Pág. 1,2.Universidad de Costa Rica. Escuela de Geografía, GF-0206-Geografía Económica:<https://es.scribd.com/doc/6211811/Sectores-Economicos>.

Bonilla Castro E., Hurtado Prieto J. & Jaramillo Herrera C. (2009). La investigación. Aproximaciones a la construcción del conocimiento científico. Colombia: Alfaomega.

Strauss A. & Corbin J. (2002). Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada. Medellín: Universidad de Antioquia.

Ibarra Mirón, Santiago. Suarez Hernández, Jesús. La teoría de los recursos y las capacidades: un enfoque actual en la estrategia empresarial. Cuba, Pág.67 Universidad Matanzas, Cuba. Universidad Central de las Villas, Cuba. Departamento de Ing. Industrial.<<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/793552.pdf>>

ANEXO A. ENCUESTA

CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LAS MIPYMES DEL ALTO MAGDALENA

OBJETIVO: Desarrollar el proyecto de investigación “**CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LAS MIPYMES DEL ALTO MAGDALENA**” individualmente en el municipio de Girardot, Cundinamarca.

Esta encuesta cuenta con 50 preguntas acerca de la actividad organizacional que la empresa ejecuta, así mismo, aspectos generales que aportarán a nuestro proyecto de investigación para establecer la caracterización socioeconómica de las MIPYMES, con el fin de identificar su injerencia en el crecimiento de los sectores productivos del Municipio de Girardot, Cundinamarca.

Por lo anterior, lo invitamos a responder las siguientes preguntas de una forma clara y concisa:

Datos básicos de la empresa

Nombre del establecimiento _____

Nombre del propietario _____

Dirección del establecimiento _____ Barrio: _____

Teléfono fijo o celular _____

Correo electrónico y/o página Web _____

Razón social _____

NIT _____

a. Información personal

1. Nivel de escolaridad

Primaria		Secundaria		Técnico		Tecnólogo		Profesional	
----------	--	------------	--	---------	--	-----------	--	-------------	--

2. Género:

Femenino		Masculino	
----------	--	-----------	--

3. Estado civil

Soltero/a		Casado/a		Divorciado/a		Viudo/a		Unión Libre	
-----------	--	----------	--	--------------	--	---------	--	-------------	--

4. Cantidad de personas que conforman el núcleo familiar

Uno		Dos		Tres		Cuatro		Cinco o más	
-----	--	-----	--	------	--	--------	--	-------------	--

5. ¿Quiénes conforman el núcleo familiar?

Padres		Esposa/o		Hijos/as		Abuelos		Otros	
--------	--	----------	--	----------	--	---------	--	-------	--

6. ¿Cuántas personas mayores de edad conforman el núcleo familiar?

Cero	Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco o más
------	-----	-----	------	--------	-------------

Sí la anterior respuesta fue diferente de 0, favor conteste la siguiente pregunta (7)

7. ¿Cuántas de las personas mayores de edad trabajan?

Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco o más
-----	-----	------	--------	-------------

8. ¿Tiene hijos? (Favor no tener en cuenta la respuesta brindada en la pregunta N° 5)

Si	No
----	----

Sí la anterior respuesta fue SI, favor conteste la siguiente pregunta (9)

9. ¿Cuántos hijos tiene?

Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco o más
-----	-----	------	--------	-------------

10. Estrato socioeconómico

Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco o más
-----	-----	------	--------	-------------

11. ¿Cuenta con vivienda propia?

Si	No
----	----

12. ¿Cuál es el principal uso de los ingresos, después de satisfacer las necesidades básicas?

Recreación	Educación	Consumismo	Otro
------------	-----------	------------	------

b. Información de la empresa

13. ¿Está legalmente constituida la empresa?

Si	No
----	----

14. Tiempo de funcionamiento de la empresa en años

Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco o más
-----	-----	------	--------	-------------

15. Capital de inversión

Muy suficiente	Suficiente	Deficiente
----------------	------------	------------

16. El capital de la empresa actualmente se encuentra en

Menos de \$100.000.000	Más de \$100.000.001 y menos de \$500.000.000	Más de \$500.000.001
------------------------	---	----------------------

17. Representación de la empresa

Individual	Sociedad
------------	----------

18. ¿A qué sector pertenece la empresa?

Sector agropecuario	Sector servicios	Sector industrial	Sector comercial
---------------------	------------------	-------------------	------------------

19. ¿Qué tipo de empresa representa?

Principal	Franquicia	Sucursal	Otros
-----------	------------	----------	-------

20. ¿El local de la empresa es propio?

Si	No
----	----

21. ¿Cuál es el principal gasto de la empresa?

Locativos	Servicios	Nomina	Impuestos	Otros
-----------	-----------	--------	-----------	-------

22. ¿La empresa ha crecido durante el último año?

Si	No
----	----

Sí la anterior respuesta fue SI, favor conteste la siguiente pregunta (23)

23. ¿Qué aspecto ha influido en el crecimiento de la empresa?

Político	Social	Cultural	Económico	Otros
----------	--------	----------	-----------	-------

24. ¿Cumple la empresa con las obligaciones tributarias?

Si	No
----	----

25. ¿La empresa es rentable económicamente?

Si	No
----	----

26. ¿Llevan contabilidad en la empresa?

Si	No
----	----

Sí la anterior respuesta fue SI, favor conteste las siguientes preguntas (27-28)

27. ¿Qué tipo de contabilidad llevan?

Manual	Sistematizada	Mixta
--------	---------------	-------

28. ¿Quién lleva la contabilidad?

Propietario	Contador	Auxiliar	Otros
-------------	----------	----------	-------

29. ¿Cuántos colaboradores tiene la empresa?

Menos de 10	Entre 11 y 50	Entre 51 y 200
-------------	---------------	----------------

30. ¿Qué tipo de vinculación tienen los colaboradores?

Término fijo	Término indefinido	Temporal es	Prestación de servicios	No usa contrato
--------------	--------------------	-------------	-------------------------	-----------------

31. ¿Pagan seguridad social a los colaboradores?

Si	No
----	----

32. ¿Brindan beneficios salariales a los colaboradores?

Si	No
----	----

33. ¿Qué mecanismo utilizan para asignar los ingresos mensuales?

Sueldo fijo o mensual	Un monto diario	Sueldo según las necesidades	Porcentaje diario de ventas	Otros
-----------------------	-----------------	------------------------------	-----------------------------	-------

34. Las condiciones ambientales laborales son

Excelentes	Buenas	Regular	Deficientes
------------	--------	---------	-------------

35. ¿Brindan capacitación a los colaboradores?

Si	No
----	----

36. ¿Tienen base de datos de proveedores?

Si	No
----	----

37. Los proveedores son

Fabricantes	Mayoristas	Minoristas	Cadenas	Otros
-------------	------------	------------	---------	-------

38. La frecuencia de los pedidos es

Diaria	Semanal	Quincenal	Mensual	Otros
--------	---------	-----------	---------	-------

39. La forma de pago de las compras es

Contado	Crédito
---------	---------

40. El producto financiero más usado en las compras es

Transferencia bancaria	Chequera	Tarjetas	Efectivo
------------------------	----------	----------	----------

41. La empresa cuenta con capacidad de endeudamiento

Excelentes	Buenas	Regular	Deficientes
------------	--------	---------	-------------

42. Tienen base de datos de clientes

Si	No
----	----

43. ¿Manejan algún tipo de actividad de mercadeo?

Si	No
----	----

44. ¿Qué mecanismo es el más utilizado para comunicarse con los clientes?

Correo electrónico	Redes sociales	Página Web	Telefonía celular	Otro
--------------------	----------------	------------	-------------------	------

45. ¿Qué mecanismos utilizan para determinar los precios de venta al público?

Margen de utilidad	Costos y presupuestos	Comparación con la competencia	Otro
--------------------	-----------------------	--------------------------------	------

46. ¿Qué sistema de facturación utilizan?

Manual	Sistematizada	Registradora	No usa
--------	---------------	--------------	--------

47. ¿Lleva control de inventarios?

Si	No
----	----

48. ¿Han recibido recientemente capacitaciones para actualizar y desarrollar habilidades en procesos administrativos, legales, comerciales y/o operacionales?

Si	No	
----	----	--

Sí la anterior respuesta fue SI, favor conteste las siguientes preguntas (49-50)

49. ¿En qué área?

Contabilidad	Sistemas	mercado	Gestión humana	Finanzas	Operaciones	otro
--------------	----------	---------	----------------	----------	-------------	------

50. ¿Cuándo fue la última vez que recibieron capacitación(es)?

1 año	Más de 1 año y menos de 2 años	Más de 2 años
-------	--------------------------------	---------------

Agradecemos su colaboración al contestar esta encuesta, la información brindada es de carácter confidencial y sus fines son exclusivamente académicos.

Datos del encuestador

Nombre _____

Firma _____

ANEXO B. BASE DE DATOS CAMARA DE COMERCIO

**ANEXO C. BASE DE DATOS INVESTICACION CARACTERIZACION
SOCIOECONOMICA DE LAS MIPYMES DEL ALTO MAGDALENA, MUNICIPIO
DE GIRARDOT AÑO 2016**

ANEXO D. FOTOS







