



**CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LAS MIPYMES DEL ALTO  
MAGDALENA, MUNICIPIO DE AGUA DE DIOS, 2016**

**JENNIFER VANESSA BELTRAN MARTINEZ  
ELIANA MATTA RODRIGUEZ**

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



**CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LAS MIPYMES DEL ALTO  
MAGDALENA, MUNICIPIO DE AGUA DE DIOS, 2016**

**JENNIFER VANESSA BELTRAN MARTINEZ**  
Código 310212104  
**ELIANA MATTA RODRIGUEZ**  
Código 310212119

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

**Directora de Investigación  
MARÍA PATRICIA DÍAZ CÁRDENAS**

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



Nota de aceptación

---

---

---

---

Presidente del Jurado

---

Jurado

---

Jurado

Girardot, 28 de Abril de 2016



*A Dios.*

*Por ser mi guía y proveedor en cada paso que di durante el transcurso de mi carrera.*

*A mi madre, Inés Martínez, mi motivación para ser cada día mejor, de quien he recibido siempre su apoyo incondicional y, por su confianza, comprensión, en el logro de esta meta.*

*A mi familia, a mis amigos y amigas, de quienes he recibo siempre apoyo sincero.*

*Este logro ha sido posible gracias a la colaboración y el apoyo incondicional de muchas personas especiales, que con buena disposición aportaron una semilla y como fruto se logró la culminación de mi carrera académica, la cual no habría sido posible sin ellos, no habría gozado de tantos triunfos, alegrías y satisfacciones. Su presencia ha constituido el mayor aporte en esta etapa de mi vida.*

*Vanessa Beltrán.*

*A Dios.*

*Por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente.*

*A mi madre Ivone Rodriguez Camacho por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo y la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.*

*A mi familia por su confianza y acompañamiento en este proceso académico.*

*Eliana Matta.*



## **AGRADECIMIENTOS**

El desarrollo de este proyecto se hizo posible por la colaboración y aportes de las famiempresas y MIPYMES del municipio de Agua de Dios, personas que invirtieron tiempo para hacer posible el trabajo de campo.

A la Docente María Patricia Díaz Cárdenas, directora de la Investigación, quien con todos sus conocimientos y dedicación, realizó las sugerencias y recomendaciones acertadas que permitieron el desarrollo y conclusión exitosa del presente trabajo.



## CONTENIDO

	<b>Pág.</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>15</b>
<b>TITULO.....</b>	<b>16</b>
<b>1. AREA, LINEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACION.....</b>	<b>17</b>
1.1 AREA.....	17
1.2 LINEA.....	17
1.3 PROGRAMA.....	17
<b>2. PROBLEMA DE INVESTIGACION.....</b>	<b>18</b>
2.1 DESCRIPCION DEL PROBLEMA.....	18
2.2 FORMULACION DEL PROBLEMA.....	19
<b>3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.....</b>	<b>20</b>
3.1 OBJETIVO GENERAL.....	20
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	20
<b>4. JUSTIFICACION.....</b>	<b>21</b>
<b>5. MARCO DE REFERENCIA.....</b>	<b>23</b>
5.1 MARCO TEORICO.....	23
5.2 MARCO CONCEPTUAL.....	27
5.3 MARCO LEGAL.....	30
5.4 MARCO GEOGRAFICO.....	49
<b>6. DISEÑO METODOLOGICO.....</b>	<b>52</b>
6.1 TIPO DE INVESTIGACION.....	52
6.2 METODO DE INVESTIGACION.....	52
6.3 POBLACION Y MUESTRA.....	53
6.4 TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS.....	54
6.4.1 ENCUESTA.....	54
6.4.2 OBSERVACION.....	54
6.5 TECNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS.....	54
<b>7. CAPITULO I. BASE DE DATOS DE LAS EMPRESAS.....</b>	<b>55</b>
7.1 BASE DE DATOS.....	55
7.2 APLICACIÓN DE LA ENCUESTA.....	56
<b>8. CAPITULO II. DIAGNOSTICO EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES DE CADA SECTOR.....</b>	<b>106</b>
8.1 ANÁLISIS SITUACIONAL Y SOCIOECONÓMICO DEL MUNICIPIO DE AGUA DE DIOS.....	106
8.2. MATRIZ D.O.F.A.....	108
8.3 PERFIL DE CAPACIDAD INTERNA – PCI.....	115



8.4 PERFIL DE AMENAZAS Y OPORTUNIDADES DEL MEDIO – POAM.....	118
8.4.1 MATRIZ MEFI.....	121
8.4.2 MATRIZ MEFE.....	123
8.4.3 MATRIZ IE.....	125
8.4.4 MATRIZ VESTER.....	128
8.4.5 ANÁLISIS ESTRUCTURAL.....	131
9. PLAN DE MEJORAMIENTO MUNICIPIO DE AGUA DE DIOS.....	132
10. CARACTERIZACION DE LAS MIPYMES DEL MUNICIPIO DE AGUA DE DIOS- 2016.....	138
11. IMPACTO DEL PROYECTO.....	140
12. CONCLUSIONES.....	141
13. RECOMENDACIONES.....	143
BIBLIOGRAFIA.....	145



## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Nivel de escolaridad.

Tabla 2. Genero.

Tabla 3. Estado civil.

Tabla 4. Cantidad de personas que conforman el núcleo familiar.

Tabla 5. ¿Quiénes conforman el núcleo familiar?

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

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

Tabla 8. ¿Tiene hijos?

Tabla 9. ¿Cuántos hijos tiene?

Tabla 10. Estrato socioeconómico

Tabla 11. ¿Cuenta con vivienda propia?

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

Tabla 13. ¿Está legalmente constituida la empresa?

Tabla 14. Tiempo de funcionamiento de la empresa en años

Tabla 15. Capital de la inversión

Tabla 16. ¿El capital de la empresa actualmente se encuentra en?

Tabla 17. Representación de la empresa

Tabla 18. ¿A qué sector pertenece la empresa?

Tabla 19. ¿Qué tipo de empresa representa?

Tabla 20. ¿El local de la empresa es propio?

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

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

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

Tabla 24. ¿Cumple la empresa con las obligaciones tributarias?

Tabla 25. ¿La empresa es rentable económicamente?





Tabla 26. ¿Llevan contabilidad la empresa?

Tabla 27. ¿Qué tipo de contabilidad llevan?

Tabla 28. ¿Quién lleva la contabilidad?

Tabla 29. ¿Cuántos colaboradores tiene la empresa?

Tabla 30. ¿Qué tipo de vinculación tienen a los colaboradores?

Tabla 31. ¿Pagan seguridad social a los colaboradores?

Tabla 32. ¿Brindan beneficios salariales a los colaboradores?

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

Tabla 34. ¿Las condiciones ambientales laborales son?

Tabla 35. ¿Brindan capacitaciones a los colaboradores?

Tabla 36. ¿Tiene base de datos de proveedores?

Tabla 37. Los proveedores son

Tabla 38. La frecuencia de los pedidos es

Tabla 39. La forma de pago de las compras es

Tabla 40. El producto financiero más usado en las compras es

Tabla 41. La empresa cuenta con capacidad de endeudamiento

Tabla 42. Tiene base de datos de los clientes

Tabla 43. ¿Maneja algún tipo de actividad de mercadeo?

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

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

Tabla 46. ¿Qué sistema de facturación utilizan?

Tabla 47. ¿Lleva control de inventarios?

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

Tabla 49. ¿En qué área?

Tabla 50. ¿Cuándo fue la última vez que recibieron capacitaciones?



Tabla 51. Tipo de empresa.

Tabla 52. Análisis de vulnerabilidad DoFa del sector industrial.

Tabla 53. Análisis de vulnerabilidad DoFa del sector de servicios.

Tabla 54. Análisis de vulnerabilidad DoFa del sector de comercial.

Tabla 55. Perfil de Capacidad Interna – PCI.

Tabla 56. Resumen del perfil de Capacidad Interna.

Tabla 57. Análisis del de oportunidades y amenazas del medio – POAM.

Tabla 58. Resumen del Perfil de Capacidad Interna.

Tabla 59. Aplicación de la Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI).

Tabla 60. Aplicación de la Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE).

Tabla 61. Aplicación de la Matriz Internos Externos (IE).

Tabla 62. Aplicación de la Matriz VESTER.

Tabla 63. Motricidad y Dependencia de Matriz Vester

Tabla 64. Análisis estructural.

Tabla 65. Ejes centrales del plan de mejoramiento.

Tabla 66. Plan 1. Eje Central Directivo.

Tabla 67. Plan 2. Eje Central Marketing.

Tabla 68. Plan 3. Eje Central Recursos Financieros.

Tabla 69. Plan 4. Eje Central Tecnológico.

Tabla 70. Plan 5. Eje Central Talento Humano.

Tabla 71. Caracterización de las MIPYMES Municipio de Agua de Dios – 2016

Tabla 72. Caracterización de las MIPYMES Municipio de Agua de Dios - 2016



## LISTA DE GRAFICAS

Grafica 1. Nivel de escolaridad.

Grafica 2. Genero.

Grafica 3. Estado civil.

Grafica 4. Cantidad de personas que conforman el núcleo familiar.

Grafica 5. ¿Quiénes conforman el núcleo familiar?

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

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

Grafica 8. ¿Tiene hijos?

Grafica 9. ¿Cuántos hijos tiene?

Grafica 10. Estrato socioeconómico

Grafica 11. ¿Cuenta con vivienda propia?

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

Grafica 13. ¿Está legalmente constituida la empresa?

Grafica 14. Tiempo de funcionamiento de la empresa en años

Grafica 15. Capital de la inversión

Grafica 16. ¿El capital de la empresa actualmente se encuentra en?

Grafica 17. Representación de la empresa

Grafica 18. ¿A qué sector pertenece la empresa?

Grafica 19. ¿Qué tipo de empresa representa?

Grafica 20. ¿El local de la empresa es propio?

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

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



- Grafica 23. ¿Qué aspectos ha influido en el crecimiento de la empresa?
- Grafica 24. ¿Cumple la empresa con las obligaciones tributarias?
- Grafica 25. ¿La empresa es rentable económicamente?
- Grafica 26. ¿Llevan contabilidad la empresa?
- Grafica 27. ¿Qué tipo de contabilidad llevan?
- Grafica 28. ¿Quién lleva la contabilidad?
- Grafica 29. ¿Cuántos colaboradores tiene la empresa?
- Grafica 30. ¿Qué tipo de vinculación tienen a los colaboradores?
- Grafica 31. ¿Pagan seguridad social a los colaboradores?
- Grafica 32. ¿Brindan beneficios salariales a los colaboradores?
- Grafica 33. ¿Qué mecanismo utilizan para asignar los ingresos mensuales?
- Grafica 34. ¿Las condiciones ambientales laborales son?
- Grafica 35. ¿Brindan capacitaciones a los colaboradores?
- Grafica 36. ¿Tiene base de datos de proveedores?
- Grafica 37. Los proveedores son
- Grafica 38. La frecuencia de los pedidos es
- Grafica 39. La forma de pago de las compras es
- Grafica 40. El producto financiero más usado en las compras es
- Grafica 41. La empresa cuenta con capacidad de endeudamiento
- Grafica 42. Tiene base de datos de los clientes
- Grafica 43. ¿Maneja algún tipo de actividad de mercadeo?
- Grafica 44. ¿Qué mecanismo es el más utilizado para comunicarse con los clientes?
- Grafica 45. ¿Qué mecanismos utilizan para determinar los precios de venta al público?
- Grafica 46. ¿Qué sistema de facturación utilizan?
- Grafica 47. ¿Lleva control de inventarios?



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

Grafica 49. ¿En qué área?

Grafica 50. ¿Cuándo fue la última vez que recibieron capacitaciones?

Grafica 51. Tipo de empresa.

Grafica 52. Aplicación Matriz Vester



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Municipios Provincia del Alto Magdalena

Figura 2. Municipio de Agua de Dios



## INTRODUCCIÓN

En el mundo actual el crecimiento económico colombiano se sigue presentando de una manera desigual debido a que no se tiene en cuenta la riqueza y el potencial productivo de los distintos municipios. Por esta razón surge la importancia del papel que debe emplear las distintas localidades para la promoción del desarrollo económico dentro de un contexto de gestión descentralizada, como se vive en la actualidad.

Las MIPYMES y las famiempresas conforman un factor importante para el desarrollo de las economías debido a que son la principal fuente de generación de empleo, y constituyen un ente fundamental del sistema económico por que intervienen en la economía y poseen una gran responsabilidad social, generan innovación y permiten una mejora continua en los procesos y productos.

Teniendo en cuenta lo anterior, el presente estudio está conformado por un conjunto de características comunes presentadas en los distintos municipios de la provincia del Alto Magdalena, pretendiendo abordar la temática planteada y por ende, contribuir al fortalecimiento de la institucionalidad territorial para el desarrollo económico, la vinculación entre descentralización y desarrollo económico local es necesario para aportar a la reflexión para efectos de política municipal.

Esta investigación está dirigida a los distintos sectores económicos presentes en el sector, tales como comercial, agropecuario, industrial y de servicios del municipio de Agua de Dios, en donde se recopiló información de la Secretaria de Hacienda, teniendo en cuenta informes de industria y Comercio del municipio, además se realizó un trabajo de campo empleando encuestas y entrevistas aplicadas a una muestra del sector.

La implementación de herramientas administrativas es uno de los pasos más importantes que se realizaron en la investigación, resaltando las matrices P.C.I., el P.O.A.M y el árbol de soluciones los cuales corroboran a una mejor toma de decisiones.

La opinión y participación de fuentes locales es empleada para plasmar su juicio con relación al papel que juega el municipio de Agua de Dios, en la promoción del desarrollo y la estimulación para el crecimiento de la economía local.



**TITULO**  
**CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LAS MIPYMES DEL ALTO**  
**MAGDALENA, MUNICIPIO DE AGUA DE DIOS, 2016**





## 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 INVESTIGACIÓN

### 2.1 DESCRIPCION DEL PROBLEMA

Famiempresas, micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME), en donde todas estas conforman el eje fundamental de la actividad económica del país; entorno a ellas se debe establecer una cultura empresarial dinámica debido a que estos conforman los factores externos a la empresa que influye en esta y condicionan el ejercicio de su actividad. Es necesario que estas famiempresas y MIPYMES crezcan, innoven y sean generadoras de grandes fuentes de empleos.

En Colombia las famiempresas y las MIPYMES conforman la principal fuente de generación de empleo, y son ente fundamental del sistema económico, debido a que intervienen en la economía y poseen una gran responsabilidad social porque influyen en la disminución de las situaciones de pobreza, subempleo y desempleo.

Desde un punto de vista regional y más cercano, Agua de Dios y los demás municipios del Alto Magdalena no cuentan con estadísticas actuales, por ende la única base de referencia para esta localidad corresponde al año 2007, de acuerdo a la investigación realizada por estudiantes y docentes de la Universidad de Cundinamarca, seccional Girardot

Es por esto que se requiere un estudio que aborde principales factores de importancia como son las condiciones laborales, el sector económico al que pertenece y su influencia, su inversión, conocimiento en la parte legal, estrategias de promoción, información sobre el cliente para poder diseñar estrategias que contribuyan al desarrollo económico del municipio de Agua de Dios.

Se evidencia que la falta de caracterización de las MIPYMES afecta la productividad y desarrollo regional ya que la utilidades generadas son dedicadas a satisfacer las necesidades de subsistencia del propietario sin tener la posibilidad de expansión de la misma, de igual manera tiene bajos niveles de innovación afectando su productividad debido a que es una herramienta indispensable para alcanzar ventajas competitivas, también en el factor de recursos humanos la poca capacitación reduciendo la eficiencia en el logro de sus tareas.

Por otra parte, el plan de desarrollo municipal de Agua de Dios 2012- 2015, “la huella de lo social”, plantea en la dimensión económica, denominada “Por el crecimiento y la competitividad de Agua de Dios”, estrategias para la promoción y el fomento del desarrollo local y regional, fortalecimiento sus vocaciones económicas, el uso



de las tecnologías para su competitividad y aprovechamiento de sus potencialidades para la generación de valor agregado, además de crear condiciones para asumir los retos que implica la competencia de los mercados locales, regionales, nacionales e internacionales<sup>1</sup>

## 2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué características socioeconómicas poseen actualmente las MIPYMES del municipio de Agua de Dios y cómo influye la actividad de estas en el sector económico del municipio?

---

<sup>1</sup> Alcaldía Municipal de Agua de Dios Cundinamarca. Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015: Por el crecimiento y la competitividad de Agua de Dios .P.25.



### 3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1 OBJETIVO GENERAL

Definir las características socioeconómicas que poseen las MIPYMES del municipio de Agua de Dios con el fin de establecer su situación actual.

#### 3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Establecer una base de datos actual de las MIPYMES existentes en el municipio de Agua de Dios, Cundinamarca.
- Identificar que sectores productivos y a que actividades económicas se dedican las MIPYMES del municipio de Agua de Dios, Cundinamarca.
- Elaborar un diagnóstico interno, mediante diferentes herramientas las cuales permitan conocer las diferentes fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de las MIPYMES locales.
- Proponer alternativas de fortalecimiento a las MIPYMES del municipio de Agua de Dios Cundinamarca, teniendo en cuenta los resultados obtenidos.



#### 4. JUSTIFICACIÓN

Las MIPYMES en Colombia son entidades independientes y tienen una influencia en el mercado del comercio caracterizado por tener una estructura flexible, las cuales generan ventajas competitivas dentro del mercado fácilmente, los procesos de gestión son más sencillos esto permite tomar decisiones estratégicas rápidamente, los cambios en la demanda se solucionan con mayor capacidad y tiene posibilidades de una relación personal con el cliente.

Teniendo en cuenta que gran parte de los propietarios de las MIPYMES se han formado empíricamente, debido a ello no tienen una organización apropiada que permita resolver los problemas del entorno competitivo, sin ser capaces de adaptarse a los diferentes cambios que ofrece la sociedad para poder permanecer y crecer en el sector económico regional.

Es por ello que el Plan de Desarrollo Municipal de Agua de Dios Cundinamarca, comprende estrategias para la promoción y el fomento del desarrollo local y regional, fortalecimiento sus vocaciones económicas, el uso de las tecnologías para su competitividad y aprovechamiento de sus potencialidades para la generación de valor agregado, además de crear condiciones para asumir los retos que implica la competencia de los mercados locales, regionales, nacionales e internacionales<sup>2</sup>.

Mediante esta investigación se busca identificar problemáticas internas y externas de los diferentes sectores económicos, generar alternativas de fortalecimiento y así contribuir al crecimiento del municipio de Agua de Dios, Cundinamarca, buscando lograr una comunidad de aprendizaje para el desarrollo empresarial conociendo los diferentes retos que se debe asumir.

Es de gran ayuda esta investigación para que contribuya de manera positiva a la Región del Alto Magdalena brindando apoyo a los diferentes interesados, estableciendo la necesidad de capacitaciones, información y consultoría por parte de las MIPYMES.

De igual forma se quiere llegar a saber si el municipio de Agua de Dios ha logrado evolucionar con el pasar de los años, llegando a conocer de forma cualitativa y

---

<sup>2</sup> Alcaldía Municipal de Agua de Dios Cundinamarca. Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015: Por el crecimiento y la competitividad de Agua de Dios .P.25.



cuantitativa el comportamiento de las MIPYMES que desempeñan actividades económicas en los diferentes sectores de Agua de Dios.

Entre los municipios con similares iniciativas de este tipo de investigación, encontramos la localidad de Usaquen donde “Realizaron una investigación de tipo exploratorio a fin de lograr la caracterización de las Pyme en la localidad de estudio y obtener datos cuantitativos y cualitativos confiables sobre el desempeño de las pequeñas y medianas empresas en dicha localidad”<sup>3</sup> donde los hallazgos “muestran que el tamaño del mercado al cual se atiende desde la pyme es, para un segmento importante de ellas, reducido, predominantemente local, como lo demuestran el destino de las ventas, el monto de los activos brutos y los valores de las ventas anuales. Se utilizan tecnologías de escala reducida, menos exigentes en inversiones.”<sup>4</sup>

Finalmente, la Universidad de Cundinamarca a través de la ley 30 de educación superior debe realizar investigación y proyección social, con el fin de mejorar la competitividad en los diferentes sectores económicos, a su vez, los estudiantes del Programa de Administración de Empresas deben apoyar el cumplimiento de la misión, como profesionales que formulan y orientan a las necesidades empresariales y organizacionales de la comunidad.

---

<sup>3</sup> Caracterización de la pyme de la localidad de Usaquén, Bogotá, Colombia- Universidad del Bosque- Antonio José Sánchez Murillo, Rafael León Castro, Eduardo Cabrera Casilimas, Iván Anzola Castillo - Año 2010

<sup>4</sup> Ibid



## 5. MARCO DE REFERENCIA.

### 5.1. MARCO TEÓRICO

Para realizar la investigación de las características socioeconómicas de las MIPYMES en el municipio de Agua de Dios, Cundinamarca, es de vital importancia conocer la clasificación de las mismas, las cuales se encuentran fundamentadas en el artículo 2° de la Ley 590 del 2000, modificado por la Ley 905 de 2004 y, mientras se reglamente el artículo 43 de la Ley 1450 de 2011<sup>5</sup>.

Microempresa:

- a) Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores
- b) Activos totales excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Pequeña empresa:

- a) Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores.
- b) Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Mediana empresa:

- a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores.
- b) Activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) a treinta mil (30.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Las dificultades que estas organizaciones presentan, destacándose principalmente la falta de planeación de largo plazo, informalidad en la gestión administrativa, financiera, contable y operativa, falta de estrategia de sus directivos en donde más que ella impera la confianza en la intuición. Sumado a esto, existe una dinámica de internacionalización económica y de apariciones constantes de nuevas tecnologías, que hacen que las empresas se vean presionadas para ejercer procesos de cambio continuo<sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup> Ministerio Comercio, Industria y Turismo. Viceministerio de Desarrollo Empresarial: Definición Tamaño Empresarial Micro, Pequeña, Mediana o Grande. Colombia. 2013. Reporte Mipymes 03.P.01.

<sup>6</sup> Gustavo Ferro Núñez - Model formulation and evaluation of projects for investment companies colombian pymes; Pag 44



Uno de los factores de mayor incidencia dentro de las famiempresas y las MIPYMES es la falta de recursos de capital así como el desaprovechamiento de las alternativas de crédito que ofrece el mercado lo que necesariamente implica un bajo grado de desarrollo empresarial y por ende competitivo para este sector económico teniendo en cuenta la importancia del dinero para la inversión y endeudamiento necesarios para el crecimiento organizacional y expansión a nuevos mercados.<sup>7</sup>

## TEORÍA ECONÓMICA KIRZNER

El análisis económico no sólo debería tener en cuenta las leyes de la oferta y la demanda, sino también la forma en que funcionan dentro de un mercado. Es decir, no sólo el equilibrio mismo sino el proceso mediante el cual se llega a un equilibrio. Kirzner recupera en este texto la función del empresario como un coordinador que está atento a las necesidades de los consumidores y se esfuerza por satisfacerlas.

En “Competencia y función empresarial”, Kirzner, continuador del pensamiento de Ludwig von Mises, señala la falsedad de los supuestos de la teoría económica tradicional y muestra cómo el empresario cumple la función de coordinación que consiste en estar atento a las demandas de los consumidores y dirigir los recursos productivos hacia la producción de aquellos bienes y servicios que los consumidores desean con mayor intensidad. El empresario se transforma de esta manera en el factor que hace posible que los mercados tiendan a equilibrarse.

En otras palabras, la empresa perturba el equilibrio existente pero se dirige hacia un nuevo equilibrio. Algo que el socialismo inculcó en la gente fue pasividad. Un pueblo que haya sido socialista, aun cuando tenga mercados, propiedad privada y derecho a las ganancias que ha creado, prefiere esperar a que sea el Estado el que haga algo, sin hacer nada por sí mismo. El verdadero capitalismo no comenzó hasta que los sujetos miraron a su alrededor, se dieron cuenta de lo que hacía falta hacer y tuvieron la iniciativa de empezar a hacerlo.

Una economía dinámica comienza con las acciones de un pueblo emprendedor. Tener organizadas las condiciones necesarias -propiedad privada, mercados, la posibilidad de ganancia (es decir, la creación de nueva riqueza por sobre los costos invertidos) el acto empresarial es prender el fuego.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Desarrollo empresarial mipyme en Cundinamarca municipio Girardot 2007- Universidad de Cundinamarca

<sup>8</sup> Competencia y función empresarial. Israel M. Kirzner. UNION EDITORIAL S.A., 1975





“El empresario “puro” observa la existencia de una oportunidad de vender algo a un precio mayor del que se puede comprar. De aquí se sigue que cualquiera es un empresario en potencia, ya que el papel puramente empresarial no presupone ningún tipo de ventaja en forma de activos valiosos. Por eso, mientras que la participación en el mercado de los propietarios de capital está siempre hasta cierto punto protegida (por las cualidades peculiares del capital poseído), la actividad del empresario nunca está protegida en modo alguno. La oportunidad ofrecida en el mercado por el poseedor de capital no se puede duplicar o sobrepasar libremente por cualquiera; sólo la puede duplicar otro propietario de un capital similar. En un mundo en el que no existan dos capitales exactamente iguales, ninguna oportunidad ofrecida podría ser exactamente copiada. Pero si un empresario percibe la posibilidad de obtener beneficio ofreciendo comprar a un precio atractivo para los vendedores y vender a un precio atractivo a los compradores, las oportunidades que así ofrece el mercado pueden, en principio, estar al alcance de cualquiera. La actividad del empresario es esencialmente competitiva. Por eso, la competencia es inherente a la naturaleza del proceso mercadológico empresarial. O, para decirlo de otra manera, la empresarialidad es inherente al proceso competitivo en el mercado.<sup>9</sup>

## **TEORÍA DEL DESENVOLVIMIENTO ECONÓMICO SCHUMPETER**

El empresario, según Schumpeter, no es precisamente el capitalista en propiedad; es más, este no hace parte de una clase social específica, ni tampoco ha de ser un inventor innato, dado que en su mayoría las diferentes formas de innovación se encuentran presentes en la estructura socioeconómica o en la naturaleza misma, aunque sean objeto de una subutilización poco eficiente. De hecho, al no tener una posición privilegiada es factible encontrar empresarios entre los terratenientes, los capitalistas o los obreros, indistintamente.

Según Schumpeter, solamente se es empresario cuando se llevan a la práctica nuevas combinaciones, y se pierde el carácter en cuanto se ha puesto en marcha el negocio. Se puede decir entonces que ser empresario es un privilegio de pocos, si se le compara con la muchedumbre de individuos que están en condiciones físicas y materiales para serlo, puesto que se debe gozar de características poco comunes, como son el liderazgo, la autoridad, la decisión y la previsión; por cuanto el empresario innovador tendrá que superar los obstáculos que la incertidumbre, la coyuntura y el marco jurídico-legal le impongan, a fin de lograr la destrucción

---

<sup>9</sup> Competencia y función empresarial. Israel M. Kirzner. UNION EDITORIAL S.A., 1975. Pág. 25-26



creadora que le permita cambiar significativamente las condiciones sociales y económicas del futuro.

Según esta teoría, el sistema económico tiende a estar en una situación de equilibrio en la que los ingresos de las unidades económicas de producción son iguales a los costes de producción más el salario del empresario. Esto se denomina beneficio ordinario, en el que no existe beneficio para el empresario como renta residual de la economía.

Cuando el empresario introduce innovaciones, como por ejemplo la comercialización de un nuevo producto, se altera la situación de equilibrio anterior, provocando una situación de progreso económico en el que existirá un poder de monopolio temporal, obteniéndose unos beneficios extraordinarios hasta que la imitación de otras empresas vuelva a restablecer el equilibrio.

La innovación produce el desequilibrio, ya que con el transcurso del tiempo, otros empresarios (imitadores) atraídos por el alto beneficio, introducen imitaciones compitiendo con el empresario innovador, lo que provocará que los beneficios extraordinarios minoren hasta volver a la situación de equilibrio en la que habrá beneficios ordinarios.

El beneficio empresarial representa, por tanto, la remuneración por el riesgo que asume el empresario por haber sido capaz de realizar una innovación aplicable al mercado. Aunque el empresario no tiene porqué ser necesariamente la persona que soporte el riesgo, sino que ésta sería el propietario o quien concede el crédito, ya que son los que sufren las pérdidas si la empresa fracasa.

Es evidente que en este proceso de cambio tecnológico: invención, innovación e invención, Schumpeter, sitúa al empresario como función principal y característica del progreso técnico que genera el desarrollo económico y los avances sociales.

Fases de la teoría

Las fases de este proceso pueden definirse de la siguiente manera:

- **Invención:** se refiere a la creación o descubrimiento de un nuevo producto o de un nuevo proceso de producción para un producto ya existente.
- **Innovación:** es la acción de poner en práctica inventos previos de cualquier naturaleza o aplicación de la invención a usos industriales y comerciales. Es lo que caracteriza al tipo de empresario definido en esta teoría.



- Imitación: es la generalización de la innovación o desarrollo de la misma, modificando aspectos no sustanciales que llevan a productos similares de carácter sustitutivo. Esto se llevará a cabo por empresarios conservadores o “seguidores”.

La empresa es la realización de nuevas combinaciones, y empresario a los individuos encargados de dirigir dicha realización. De esta manera, el empresario es un sujeto independiente, donde su función es llevar a cabo nuevas combinaciones y en ningún momento asume riesgos, puesto que para Schumpeter quien asume dichos riesgos es el dueño de los medios de producción. Afirma: “el riesgo recae siempre indudablemente sobre el propietario de los medios de producción o del capital del dinero que se pagó por ellos, y en consecuencia, nunca sobre el empresario como tal”.

Schumpeter introduce el término de “destrucción creativa” donde esta es originada por una empresa pionera y otras empresas denominadas seguidoras o imitadoras, es cuando estas últimas tratan de participar de los beneficios, resultados de la innovación, desarrollados por la empresa pionera.

En esta “destrucción creativa” el empresario busca, mediante la innovación, entrar en los mercados existentes- mercados en crecimiento o que han sido desatendidos por los oferentes actuales- o mercados nuevos- creando la propia demanda. Rompiendo el equilibrio y creando el desequilibrio económico, de esta manera el empresario schumpeteriano encarna el cambio socioeconómico.<sup>10</sup>

## 5.2. MARCO CONCEPTUAL

**MIPYMES:** Una 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.

**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,

---

<sup>10</sup> Schumpeter, J. (1963). Teoría del Desarrollo Económico (p. 74). México: Fondo de Cultura Económica.



prestaciones, etc. Como tal, puede ejercerse tanto en el sector público como en el privado, y forma parte de las estadísticas oficiales.

**EMPLEO INFORMAL:** Es aquel que no cuenta con la protección que estipula la ley para las relaciones laborales, de modo que son empleos sin protección social por parte del Estado y que no brindan estabilidad económica para los trabajadores.

**SOCIOECONÓMICO:** Es una medida total económica y sociológica combinada de la preparación laboral de una persona y de la posición económica y social individual o familiar en relación a otras personas, basada en sus ingresos, educación, y empleo.

**CARACTERIZACIÓN:** Determinar los atributos peculiares de alguien o de algo, de modo que claramente se distinga de los demás. Es un tipo de descripción cualitativa que puede recurrir a datos o a lo cuantitativo con el fin de profundizar el conocimiento sobre algo.

**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.

**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", haciéndola 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.

**FAMIEMPRESA:** Es aquella empresa en la que el capital y, en su caso, la gestión y/o el gobierno están en manos de una o más familias, que tienen la capacidad de ejercer sobre ella una influencia suficiente para controlarla, y cuya visión estratégica incluye el propósito de darle continuidad en manos de la siguiente generación familiar.

**DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL:** Es el estudio, necesario para todas las organizaciones, que se encarga de evaluar la situación de la empresa, sus conflictos esto es qué problemas existen en la empresa, sus potencialidades o hasta dónde puede llegar y vías de desarrollo que es el camino a seguir para su crecimiento.



**DESARROLLO EMPRESARIAL:** Es un proceso por medio del cual el empresario y su personal adquieren o fortalecen habilidades y destrezas, por el cual favorecen el manejo eficiente y fuerte de los recursos de su empresa, la innovación de productos y procesos, de tal manera, que coadyuve al crecimiento sostenible de la empresa.

**DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO:** Es la formulación de las finalidades y propósitos de una empresa, plasmadas en un documento donde se consignan los objetivos definidos para un largo plazo, por lo general a cinco o diez años que, por ser de esa naturaleza se convierten en la estrategia de supervivencia, crecimiento, perdurabilidad, sostenibilidad y, por sobre todo, de servicio a sus clientes o usuarios.

**ACTIVIDAD ECONÓMICA:** Es cualquier proceso donde se generan e intercambian productos, bienes o servicios para cubrir las necesidades de las personas. La actividad económica permite la generación de riqueza dentro de una comunidad (ciudad, región, país) mediante la extracción, transformación y distribución de los recursos naturales o bien de algún tipo de servicio.

**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.

**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.

**POLÍTICAS:** Es importante que las políticas empresariales afecten a toda la organización, ya que de ese modo se creará una cadena de trabajo orientado a cumplir las políticas y a trabajar por el objetivo común de la compañía. Esto les permite a los directivos medios elaborar planes concretos de acción orientados al cumplimiento de los objetivos empresariales.

**COMPETENCIA:** Situación en la que hay varios oferentes y demandantes. Existe la libertad de ofrecer los productos y servicios e igualmente de escoger de quien adquirirlos.



**DEMANDA:** Es la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores.

**OFERTA:** Es aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender bajo unas condiciones de mercado.

**CLIENTE:** Es aquella persona natural o jurídica que realiza la transacción comercial denominada compra.

### 5.3 MARCO LEGAL

#### LEY 590 DE 2000

(Julio 10)

Reglamentada por el Decreto Nacional 2473 de 2010

**"Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas".**

**El Congreso de Colombia**

**DECRETA:**

**CAPITULO I**

**Disposiciones generales**

**Artículo 1°.** *Objeto de la ley.* La presente ley tiene por objeto:

- a) Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos;
- b) Modificado por el art. 1, Ley 905 de 2004, Modificado por el art. 74, Ley 1151 de 2007. Estimular la formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, MIPYMES;
- c) Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas;
- d) Promover una más favorable dotación de factores para las micro, pequeñas y medianas empresas, facilitando el acceso a mercados de bienes y servicios, tanto para la adquisición de materias primas, insumos, bienes de capital y equipos, como para la realización de sus productos y servicios a nivel nacional e internacional, la formación de capital humano, la asistencia para el desarrollo tecnológico y el acceso a los mercados financieros institucionales;



- e) Modificado por el art. 74, Ley 1151 de 2007. Promover la permanente formulación, ejecución y evaluación de políticas públicas favorables al desarrollo y a la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas;
- f) Señalar criterios que orienten la acción del Estado y fortalezcan la coordinación entre sus organismos; así como entre estos y el sector privado, en la promoción del desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas;
- g) Coadyuvar en el desarrollo de las organizaciones empresariales, en la generación de esquemas de asociatividad empresarial y en alianzas estratégicas entre las entidades públicas y privadas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas;
- h) Apoyar a los micro, pequeños y medianos productores asentados en áreas de economía campesina, estimulando la creación y fortalecimiento de MIPYMES rurales,
- i) Asegurar la eficacia del derecho a la libre y leal competencia para las MIPYMES;
- j) Crear las bases de un sistema de incentivos a la capitalización de las micro, pequeñas y medianas empresas.

**Artículo 2°.** Modificado por el art. 2, Ley 905 de 2004, Modificado por el art. 75, Ley 1151 de 2007, Modificado por el art. 43, Ley 1450 de 2011. *Definiciones.* Para todos los efectos, se entiende por micro, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana, que responda a los siguientes parámetros:

1. Mediana Empresa:

- a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores;
- b) Activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) y quince mil (15.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

2. Pequeña Empresa:

- a) Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores;
- b) Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.001) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

3. Microempresa:

- a) Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores;
- b) Activos totales por valor inferior a quinientos uno (501) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

**Parágrafo 1°.** Para la clasificación de aquellas micro, pequeñas y medianas empresas que presenten combinaciones de parámetros de planta de personal y activos totales diferentes a los indicados, el factor determinante para dicho efecto, será el de activos totales.

**Parágrafo 2°.** Los estímulos beneficios, planes y programas consagrados en la presente ley, se aplicarán igualmente a los artesanos colombianos, y favorecerán el



cumplimiento de los preceptos del plan nacional de igualdad de oportunidades para la mujer.

## **CAPITULO II**

### **Marco institucional**

**Artículo 3°.** Modificado por el art. 3, Ley 905 de 2004. *Del Consejo Superior de Pequeña y Mediana Empresa.* El Consejo Superior de Pequeña y Mediana Empresa, adscrito al Ministerio de Desarrollo Económico, estará integrado por:

1. El Ministro de Desarrollo Económico o el Viceministro, quien lo presidirá.
2. El Ministro de Comercio Exterior o en su defecto el Viceministro correspondiente.
3. El Ministro de Agricultura y Desarrollo Rural o en su defecto el Viceministro correspondiente.
4. El Ministro de Trabajo Seguridad Social o en su defecto el Director General del Sena.
5. El Ministro de Medio Ambiente o en su defecto el Viceministro correspondiente.
6. El Director del Departamento Nacional de Planeación o en su defecto el Subdirector.
7. Un representante de las universidades, designado por el Ministro de Desarrollo Económico.
8. El Presidente Nacional de la Asociación Colombiana de Medianas y Pequeñas Empresas, Acopi.
9. El Presidente Nacional de la Federación de Comerciantes, Fenalco.
10. El Presidente de la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio, Confecámaras.
11. Un representante, de las organizaciones no gubernamentales dedicadas a la investigación y desarrollo tecnológico de las pequeñas y medianas empresas, designado por el Ministro de Desarrollo Económico.
12. Un representante de los Consejos Regionales de Micro, Pequeña y Mediana Empresa, designado por los mismos Consejos.
13. Un representante de los alcaldes de aquellos municipios en los cuales se encuentre en funcionamiento un plan de desarrollo integral de las pequeñas y medianas empresas, designado por la Federación Colombiana de municipios.
14. Un representante de los gobernadores de aquellos departamentos en los cuales se encuentre en funcionamiento un plan de desarrollo integral de las pequeñas y medianas empresas, designado por la Conferencia Nacional de Gobernadores.

**Parágrafo 1°.** La Secretaría Técnica Permanente del Consejo estará a cargo del Director General de Industria del Ministerio de Desarrollo Económico.

**Parágrafo 2°.** Cuando el Consejo lo estime conveniente, podrá invitar a sus reuniones a representantes de otros organismos estatales o a particulares.

**Artículo 4°.** Modificado por el art. 4, Ley 905 de 2004. *Funciones del Consejo Superior de Pequeña y Mediana Empresa.* El Consejo Superior de Pequeña y Mediana Empresa, tendrá las siguientes funciones:





- a) Contribuir a la definición, formulación y ejecución de políticas públicas generales, transversales, sectoriales y regionales de promoción empresarial de las pequeñas y medianas empresas, Pymes;
- b) Analizar el entorno económico, político y social; su impacto sobre las Pymes y sobre la capacidad de estas para dinamizar la competencia en los mercados de bienes y servicios;
- c) Contribuir a la definición, formulación y ejecución de programas de promoción de las Pymes, con énfasis en los referidos al acceso a los mercados de bienes y servicios, formación de capital humano, modernización y desarrollo tecnológico y mayor acceso a los mercados financieros institucionales;
- d) Contribuir a la coordinación de los diferentes programas de promoción de las Pymes que se realicen entro del marco de los planes de desarrollo y las políticas de gobierno;
- e) Proponer políticas y mecanismos de fortalecimiento de la competencia en los mercados;
- f) Propender por la evaluación periódica de las políticas y programas públicos de promoción de las Pymes, mediante indicadores de impacto y proponer los correctivos necesarios;
- g) Fomentar la conformación y operación de Consejos Regionales de Pequeña y Mediana Empresa, así como la formulación de políticas regionales de desarrollo para dichas empresas;
- h) Fomentar la conformación y operación de Consejos Departamentales para el Desarrollo Productivo, así como la formulación de políticas departamentales de desarrollo de las Pymes, en pro de la competitividad y estimulando cadenas de valor a niveles subregional y sectorial dentro del marco del Plan Nacional de Desarrollo;
- i) Propiciar, en coordinación con el Consejo Superior para la Microempresa, la conformación de Consejos Regionales para el fomento de las micro, pequeñas y medianas empresas y para la promoción de proyectos e inversiones empresariales;
- j) Procurar la activa cooperación entre los sectores público y privado, en la ejecución de los programas de promoción de las pequeñas y medianas empresas;
- k) Estimular el desarrollo de las organizaciones empresariales, la asociatividad y las alianzas estratégicas entre las entidades públicas y privadas de apoyo a este sector;
- l) Adoptar sus estatutos internos;
- m) Promover la concertación, con alcaldes y gobernadores, de planes integrales de apoyo a la pequeña y mediana empresa;
- n) Las demás compatibles con su naturaleza, establecidas por la ley o mediante decreto expedido por el Gobierno Nacional en ejercicio de las facultades permanentes consagradas en el numeral 16 de artículo 189 de la Constitución Política, orientadas a la promoción de las pequeñas y medianas empresas en Colombia.



**Artículo 5°.** Modificado por el art. 5, Ley 905 de 2004. *Del Consejo Superior de Microempresa.* El Consejo Superior de Microempresa, adscrito al Ministerio de Desarrollo Económico, estará integrado por:

1. El Ministro de Desarrollo Económico o el Viceministro, quien lo presidirá.
2. El Ministro de Agricultura y Desarrollo Rural o en su defecto, el Viceministro correspondiente.
3. El Ministro de Trabajo y Seguridad Social o en su defecto, el Director Nacional del Sena.
4. El Ministro de Medio Ambiente o en su defecto, el Viceministro correspondiente.
5. El Director del Departamento Nacional de Planeación o en su defecto, el Subdirector.
6. Un representante de las universidades, designado por el Ministro de Desarrollo Económico.
7. Dos (2) representantes de las asociaciones de microempresarios, designados por el Ministro de Desarrollo Económico.
8. Dos (2) representantes de las organizaciones no gubernamentales de apoyo a las microempresas, designados por el Ministro de Desarrollo Económico.
9. Un representante de los Consejos Regionales para las micro, pequeñas y medianas empresas, designado por los mismos consejos.
10. Un representante de los alcaldes de aquellos municipios en los cuales se encuentre en funcionamiento un plan de desarrollo integral de las microempresas.
11. Un representante de los gobernadores de aquellos departamentos en los cuales se encuentre en funcionamiento un plan de desarrollo integral de las microempresas.

**Parágrafo 1°.** La Secretaría Técnica Permanente del Consejo estará a cargo del Director General de Industria del Ministerio de Desarrollo Económico.

**Parágrafo 2°.** Cuando el Consejo lo estime conveniente, podrá citar a sus reuniones a representantes de otros organismos estatales o a particulares.

**Artículo 6°.** *Funciones del Consejo Superior de Microempresa.* El Consejo Superior de Microempresa tendrá las siguientes funciones:

1. Contribuir a la definición y formulación de políticas generales de fomento de la microempresa.
2. Apoyar la articulación de los diferentes programas de fomento de la microempresa, que se ejecuten dentro del marco general de la política del Gobierno.
3. Procurar el establecimiento de medidores o indicadores de impacto de los programas de fomento a la microempresa.
4. Contribuir a la definición y formulación de políticas de desarrollo tecnológico, transferencia de tecnología y mejoramiento de la competitividad de microempresas.
5. Colaborar en la evaluación periódica de los programas de fomento de la microempresa y proponer correctivos.



6. Asesorar al Ministerio de Desarrollo Económico en la estructuración de los programas de fomento de la microempresa.
  7. Fomentar, en coordinación con el Consejo Superior de Pequeña y Mediana Empresa, la conformación y la operación de Consejos Regionales de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, así como la formulación de políticas regionales de desarrollo para dichas empresas.
  8. Fomentar la conformación y la operación de Consejos Departamentales para el Desarrollo Productivo, así como la formulación de políticas departamentales de desarrollo de las microempresas, en pro de la competitividad y estimulando cadenas de valor a niveles subregional y sectorial dentro del marco del Plan Nacional de Desarrollo.
  9. Propiciar la conformación de comités municipales para el fomento de las microempresas y para la promoción de proyectos e inversiones empresariales.
  10. Procurar la activa cooperación entre los sectores público y privado en la ejecución de los programas de promoción de las microempresas.
  11. Adoptar sus estatutos internos.
  12. Promover la concertación con alcaldes y gobernadores, de planes integrales de apoyo a la microempresa.
  13. Las demás compatibles con su naturaleza, establecidas por la ley o mediante decreto expedido por el Gobierno Nacional en ejercicio de las facultades permanentes consagradas en el numeral 16 del artículo 189 de la Constitución Política, orientadas al fomento de las microempresas en Colombia.
- Artículo 7°.** Modificado por el art. 6, Ley 905 de 2004. *Atención a las MIPYMES por parte de las entidades estatales.* Sin perjuicio de la dirección y diseño de las políticas dirigidas a las MIPYMES a cargo del Ministerio de Desarrollo Económico, las entidades estatales integrantes de los Consejos Superiores de Pequeña y Mediana Empresa, y de Microempresa, cuyo objeto institucional no sea específicamente la atención a las MIPYMES, así como el Instituto de Fomento Industrial, el Fondo Nacional de Garantías, el Sena, Colciencias, Bancoldex y Proexport establecerán dependencias especializadas en la atención a estos tipos de empresas y asignarán responsabilidades para garantizar la materialidad de las acciones que se emprendan de conformidad con las disposiciones de la presente ley, en el ámbito de sus respectivas competencias.
- Parágrafo.** Competerá exclusivamente al Ministerio de Desarrollo Económico la Coordinación General de la actividad especializada hacia las MIPYMES que desarrollen las entidades de que trata este artículo.
- Parágrafo 2°.** Adicionado por el art. 220, Ley 1753 de 2015.
- Artículo 8°.** Modificado por el art. 7, Ley 905 de 2004. *Informes sobre acciones y programas.* Las entidades estatales integrantes de los Consejos Superiores de Pequeña y Mediana Empresa, y de Microempresa, así como el Instituto de Fomento Industrial, el Fondo Nacional de Garantías, el Sena, Colciencias, Bancoldex y



Proexport, informarán anualmente a la Secretaría Técnica de los consejos sobre la índole de las acciones y programas que adelantarán respecto de las MIPYMES, la cuantía de los recursos que aplicarán a la ejecución de dichas acciones, programas y resultados de los mismos.

**Artículo 9°.** Modificado por el art. 8, Ley 905 de 2004. *Estudio de políticas y programas dirigidos a las MIPYMES en el curso de elaboración del proyecto del Plan Nacional de Desarrollo.* El Departamento Nacional de Planeación, en coordinación con el Ministerio de Desarrollo Económico, estudiará en el curso de la elaboración del proyecto del Plan Nacional de Desarrollo, la inclusión de políticas y programas de promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas.

**Artículo 10.** *Desarrollo de políticas hacia las MIPYMES.* El Consejo Nacional de Política Económica y Social, Conpes, recomendará las políticas hacia las micro, pequeñas y medianas empresas a ser puestas en ejecución por el Gobierno Nacional, de conformidad con lo que se establezca en el respectivo Plan Nacional de Desarrollo.

**Artículo 11.** *Registro único de las MIPYMES.* Con el propósito de reducir los trámites ante el Estado, el registro mercantil y el registro único de proponentes se integrarán en el Registro Único Empresarial, a cargo de las Cámaras de Comercio, el cual tendrá validez general para todos los trámites, gestiones y obligaciones, sin perjuicio de lo previsto en las disposiciones especiales sobre materias tributarias, arancelarias y sanitarias.

Atendiendo criterios de eficacia, economía, buena fe, simplificación y facilitación de la actividad empresarial, la Superintendencia de Industria y Comercio, regulará la organización y funcionamiento del Registro Único Empresarial, garantizando que, específicamente, se reduzcan los trámites, requisitos, e información a cargo de las micro, pequeñas y medianas empresas, y que todas las gestiones se puedan adelantar, además, por internet y otras formas electrónicas.

**Parágrafo.** La regulación que realice la Superintendencia de Industria y Comercio deberá, en todo caso, hacerse en armonía con las disposiciones estatutarias y con las contenidas en códigos, respecto de los registros de que trata el presente artículo.



### CAPITULO III

#### Acceso a mercados de bienes y servicios

**Artículo 12.** Modificado por el art. 9, Ley 905 de 2004. *Concurrencia de las MIPYMES a los mercados de bienes y servicios que crea el funcionamiento del Estado.* Con el fin de promover la concurrencia de las micro, pequeñas y medianas empresas a los mercados de bienes y servicios que crea el funcionamiento del Estado, las entidades indicadas en el artículo 2° de la Ley 80 de 1993, consultando lo previsto en esa ley y en los convenios y acuerdos internacionales:

1. Desarrollarán programas de aplicación de las normas sobre contratación administrativa y las concordantes de ciencia y tecnología, en lo atinente a preferencia de las ofertas nacionales, desagregación tecnológica y componente nacional en la adquisición pública de bienes y servicios.
2. Promoverán e incrementarán, conforme a su respectivo presupuesto, la participación de micro, pequeñas y medianas empresas como proveedoras de los bienes y servicios que aquéllas demanden.
3. Establecerán, en observancia de lo dispuesto en el artículo 11 de la presente ley, procedimientos administrativos que faciliten a micro, pequeñas y medianas empresas, el cumplimiento de los requisitos y trámites relativos a pedidos, recepción de bienes o servicios, condiciones de pago y acceso a la información, por medios idóneos, sobre sus programas de inversión y de gasto.
4. Las entidades públicas del orden nacional, departamental y municipal, preferirán en condiciones de igual precio, calidad y capacidad de suministros y servicio a las MIPYMES nacionales.

**Parágrafo.** El incumplimiento de los deberes de que trata el presente artículo por parte de los servidores públicos constituirá causal de mala conducta.

**Artículo 13.** Modificado por el art. 10, Ley 905 de 2004. *Orientación, seguimiento y evaluación.* El Ministerio de Desarrollo Económico, con el apoyo de las redes de subcontratación, orientará, hará seguimiento y evaluará el cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 12 de la presente ley, formulará recomendaciones sobre la materia y dará traslado a las autoridades competentes cuando se evidencia el incumplimiento de lo previsto en dicho artículo.

**Artículo 14.** Modificado por el art. 11, Ley 905 de 2004. *Promoción.* Las entidades públicas del orden nacional y regional competentes, los departamentos, municipios y distritos promoverán coordinadamente, la organización de ferias locales y nacionales, la conformación de centros de exhibición e información permanentes, y otras actividades similares para dinamizar mercados en beneficio de las MIPYMES.

**Parágrafo.** El Ministerio de Desarrollo Económico expedirá y promoverá una política en materia de ferias y exposiciones.

**Artículo 15.** *Políticas y programas de comercio exterior.* El Consejo Superior de Comercio Exterior estudiará y recomendará al Gobierno Nacional, cuando fuere el



caso, la adopción de políticas y programas de comercio exterior y de promoción de exportaciones dirigidos hacia las micro, pequeñas y medianas empresas.

**Artículo 16. Prácticas restrictivas.** La Superintendencia de Industria y Comercio, con el fin de evitar que se erijan barreras de acceso a los mercados o a los canales de comercialización para las MIPYMES, investigará y sancionará a los responsables de tales prácticas restrictivas.

Para este propósito, se adiciona el artículo 47 del Decreto 2153 de 1992 con el siguiente numeral:

"10. Los que tengan por objeto o tengan como efecto impedir a terceros el acceso a los mercados o a los canales de comercialización", y

El artículo 50 del Decreto 2153 de 1992, con el siguiente numeral:

"6. Obstruir o impedir a terceros, el acceso a los mercados o a los canales de comercialización".

#### **CAPITULO IV Desarrollo tecnológico y talento humano**

**Artículo 17.** Modificado por el art. 12, Ley 905 de 2004, Modificado por el art. 73, Ley 1151 de 2007, Subrogado por el art. 44, Ley 1450 de 2011, Modificado por el art. 13, Ley 1753 de 2015. *Del Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico de las Micro, pequeñas y medianas empresas, Fomipyme.* Créase el Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico de las micro, pequeñas y medianas empresas, Fomipyme, como una cuenta adscrita al Ministerio de Desarrollo Económico, manejada por encargo fiduciario, sin personería jurídica ni planta de personal propia, cuyo objeto es la financiación de proyectos, programas y actividades para el desarrollo tecnológico de las Mipymes y la aplicación de instrumentos no financieros dirigidos a su fomento y promoción.

**Parágrafo.** El Fomipyme realizará todas las operaciones de cofinanciación necesarias para el cumplimiento de su objeto.

**Artículo 18.** Modificado por el art. 24, Ley 905 de 2004, Modificado por el art. 45, Ley 1450 de 2011. *Estructura del Fomipyme.* El Fomipyme tendrá las siguientes subcuentas:

1. Subcuenta para las microempresas cuya fuente será los recursos provenientes del Presupuesto Nacional.
2. Subcuenta para las pequeñas y medianas empresas, cuyas fuentes serán el Fondo de Productividad y Competitividad y los recursos provenientes del Presupuesto Nacional.

De igual forma, estas subcuentas se podrán nutrir con aportes o créditos de organismos multilaterales de desarrollo, así como de donaciones, herencias o legados.

**Parágrafo.** Durante los diez (10) años siguientes a la fecha de entrada en vigencia de la presente ley, se asignará, de los recursos del Presupuesto Nacional, una suma



anual equivalente a veinte mil millones de pesos (\$20.000.000.000), con el fin de destinarlos al Fomipyme. La partida presupuestal de que trata este artículo no podrá ser objeto en ningún caso de recortes presupuestales. A partir del año dos mil dos (2002), la partida se indexará según el salario mínimo legal vigente.

**Artículo 19.** *Independencia de los recursos de las subcuentas del Fomipyme.* Derogado por el art. 276, Ley 1450 de 2011. Los recursos del Fomipyme se manejarán de manera independiente dentro de cada subcuenta y se destinarán exclusivamente a las finalidades consagradas para éstas en la ley. Los intereses y rendimientos financieros que produzca cada una de ellas se incorporarán a la respectiva subcuenta, previo el cumplimiento de las normas presupuestales que les sean aplicables.

**Artículo 20.** *Administración de las subcuentas.* Derogado por el art. 276, Ley 1450 de 2011. Cada una de las subcuentas que compone el Fomipyme deberá ser administrada mediante encargo fiduciario.

**Artículo 21.** *Dirección del Fomipyme.* Modificado por el art. 13, Ley 905 de 2004, Derogado por el art. 276, Ley 1450 de 2011. La dirección y control integral del Fomipyme está a cargo del Ministerio de Desarrollo Económico, quien garantizará el adecuado cumplimiento de sus objetivos. Para estos efectos el Ministerio de Desarrollo Económico, deberá contratar una auditoría especializada en manejo financiero, de gestión y demás aspectos que se consideren necesarios.

**Artículo 22.** *Integración del Consejo Administrador del Fomipyme.* Modificado por el art. 14, Ley 905 de 2004, Derogado por el art. 276, Ley 1450 de 2011. El Consejo Administrador del Fomipyme, estará integrado por:

1. El Ministro de Desarrollo Económico, quien lo presidirá personalmente o por delegación en el Viceministro de Desarrollo Económico.
2. El Ministro de Comercio Exterior o su delegado.
3. El Director del Departamento Nacional de Planeación o su delegado.
4. El Presidente del Instituto de Fomento Industrial, IFI.
5. Tres (3) de los integrantes del Consejo Superior de Pequeña y Mediana Empresa, designados por el Ministerio de Desarrollo Económico.
6. Dos (2) de los integrantes del Consejo Superior de Microempresa, designados por el Ministerio de Desarrollo Económico.

**Artículo 23.** *Funciones del Consejo Administrador del Fomipyme.* Modificado por el art. 15, Ley 905 de 2004, Derogado por el art. 276, Ley 1450 de 2011. El Consejo Administrador del Fomipyme tendrá las siguientes funciones:

1. Determinar los criterios de utilización y distribución de los recursos del Fomipyme.
2. Aprobar el presupuesto anual de ingresos y gastos del Fomipyme presentado a su consideración por el Ministerio de Desarrollo Económico, así como sus modificaciones. Allí se indicarán de forma global los requerimientos presupuestales por concepto de apoyo técnico, auditoría y remuneraciones fiduciarias necesarios



para garantizar el manejo integral del Fomipyme y se detallarán los ingresos y gastos de cada una de las subcuentas.

3. Aprobar anualmente los criterios de distribución de los excedentes existentes a 31 de diciembre de cada año, en cada una de las subcuentas del Fomipyme, de conformidad con la ley y con los reglamentos internos.

4. Estudiar los informes sobre el Fomipyme que le sean presentados periódicamente por el Ministerio de Desarrollo Económico, y señalar los correctivos que, a su juicio, sean convenientes para su normal funcionamiento.

5. Estudiar los informes presentados por el Ministerio de Desarrollo Económico y hacer las recomendaciones pertinentes para el adecuado cumplimiento y desarrollo de los objetivos del Fondo.

6. Modificado por el art. 72, Ley 1151 de 2007. Determinar los eventos para los cuales el Fomipyme organizará fondos de capital de riesgo, y los mecanismos necesarios para su funcionamiento, priorizando proyectos ubicados en las regiones con mayor NBI y/o liderados por población vulnerable como mujeres cabeza de hogar, desplazados por la violencia, comunidades de frontera y reservas campesinas.

7. Aprobar el manual de operaciones del Fomipyme.

8. Determinar los eventos para los cuales el Fomipyme permitirá el acceso de las entidades de microfinanciamiento a los recursos del Fondo en los términos de la presente ley.

9. Las demás que le señale la ley y sus reglamentos.

**Artículo 24.** *Del Fondo de Inversiones de capital de riesgo de las micro, pequeñas y medianas empresas rurales, Emprender.* Créase el Fondo de Inversiones de capital de riesgo de las micro, pequeñas y medianas empresas rurales, Emprender, como una cuenta adscrita al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, sin personería jurídica, la cual se manejará de manera independiente de los demás recursos del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, cuyo objeto es apoyar a los micro, pequeños y medianos productores asentados en áreas de economía campesina, estimulando la creación y fortalecimiento de MIPYMES rurales, mediante el aporte de capital social y el financiamiento de la preinversión, en asocio con los productores y las entidades territoriales.

**Parágrafo.** El Gobierno Nacional reglamentará la operación del Fondo.

**Artículo 25.** *Estructura del Fondo de inversiones de capital de riesgo de las micro, pequeñas y medianas empresas rurales, Emprender.* El Fondo Emprender se conformará con los recursos provenientes del Presupuesto General de la Nación, con los aportes o créditos de organismos nacionales o multilaterales de desarrollo con donaciones, herencias o legados, con las utilidades generadas por las sociedades donde participe y con la venta del capital social que le pertenezca al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, en cualquier sociedad y a cualquier título.





**Artículo 26.** Modificado por el art. 16, Ley 905 de 2004. *Sistemas de información.* A partir de la vigencia de esta ley, el Ministerio de Desarrollo Económico estimulará y articulará los Sistemas de Información que se constituyan en instrumentos de apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa y en alternativas de identificación de oportunidades de desarrollo tecnológico, de negocios y progreso integral de las mismas. Ver la Resolución del Min. Comercio 1413 de 2005

**Artículo 27.** *Conservación del medio ambiente.* Las entidades integrantes del Sistema Nacional Ambiental, SINA, promoverán, a partir de la vigencia de la presente ley, el desarrollo de proyectos, programas y actividades orientados a facilitar el acceso de las MIPYMES, a la producción más limpia, la transferencia de tecnologías ambientalmente sanas, y el conocimiento y cumplimiento de las normas de protección y conservación del medio ambiente.

**Artículo 28.** *Trámites ambientales.* Las entidades integrantes del Sistema Nacional Ambiental, SINA, adoptarán las disposiciones conducentes a la flexibilización de los trámites para la obtención de las licencias ambientales en proyectos de las MIPYMES.

**Artículo 29.** *Incorporación al Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología y Red de Centros de Desarrollo Tecnológico.* Los Centros de Desarrollo Productivo al servicio de la microempresa y los Centros de Investigación al servicio de las MIPYMES, se incorporan al Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología y a la Red de Centros de Desarrollo Tecnológico coordinada por Colciencias.

**Artículo 30.** *Agrupaciones empresariales.* El Gobierno Nacional propugnará el establecimiento de parques industriales, tecnológicos, centros de investigación, incubadoras de empresas, centros de desarrollo productivo, centros de investigación, centros de desarrollo tecnológico y bancos de maquinaria, para el fomento de las MIPYMES.

**Parágrafo.** Entre otros mecanismos a cargo de las entidades estatales para dar cumplimiento a lo previsto en el presente artículo, las entidades estatales en proceso de liquidación o reestructuración, podrán reasignar bienes improductivos; el Consejo Nacional de Estupefacientes podrá asignar, en forma provisional o permanente, los bienes objeto de declaratoria de extinción del derecho de dominio, para dar cumplimiento a lo establecido en el presente artículo. Tal destinación podrá darse, por parte de las entidades competentes, a aquellos bienes decomisados o incautados

**Artículo 31.** Modificado por el art. 17, Ley 905 de 2004. *Programas educativos para MIPYMES y de creación de empresas.* Las universidades e institutos técnicos y tecnológicos, sin perjuicio de su régimen de autonomía, tendrán en cuenta lo dispuesto en la presente ley a efecto de establecer diplomados, programas de educación no formal, programas de extensión y cátedras especiales para las MIPYMES y a promover la iniciativa empresarial.



**Artículo 32.** Reglamentado por el Decreto Nacional 400 de 2001. *Consejos Consultivos para el relacionamiento de la educación media con el sector empresarial.* Los establecimientos de educación media, en todas las modalidades, crearán Consejos Consultivos para el relacionamiento con el sector empresarial, con delegados de las entidades aglutinantes de las MIPYMES y/o con empresarios de la región, municipio o comunidad donde se localice el establecimiento educativo.

**Artículo 33.** *Participación del Icetex.* En desarrollo de sus funciones, el Icetex destinará recursos y programas a facilitar la formación y el desarrollo del capital humano vinculado a las MIPYMES. Para tal efecto, el Gobierno Nacional expedirá la reglamentación correspondiente.

## CAPITULO V

### Acceso a mercados financieros

**Artículo 34.** Modificado por el art. 18, Ley 905 de 2004. *Préstamos e inversiones destinados a las MIPYMES.* Para efectos de lo previsto en el artículo 6° de la Ley 35 de 1993, cuando el Gobierno Nacional verifique que existen fallas del mercado u obstáculos para la democratización del crédito, que afecten a las micro, pequeñas y medianas empresas, en coordinación con la Junta Directiva del Banco de la República podrá determinar temporalmente la cuantía o proporción mínima de los recursos del sistema financiero que, en la forma de préstamos o inversiones, deberán destinar los establecimientos de crédito al sector de las micro, pequeñas y medianas empresas.

**Artículo 35.** *Democratización del crédito.* El Gobierno Nacional tendrá, con relación a las MIPYMES, las funciones de formular políticas de democratización del crédito y financiamiento para el establecimiento de nuevas empresas, promover la competencia entre los intermediarios financieros, determinar la presencia de fallas de mercado que obstaculicen el acceso de estas empresas al mercado financiero institucional y adoptar los correctivos pertinentes, dentro del marco de sus competencias.

**Parágrafo.** Para tal fin el gobierno Nacional reglamentará la incorporación de estímulos e incentivos para que el sistema financiero coloque recursos importantes de crédito en apoyo de las MIPYMES.

**Artículo 36.** *Democratización accionaria.* El Gobierno Nacional estimulará la capitalización de las MIPYMES, propiciando la democratización accionaria.

**Artículo 37.** *Adquisición de títulos de emisión colectiva por parte de los Fondos de Pensiones.* Los Fondos de Pensiones podrán adquirir títulos de emisión colectiva por grupos organizados de MIPYMES que a su vez, obtengan el respaldo de emisores debidamente inscritos y registrados, y de conformidad con las disposiciones que regulan dichos fondos.

**Parágrafo.** El Gobierno Nacional promoverá la asociatividad de las MIPYMES con el fin de consolidar su acceso al mercado de capitales.



**Artículo 38.** *Líneas de crédito.* El Gobierno Nacional propiciará el establecimiento de líneas de crédito para la capitalización empresarial, como instrumento para mejorar la relación entre el capital social y el pasivo externo de las compañías pertenecientes al estrato de las MIPYMES.

**Artículo 39.** Reglamentado por el Decreto Nacional 2778 de 2001. *Sistemas de microcrédito.* Con el fin de estimular las actividades de microcrédito, entendido como el sistema de financiamiento a microempresas, dentro del cual el monto máximo por operación de préstamo es de veinticinco (25) salarios mínimos mensuales legales vigentes sin que, en ningún tiempo, el saldo para un solo deudor pueda sobrepasar dicha cuantía autorizase a los intermediarios financieros y a las organizaciones especializadas en crédito microempresarial, para cobrar honorarios y comisiones, de conformidad con las tarifas que autorice el Consejo Superior de Microempresa, no repuntándose tales cobros como intereses, para efectos de lo estipulado en el artículo 68 de la Ley 45 de 1990.

Con los honorarios se remunerará la asesoría técnica especializada al microempresario, en relación con la empresa o actividad económica que desarrolle así como las visitas que deban realizarse para verificar el estado de dicha actividad empresarial; y con las comisiones se remunerará el estudio de la operación crediticia, la verificación de las referencias de los codeudores y la cobranza especializada de la obligación.

**Artículo 40.** Modificado por el art. 19, Ley 905 de 2004. *Condiciones especiales de crédito a empresas generadoras de empleo.* El Fondo Nacional de Garantías S. A. podrá otorgar condiciones especiales de garantía a empresas especialmente generadoras de empleo, por un ochenta por ciento (80%) del valor del crédito requerido para el emprendimiento, de conformidad con el reglamento que expida el Gobierno Nacional.

**Parágrafo.** El Gobierno Nacional establecerá condiciones especiales que permitan al Fondo Nacional de Garantías, la venta de los bienes recibidos como dación en pago, con el fin de volverlos líquidos a la mayor brevedad, y así otorgar nuevamente, con esos recursos, garantías a las micro, pequeñas y medianas empresas MIPYMES.

## **CAPITULO VI**

### **Creación de empresas**

**Artículo 41.** Modificado por el art. 20, Ley 905 de 2004. *Destinación de los recursos del artículo 51 de la Ley 550 de 1999.* Serán beneficiarios de los recursos destinados a la capitalización del Fondo Nacional de Garantías, prevista en el artículo 51 de la Ley 550 de 1999, todas las micro, pequeñas y medianas empresas, sin que para ello sea necesario que se acojan a lo establecido en dicha ley.



**Artículo 42.** Modificado por el art. 21, Ley 905 de 2004. *Regímenes tributarios especiales.* Los municipios, los distritos y departamentos podrán establecer regímenes especiales sobre los impuestos, tasas y contribuciones del respectivo orden territorial con el fin de estimular la creación y subsistencia de MIPYMES. Para tal efecto podrán establecer, entre otras medidas, exclusiones, períodos de exoneración y tarifas inferiores a las ordinarias.

**Artículo 43.** *Estímulos a la creación de empresas.* Reglamentado por el Decreto Nacional 525 de 2009. Los aportes parafiscales destinados al Sena, el ICBF y las Cajas de Compensación Familiar, a cargo de las micro, pequeñas y medianas empresas que se constituyan e instalen a partir de la promulgación de la presente ley, serán objeto de las siguientes reducciones:

1. Setenta y cinco por ciento (75%) para el primer año de operación.
2. Cincuenta por ciento (50%) para el segundo año de operación; y
3. Veinticinco por ciento (25%) para el tercer año de operación.

**Artículo 44.** *Programa de jóvenes emprendedores.* El Gobierno Nacional formulará políticas para fomentar la creación de empresas gestionadas por jóvenes profesionales, técnicos y tecnólogos.

El Gobierno Nacional, expedirá las disposiciones reglamentarias para dar materialidad a lo previsto en este artículo.

**Artículo 45.** Modificado por el art. 22, Ley 905 de 2004. *Líneas de crédito para creadores de empresa.* El Instituto de Fomento Industrial y el Fondo Nacional de Garantías establecerán, durante el primer trimestre de cada año el monto y las condiciones especiales para las líneas de crédito y para las garantías dirigidas a los creadores de micro, pequeñas y medianas empresas.

**Artículo 46.** Adiciónase con el siguiente párrafo, el artículo 1° de la Ley 550 de 1999:

*Parágrafo 3°.* Los acuerdos concordatarios celebrados entre una persona natural comerciante, debidamente matriculada en el registro mercantil, y sus acreedores, que sean aprobados por el juez civil del circuito competente, de conformidad con la Ley 222 de 1995, tendrán los efectos legales previstos en el artículo 34 de la Ley 550 de 1999 y, en general, darán lugar a la aplicación de todas las normas legales y reglamentarias correspondientes a empresas en cuyo favor se haya celebrado un acuerdo de reestructuración, incluyendo las disposiciones de carácter tributario y laboral, únicamente en lo que se refiera a obligaciones y actos del comerciante relacionados con sus actividades o empresas de comercio, y contraídos o ejecutados para asegurar el cumplimiento de obligaciones contraídas en desarrollo de tales actividades.

**Artículo 47.** La presente ley rige a partir de la fecha de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias, en especial la Ley 78 de 1988. <sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Alcaldía de Bogotá - Régimen legal de Bogotá D.C: Ley 590 de 2000 nivel Nacional: "Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa".



## **LEY N° 28015 de 2003**

### **Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa**

#### **Artículo 1°.- Objeto de la Ley**

La presente Ley tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones, y su contribución a la recaudación tributaria.<sup>12</sup>

## **LEY 1014 DE 2006**

### **La Ley de Fomento a la cultura del Emprendimiento**

#### **Artículo 2o. Objeto de la Ley. La presente ley tiene por objeto:**

- a) Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley;
- b) Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas.
- c) Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas.
- d) Establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo.
- e) Crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento; entendiéndose como tal, la acción formativa desarrollada en la totalidad de los programas de una institución educativa en los niveles de educación

---

<sup>12</sup> Prodlab: programa de difusión de la legislación laboral - Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa - ley n° 28015 03/07/2003 – Pág.1



preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, a fin de desarrollar la cultura de emprendimiento.

f) Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno Institucional para la creación y operación de nuevas empresas.

g) Propender por el desarrollo productivo de las micro y pequeñas empresas innovadoras, generando para ellas condiciones de competencia en igualdad de oportunidades, expandiendo la base productiva y su capacidad emprendedora, para así liberar las potencialidades creativas de generar trabajo de mejor calidad, de aportar al sostenimiento de las fuentes productivas y a un desarrollo territorial más equilibrado y autónomo.

h) Promover y direccionar el desarrollo económico del país impulsando la actividad productiva a través de procesos de creación de empresas competentes, articuladas con las cadenas y clúster productivos reales relevantes para la región y con un alto nivel de planeación y visión a largo plazo.

Fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial.

j) Buscar a través de las redes para el emprendimiento, el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador.<sup>13</sup>

## LEY 1429 DE 2010

### Reglamentada parcialmente por el Decreto Nacional 4910 de 2011

Por la cual se expide LA LEY DE FORMALIZACIÓN Y GENERACIÓN DE EMPLEO.

#### Artículo 1°. 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 2°. Definiciones.

---

<sup>13</sup>Secretaría del senado – Congreso de Colombia - Ley 1014 de 2006: fomento a la cultura del emprendimiento



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.

Con la promulgación de la Ley 1429 de 29 de diciembre de 2010 los emprendedores en creación de empresas cuyo personal no sea superior a 50 trabajadores y cuyos activos totales no superen los 5.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes, podrán acceder de inmediato a beneficios impositivos tales como:

- Pago del impuesto sobre la renta.
- Pago de los parafiscales y otras contribuciones de nómina
- Pago del impuesto de industria y comercio y otros impuestos.
- Pago matrícula mercantil y su renovación

En resumen estas son las leyes, decretos y resoluciones para el desarrollo empresarial.<sup>14</sup>

### **LEYES MARCO DEL DESARROLLO EMPRESARIAL**

En la legislación colombiana se encuentran leyes, decretos, resoluciones y circulares que promocionan las micro, pequeñas y medianas empresas, así como la cultura del emprendimiento y demás disposiciones que regulan el sector empresarial.

- **Leyes:**

**Ley 1231 de 2008.** Por la cual se unifica la factura como título valor como mecanismo de financiación para el micro, pequeño y mediano empresario, y se dictan otras disposiciones.

**Ley 1014 de 2006.** De fomento a la cultura del emprendimiento.

**Ley 1116 de 2006.** Por la cual se establece el Régimen de Insolvencia Empresarial en la República de Colombia y se dictan otras disposiciones.

**Ley 905 de 2004.** Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000. Publicada en el Diario Oficial No. 45.628. Marco normativo de la Promoción de la MIPYME en Colombia.

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

1. **Decretos**

---

<sup>14</sup> República de Colombia – Gobierno Nacional – Ley 1429 de 2010: ley de formalización y generación de empleo pág.1



**Decreto 3820 de 2008.** Por el cual se reglamenta el artículo 23 de la Ley 905 del 2 de agosto de 2004, sobre la participación de las cámaras de comercio en los programas de desarrollo empresarial y se dictan otras disposiciones.

**Decreto 4233 de 2004.** Por medio del cual se otorga el Premio Colombiano a la Innovación Tecnológica Empresarial para las MIPYMES en el 2004.

**Decreto 1780 de 2003.** Por medio del cual se crea el Premio Colombiano a la Innovación Tecnológica Empresarial para las MIPYMES.

- **Resoluciones**

**Resolución 0001 del 14 de febrero de 2008 del Consejo Superior de Microempresa.** Por la cual se adoptan los estatutos internos del Consejo Superior de Microempresa.

**Resolución 0002 del 2 de abril de 2008 del Consejo Superior de Microempresa.** Por la cual se adoptan los elementos del plan de acción del Sistema Nacional de apoyo a las MIPYMES - Microempresa - por parte del Consejo Superior de Microempresa.

- **Circular externa**

**Circular Externa No. 001 de 2008 del Consejo Superior de Microempresas.** Por la cual se fijan las tarifas máximas a cobrar por concepto de honorarios y comisiones a créditos a microempresas.





## 5.4 MARCO GEOGRAFICO

**Figura 1. Municipios 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 km<sup>2</sup>, el 5,3% del área total del departamento, lo que le permite ubicarse como la décima 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 (cabecera de la Provincia).<sup>15</sup>

<sup>15</sup> Secretaría de Planeación de Cundinamarca con base en información de POT Municipales hasta Octubre de 2007.



**Sus límites**

Norte: la provincia de Magdalena Centro  
Sur: el río Magdalena y el depto. del Tolima  
Oriente: las provincias del Tequendama y Sumapaz  
Occidente: el río Magdalena y el depto. del Tolima

Figura 2. Municipio de Agua de Dios



Fuente: Alcaldía de Agua de Dios Cundinamarca- La oportunidad es Ya! –Nuestro Municipio: Información general: Mapas

Agua de Dios fue fundado el 10 de agosto 1870 por un grupo de 60 enfermos de Hansen que fueron expulsados del municipio de Tocaima, entre los cuales se reconocen Adriano Gómez, Jesús Teleche y Antonio Gutiérrez Pérez entre otros.

Su nombre es considerado místico pues se habla de que sus habitantes de tanto dolor encuentran una fuente de aguas termales en las cuales ellos se bañan sienten alivio y exclaman: ESTO ES LA AGUA DE DIOS.<sup>16</sup>

**Sus límites**

Norte: Municipio de Tocaima  
Sur: Municipio de Ricaurte  
Occidente: Municipio de Ricaurte  
Oriente: Municipio de Nilo  
**NOMBRE:** Municipio de Agua de Dios

<sup>16</sup> Alcaldía de Agua de Dios – Nuestro municipio - Información general: Historia



*FUNDACIÓN:* Agosto 10 de 1870

*PROVINCIA:* ... Alto Magdalena

*DISTANCIA A BOGOTA:*... 114 Km.

*ÁREA TOTAL:*... 8.376.25 Hectáreas

*ÁREA URBANA:*... 179.10 Hectáreas

*ÁREA RURAL:* ...8.197.15 Hectáreas

*VEREDAS:* ...11

*UBICACIÓN:* ....5ª 23´ Latitud Norte y 74ª 40´ de Longitud al Oeste de Grendwich

*TEMPERATURA PROMEDIO:* ....29 Grados centígrados

*ALTURA:* ...400 metros sobre el nivel del mar

*TRANSPORTE:* ...Cooveracruz- Coontrafusa

Agua de Dios está ubicado al sur-occidente del Departamento de Cundinamarca, a aproximadamente 23 kilómetros de la ciudad de Girardot, a 11 kms del municipio de Tocaima, a 18 kms de Ricaurte y a 15 kms de Nilo, en la región del Alto Magdalena; ciento catorce kilómetros (114 kms.) la separan de la capital del país, Bogotá D.C., en dirección sur-occidente, y su cercanía a la ciudad de Ibagué (113 kms.) hace que goce de una posición privilegiada para efectos de la provisión de bienes y servicios y de comercialización de su oferta económica, su clima es cálido con una temperatura promedio de 27° C y una altura de 400 m. snm. La ciudad está en una llanura, bordeada de pequeños cerros, entre los que se destacan el Cerro de la Cruz, que sirve de despensa hídrica para Los Chorros, que surten de agua a la población y posee aguas termales medicinales.

A pesar de todas las vicisitudes que afronta el país y de lo turbado que se encuentra el orden público, podemos decir aún que Agua de Dios es un remanso de paz y tranquilidad, un Edén escondido, una ciudad de gente amable que sigue luchando , olvidando ese pasado de tristeza y múltiples penurias, gente que ve con optimismo el futuro, como queriendo recordar y haciendo sentir a cada instante aquel calificativo dado en 1973 , por el historiador Roberto Velandia, “Agua de Dios: Ciudad de la Esperanza”.

El municipio tiene una extensión total de 84 Km<sup>2</sup>, de los cuales cuenta con una extensión en el área urbana de 2 Km<sup>2</sup> y 82 Km<sup>2</sup> en el área rural.



## 6. DISEÑO METODOLÓGICO

### 6.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para la elaboración de este trabajo se utilizará el tipo de investigación descriptiva. En este tipo de investigación se describen los datos y este debe tener un impacto en las vidas de la gente que le rodea. El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. El objetivo principal es saber el por qué y para qué se está realizando, siendo una herramienta fundamental de éste tipo de investigación, la gráfica. Con esta investigación podremos identificar las características socioeconómicas de las MIPYMES del municipio de Agua de Dios en el año 2016.

El proceso descriptivo se efectuara mediante la aplicación de encuestas, realizando un pertinente trabajo de campo, entrevistas, internet, etc., con el propósito de obtener información valdeera y realizar un trabajo con argumentos reales y estratégicos, con el fin de cumplir con los objetivos anteriormente propuestos.

Por otra parte, En la investigación descriptiva los investigadores hacen la pertinente recolección de datos teniendo en cuenta la base de una información y luego analizan cuidadosamente los resultados, con el fin de obtener conclusiones significativas que contribuyan al conocimiento y búsqueda de la verdad.

### 6.2 METODO DE INVESTIGACIÓN

El método a utilizar en esta investigación será el analítico, Su aporte al proceso de investigación es resultado fundamentalmente de la experiencia. Estos métodos posibilitan revelar las relaciones esenciales y las características fundamentales del objeto de estudio, accesibles a la detección sensoperceptual, a través de procedimientos prácticos con el objeto y diversos medios de estudio. Su utilidad destaca en la entrada en campos inexplorados o en aquellos en los que destaca el estudio descriptivo. Con el fin de caracterizar las MIPYMES del municipio de Agua de Dios, Cundinamarca, se utilizara esta metodología teniendo en cuenta los datos recolectados en las encuestas y entrevistas que se realizaran a los diferentes sectores con influencia para el tema de investigación.

Se desarrollarán e interpretarán también conceptos y resultados, partiendo de información ya establecida desde la investigación realizada en el año 2007 por la



Universidad de Cundinamarca - UDEC -, hasta el Plan de Desarrollo Municipal de Agua de Dios 2012-2015 “LA HUELLA DE LO SOCIAL”.

### 6.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

La Calculadora de Tamaño de Muestras es un servicio público de Creative Research Systems. Se utiliza para determinar cuántas personas se deben entrevistar para obtener resultados representativos de la población objetivo con la precisión necesaria. Además permite determinar el nivel de confianza de una determinada muestra.

**Precisar Tamaño de Muestra**

Nivel de Confianza:  95%  99%

Intervalo de Confianza:

Población:

Tamaño de Muestra preciso:

El municipio de Agua de Dios cuenta con 418 MIPYMES aproximadamente según base de datos de industria y comercio del municipio. La población objetivo para esta investigación es de 201 MIPYMES según resultado arrojado por la calculadora de tamaño de muestras. Estos establecimientos comerciales serán objeto de un estudio que nos permitirá establecer las distintas variables y características, las cuales serán analizadas e interpretadas posteriormente.<sup>17</sup>

<sup>17</sup>Creative Research System -The survey system – Research aids “Calculadora de muestras”



## **6.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

### **6.4.1. ENCUESTA**

Se aplicó un formato de encuesta el cual permitió determinar las características socioeconómicas de las MIPYMES, dicha encuesta fue dirigida a los empresarios y comerciantes del municipio de Agua de Dios, Cundinamarca.

### **6.4.2. OBSERVACIÓN**

Técnica que utilizada constantemente en nuestra vida cotidiana para adquirir conocimientos. Se puede decir que la observación es un procedimiento de recopilación de datos e información consistente en utilizar los sentidos para observar hechos y realidades presentes, y a actores sociales en el contexto real en donde desarrollan normalmente sus actividades. Mediante la observación se intentan captar aquellos aspectos que son más significativos de cara al problema a investigar para recopilar los datos que se estiman convenientes<sup>18</sup>. A través de esta técnica se pudo observar y analizar resultados, con el propósito de obtener conclusiones del contexto de las MIPYMES en el municipio de Agua de Dios, Cundinamarca.

## **6.5. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS**

Una vez recolectada la información se procedió a realizar clasificación de la misma, posteriormente un análisis por medio de la tabulación y elaboración de gráficas estadísticas, con el fin de establecer la caracterización y situación socioeconómica de las MIPYMES del municipio de Agua de Dios, Cundinamarca.

---

<sup>18</sup> Técnicas de investigación social; departamento de sociología; Universidad de Alicante



## 7. CAPITULO I. BASE DE DATOS DE LAS EMPRESAS

Para la elaboración de la base de datos se tomó como punto de partida la información facilitada por parte de la Secretaría de Hacienda teniendo en cuenta los informes registrados en Industria y Comercio del municipio de Agua de Dios.

De los 420 establecimientos que se encuentran registrados, se tomó la muestra de 201 establecimientos para la elaboración del trabajo de campo, con el propósito de representar una parte de la situación real. Se tomaron la carrera novena y octava, las calles octava, decima, doce, catorce del sector comercial. Teniendo en cuenta que son estas quienes poseen mayor concentración de establecimientos y hacen parte de direcciones principales del municipio.

En los datos existentes sobre los establecimientos del municipio de Agua de Dios se puede determinar que en su mayoría están enfocados al sector comercial. Una vez finalizado el trabajo de campo, se prosiguió con la pertinente tabulación, traficación y análisis de los datos obtenidos. Para el análisis de los mismos se transcribieron algunos datos los cuales permiten una comprensión más profunda y detallada de los mismos.

### 7.1 BASE DE DATOS

(Ver Anexo)

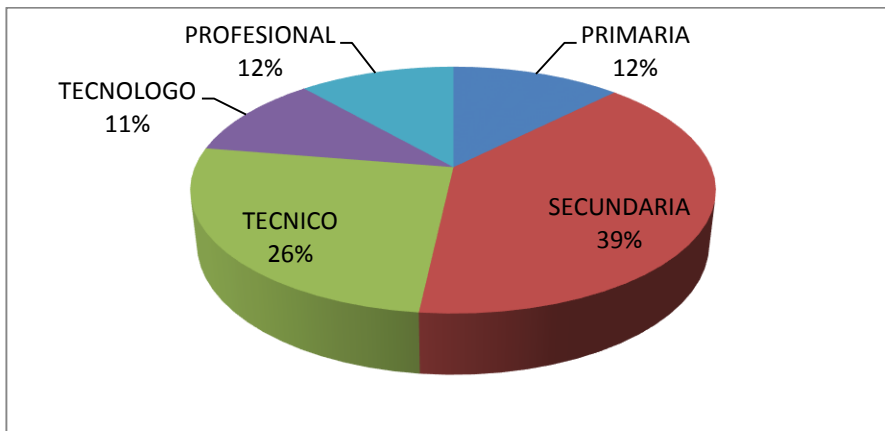


## 7.2 APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

Tabla 1. Nivel de escolaridad.

NIVEL DE ESCOLARIDAD		
PRIMARIA	25	12%
SECUNDARIA	79	39%
TECNICO	52	26%
TECNOLOGO	22	11%
PROFESIONAL	23	11%
TOTAL	201	100%

Grafica 1. Nivel de escolaridad.



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** En el municipio de Agua de Dios el 39% de la población encuestada tiene un nivel de escolaridad de secundaria y un 12% en primaria debido a que la mayoría de los encuestados son personas adultas mayores de 35 años donde en su época de juventud no tuvieron acceso a la educación, con el fin de sustentar y tener una calidad de vida decidieron crear empresas de forma empírica.

Pero se observa que a través de los años la población del municipio ha decidido capacitarse debido a que el ambiente laboral y empresarial ha sido más exigente como técnicos en un 26%, tecnólogos en un 11% y profesionales en un 12% del total de los encuestados.

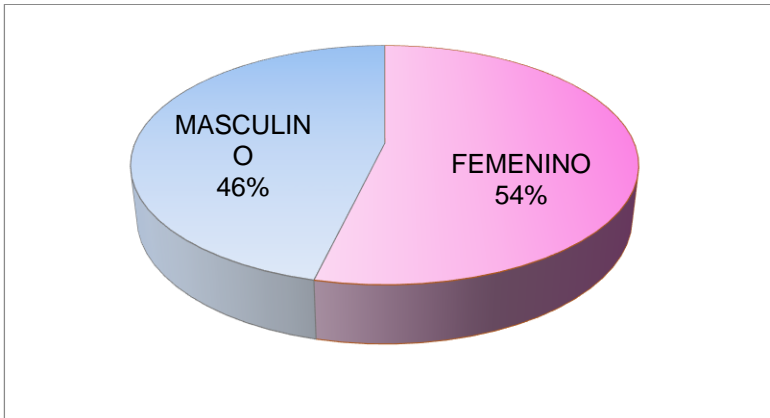




Tabla 2. Género.

GENERO		
FEMENINO	108	54%
MASCULINO	93	46%
TOTAL	201	100%

Grafica 2. Género.



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** En el municipio de Agua de Dios observamos que el 54% son de género femenino llegando al mundo de las empresas pero los hombres no se quedan atrás con un 46% de los empresarios consultados en esta encuesta.

Las mujeres en los últimos años han venido ocupando una gran parte importante en los diferentes ámbitos de la sociedad impulsando al desarrollo en el país y a nivel mundial; esto se puede evidenciar en el municipio de Agua de Dios donde las mujeres han tenido la iniciativa de crear empresa pensando en grande y con la capacidad de fomentar empleo y de esta manera generar independencia económica y social para su familia.

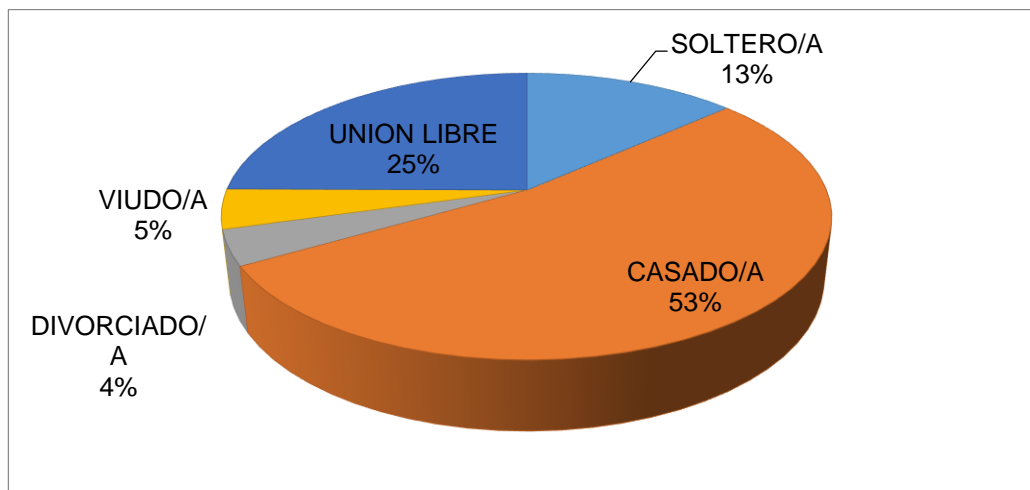
Del mismo modo los hombres han aceptado y apoyado a las mujeres en el momento de la ejecución de la oportunidad de negocio, logrando respeto entre los mismos.



Tabla 3. Estado civil.

ESTADO CIVIL		
SOLTERO/A	27	13%
CASADO/A	107	53%
DIVORCIADO/A	8	4%
VIUDO/A	9	4%
UNION LIBRE	50	25%
TOTAL	201	100%

Grafica 3. Estado civil.



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** Los Casados con 53% son los que más fomentan empresas debido a que sus prioridades son el sustento diario, la protección, la educación y diferentes obligaciones que impulsan al crecimiento para el bienestar de su hogar.

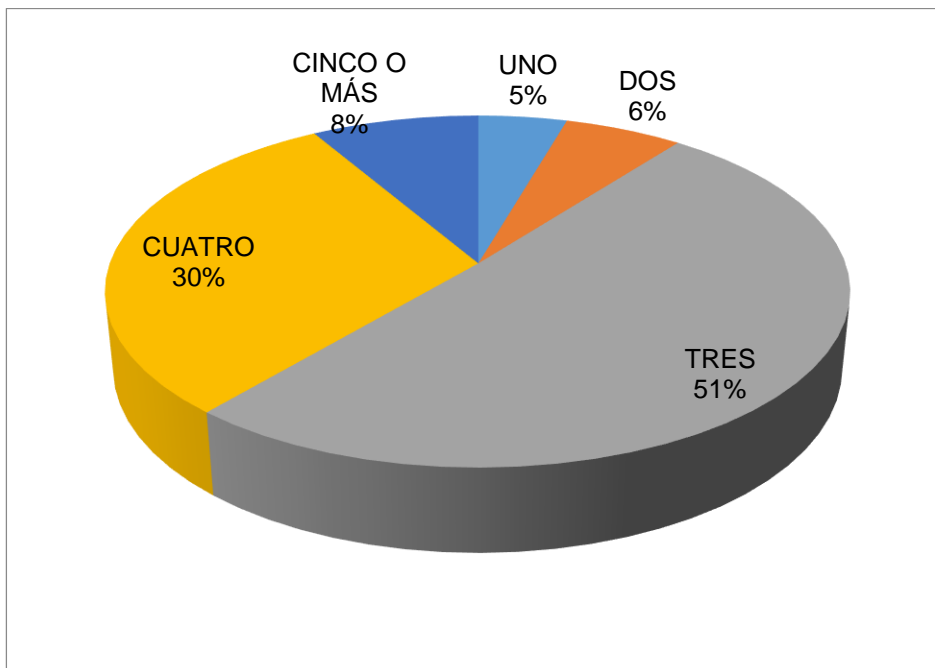
De igual forma la unión libre en un 25 % y los solteros en un 13% observando que día a día está en crecimiento el espíritu empresarial aprovechando al máximo las oportunidades que ofrece el mercado, teniendo unas expectativas rentables.



Tabla 4. Cantidad de personas que conforman el núcleo familiar.

4. CANTIDAD DE PERSONAS QUE CONFORMAN EL NUCLEO FAMILIAR		
UNO	9	4%
DOS	12	6%
TRES	102	51%
CUATRO	61	30%
CINCO O MÁS	17	8%
TOTAL	201	100%

Gráfica 4. Cantidad de personas que conforman el núcleo familiar.



Fuente: Investigadoras.

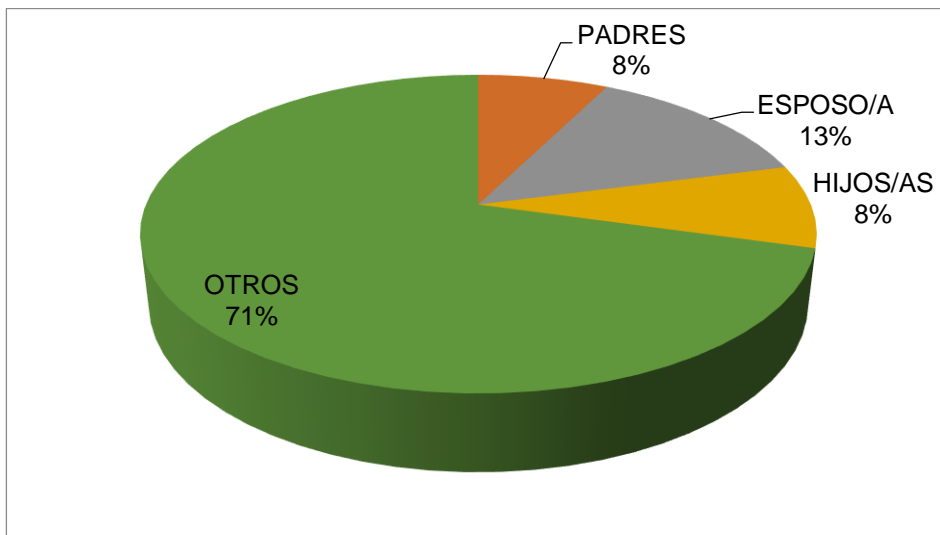
**Análisis:** Aquí se pudo evidenciar que el 51% de núcleos familiares está conformado por tres personas y el 30% lo conforman cuatro personas, se puede observar que los hogares ya no están conformados por integrantes numerosos, ello se debe a la problemática y situación económica por la que atraviesa el país.



Tabla 5. ¿Quiénes conforman el núcleo familiar?

5. ¿QUIENES CONFORMAN EL NUCLEO FAMILIAR?		
PADRES	15	7%
ESPOSO/A	27	13%
HIJOS/AS	17	8%
ABUELOS	0	0%
OTROS	142	71%
TOTAL	201	100%

Gráfica 5. ¿Quiénes conforman el núcleo familiar?



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** Aquí se puede evidenciar que la mayoría de núcleos familiares está conformado por otros lo cual hace referencia a esposo/a e hijos, según lo manifestó el 71% de la población encuestada.

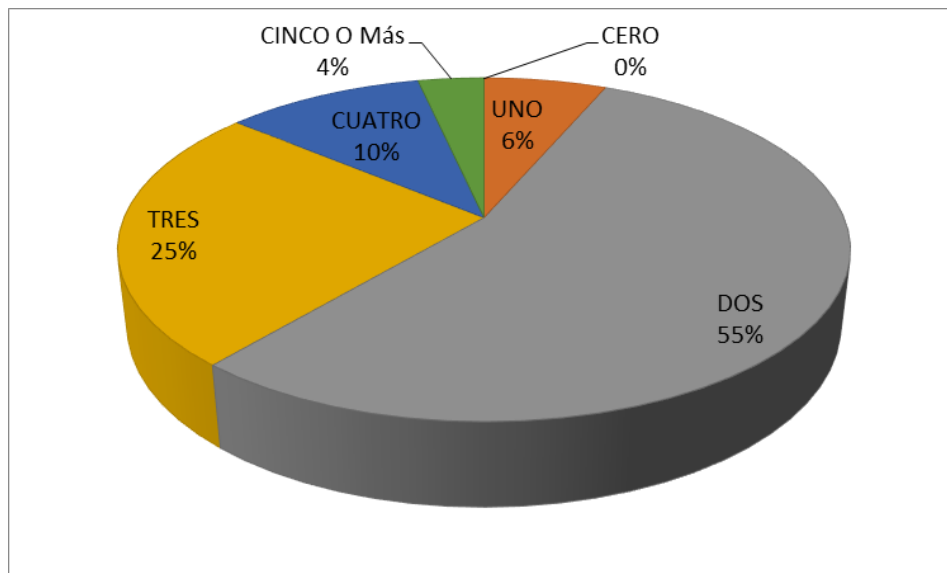
El 13% por solo esposo/a y en un porcentaje igual del 8% está conformado por solo padres al igual que hijos/as.



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

6. ¿CUANTAS PERSONAS MAYORES DE EDAD CONFORMAN EL NUCLEO FAMILIAR?		
CERO	0	0%
UNO	13	6%
DOS	110	55%
TRES	50	25%
CUATRO	21	10%
CINCO O Más	7	3%
TOTAL	201	100%

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



Fuente: Investigadoras.

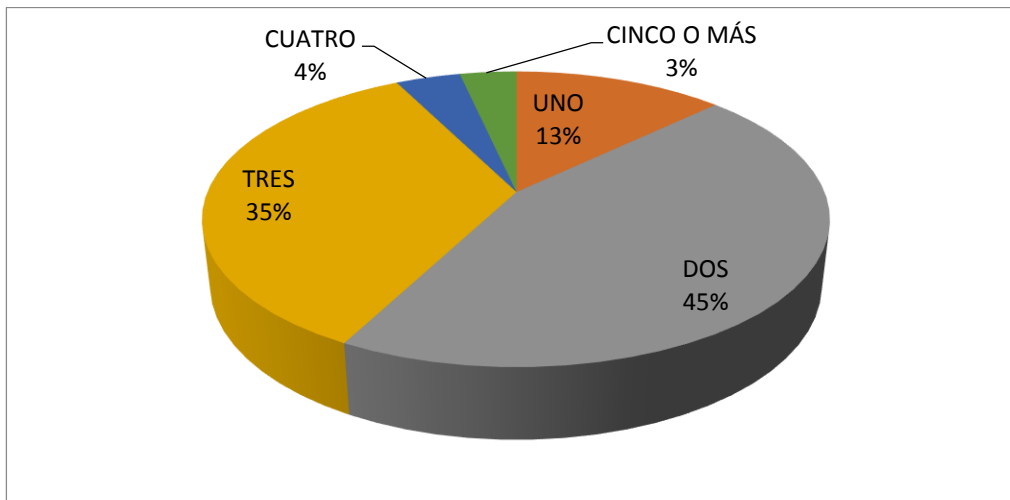
**Análisis:** La mayoría de núcleos familiares de las personas encuestadas está conformada por dos mayores de edad con un 55% , el 25% con tres, el 10% con cuatro, el 4% con uno y tan solo el 4% con cinco o más personas mayores de edad, para un total del 100%.



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

7. ¿CUANTAS PERSONAS MAYORES DE EDAD TRABAJAN?		
UNO	26	13%
DOS	90	45%
TRES	70	35%
CUATRO	8	4%
CINCO O MÁS	7	3%
TOTAL	201	100%

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



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** En el municipio de Agua de Dios, el 45% de la población encuestada respondió que dos de las personas mayores de edad trabajan, el 35% tres personas trabajan y el 13% tan solo una, con lo cual podemos decir que todas las personas que son mayores de edad trabajan para el sostenimiento del núcleo familiar.

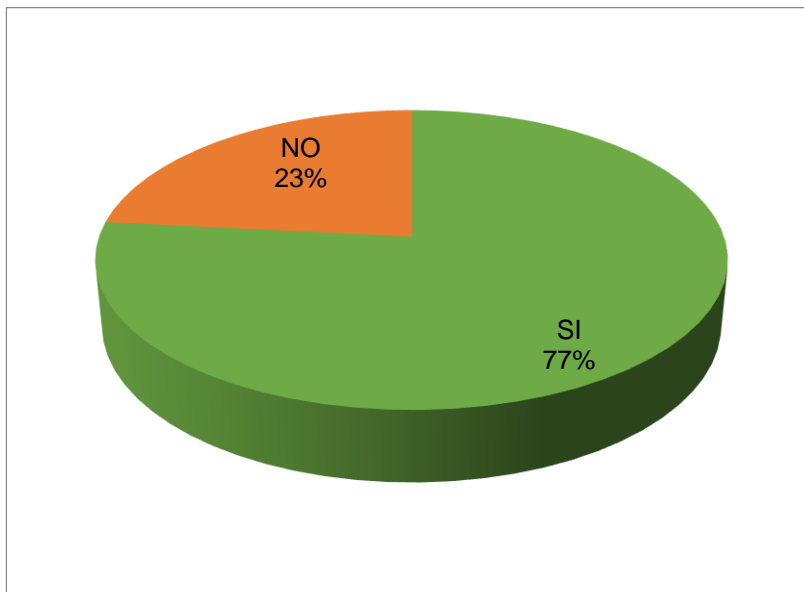
Y tan solo el 4% cuatro personas mayores de edad trabajan y el 3% cinco o más, para una totalidad de encuestados.



Tabla 8. ¿Tiene hijos?

8. ¿TIENE HIJOS?		
SI	154	77%
NO	47	23%
TOTAL	201	100%

Grafica 8. ¿Tiene hijos?



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** La mayoría de personas encuestadas tienen hijos, el 77% respondió que sí lo cual es una gran motivación para que día a día tengan iniciativa en seguir en su proyecto para el bienestar y un ejemplo a seguir. Tan solo el 23% respondió no.

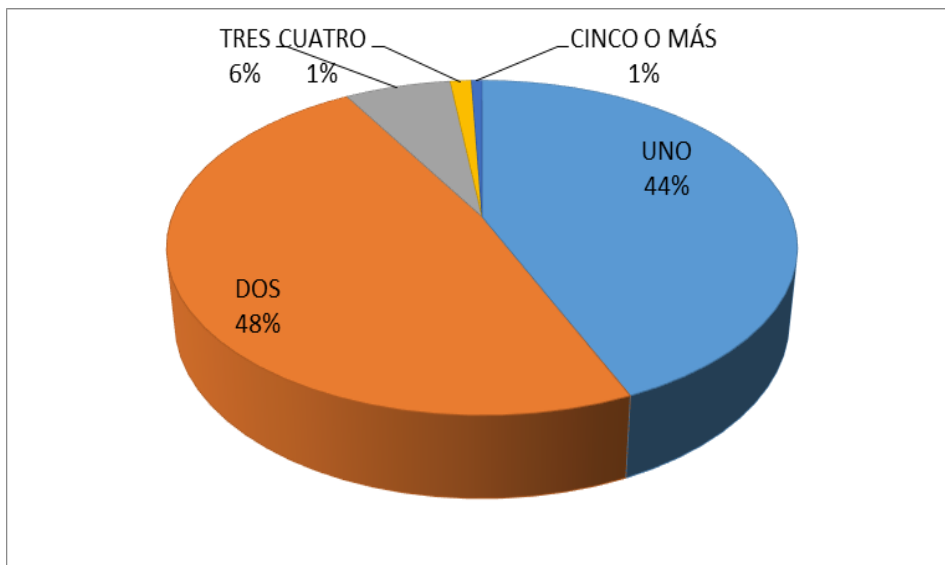
Esto se debe a que su mayoría son famiempresas, negocios en donde todos los integrantes son de una misma familia, y por ende también tienen hijos.



Tabla 9. ¿Cuántos hijos tienen?

9. ¿CUÁNTOS HIJOS TIENE?		
UNO	67	44%
DOS	74	48%
TRES	10	6%
CUATRO	2	1%
CINCO O MÁS	1	1%
TOTAL	154	100%

Grafica 9. ¿Cuántos hijos tienen?



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** La mayoría de personas encuestadas tienen entre uno y dos hijos, representados en un 48% quienes tienen dos hijos y el 44% un hijo.

Tan solo el 6% tienen tres hijos y el 1% de cuatro o más hijos. Esto se debe a que los ciudadanos son conscientes de la problemática económica y cultural que vive el país y esta la razón por la cual deciden tener pocos hijos para poder brindarles un bienestar adecuado.

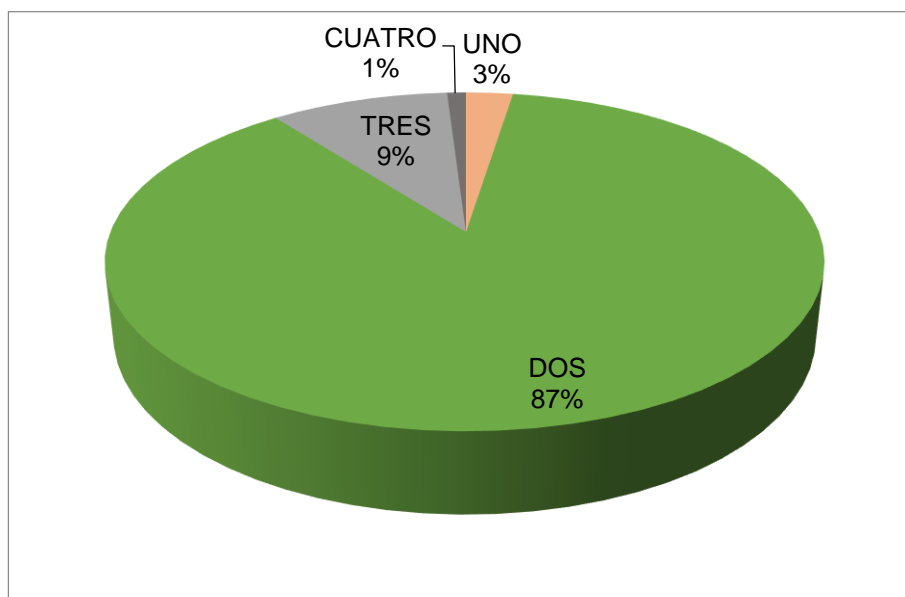




Tabla 10. Estrato socioeconómico.

10. ESTRATO SOCIOECONOMICO		
UNO	5	2%
DOS	175	87%
TRES	19	9%
CUATRO	2	1%
CINCO O MÁS		0%
TOTAL	201	100%

Gráfico 10. Estrato socioeconómico.



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** Las MIPYMES y famiempresas, el 88%, es decir en su mayoría poseen estrato económico dos puede ser porque los usuarios tienen los recursos necesarios para suplir necesidades básicas y por ser establecimientos pequeños en su mayoría son beneficiarios de subsidios en los servicios públicos domiciliarios.

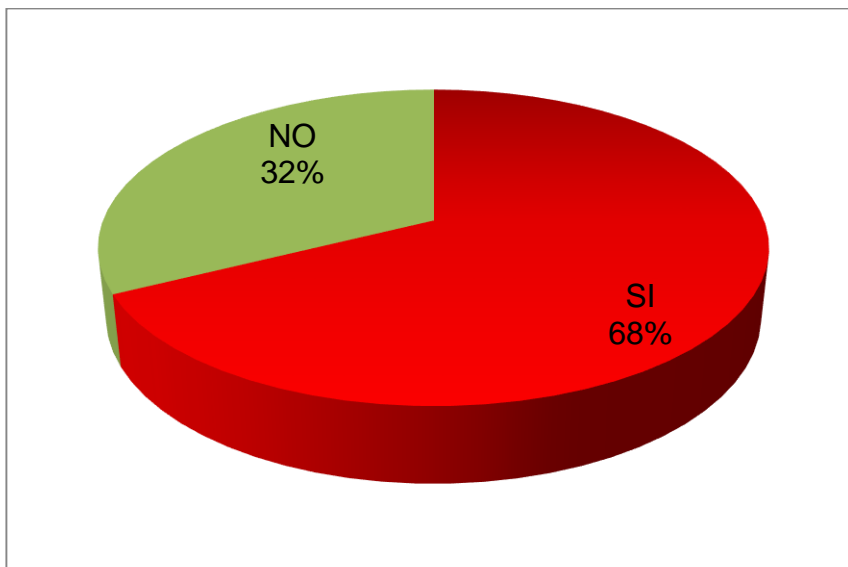
Son pocas las familias que poseen estrato cuatro con 1%, estrato uno con 3% y estrato tres con 9%. Se puede decir que los establecimientos del municipio de Agua de Dios se encuentran en un estrato económico medio.



Tabla 11. ¿Cuenta con vivienda propia?

11. ¿CUENTA CON VIVIENDA PROPIA?		
SI	136	68%
NO	65	32%
TOTAL	201	100%

Gráfica 11. ¿Cuenta con vivienda propia?



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** Los propietarios de la MIPYMES del municipio de Agua de Dios un 68% cuentan con vivienda propia debido a que su rentabilidad económica les ha permitido adquirir un bien inmueble para el bienestar de su núcleo familiar.

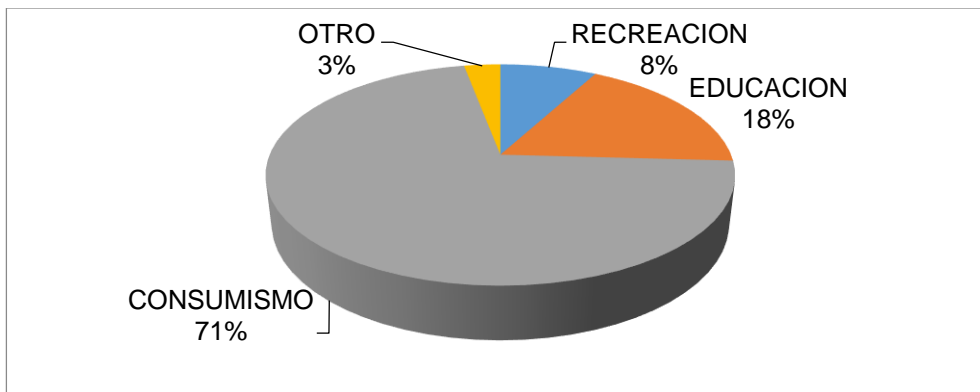
Se observa que un 32% aún no han tenido la posibilidad de contar con su vivienda propia debido a factores externos.



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

12. ¿CUAL ES EL PRINCIPAL USO DE LOS INGRESOS DESPUÉS DE SATISFACER LAS NECESIDADES BÁSICAS?		
RECREACION	16	8%
EDUCACION	36	18%
CONSUMISMO	143	71%
OTRO	6	3%
TOTAL	201	100%

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



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** El principal uso de los ingresos de los empresarios después de satisfacer las necesidades básicas es el consumismo con un 71%, la población tiene actividades de ocio como es la adquisición de bienes materiales o servicios adicionales, con los que satisfacen sus deseos de estatus social o beneficio material.

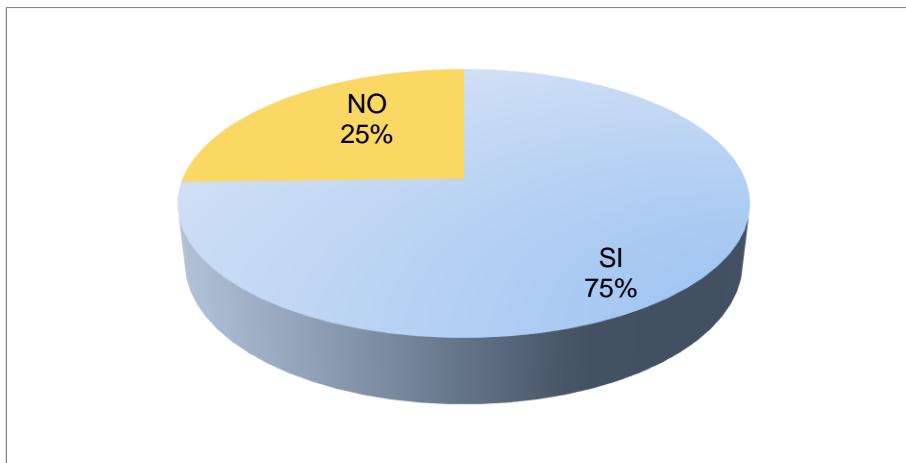
Aunque la educación también es importante en un 18% porque influye en el avance y progreso de personas y sociedades, además de los conocimientos adquiridos, enriquece la cultura, los valores, y todo aquello que caracteriza a los seres humanos. De la misma forma la recreación en un 8% y otros en un 3% caracterizando por despejar la mente de las diferentes exigencias cotidianas.



Tabla 13. ¿Está legalmente constituida la empresa?

13. ¿ESTÁ LEGALMENTE CONSTITUIDA LA EMPRESA?		
SI	150	75%
NO	51	25%
TOTAL	201	100%

Gráfica 13. ¿Está legalmente constituida la empresa?



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** Las MIPYMES del municipio de Agua de Dios un 75% asumen todas las obligaciones con responsabilidad y garantizan a través del patrimonio de la empresa. Además, se le ofrecen diferentes beneficios para su constitución, operación y funcionamiento. Se tiene una perspectiva que una empresa legalizada genera confianza en sus clientes proporcionando un crecimiento positivo.

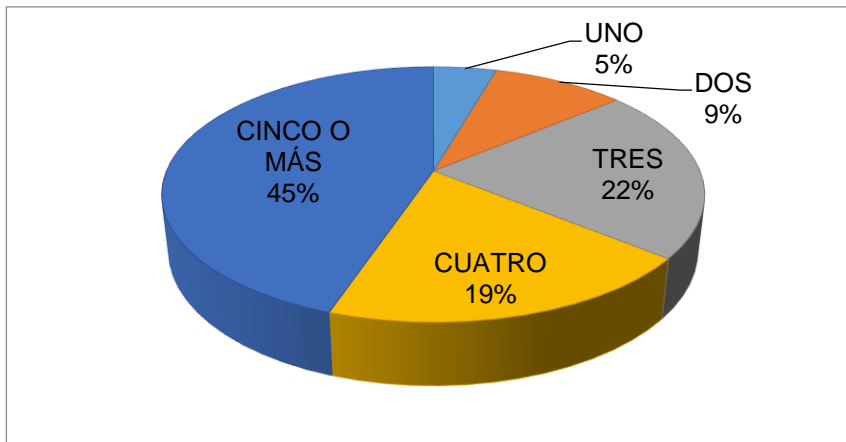
El 25% no están constituidas formalmente porque no se encuentran totalmente informadas de los procedimientos debido a la falta de capacitaciones, los empresarios piensan que es un proceso engorroso por la cantidad de trámites e impuestos exigidos, algunos no se conforman legalmente pensando que eludir impuesto será más rentable.



Tabla 14. Tiempo de funcionamiento de la empresa en años.

14. TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA EN AÑOS		
UNO	9	4%
DOS	19	9%
TRES	44	22%
CUATRO	39	19%
CINCO O MÁS	90	45%
TOTAL	201	100%

Gráfica 14. Tiempo de funcionamiento de la empresa en años.



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** Las empresas en el municipio de Agua de Dios con un 45% llevan cinco o más años de funcionamiento, existen otras empresas que llevan de funcionamiento tres años con un 22%, también hay un 19% que llevan cuatro años de funcionamiento, de la misma forma hay un 9% que llevan dos años, y el 5% que corresponden a empresas que llevan un año o menos de desarrollo de sus actividades.

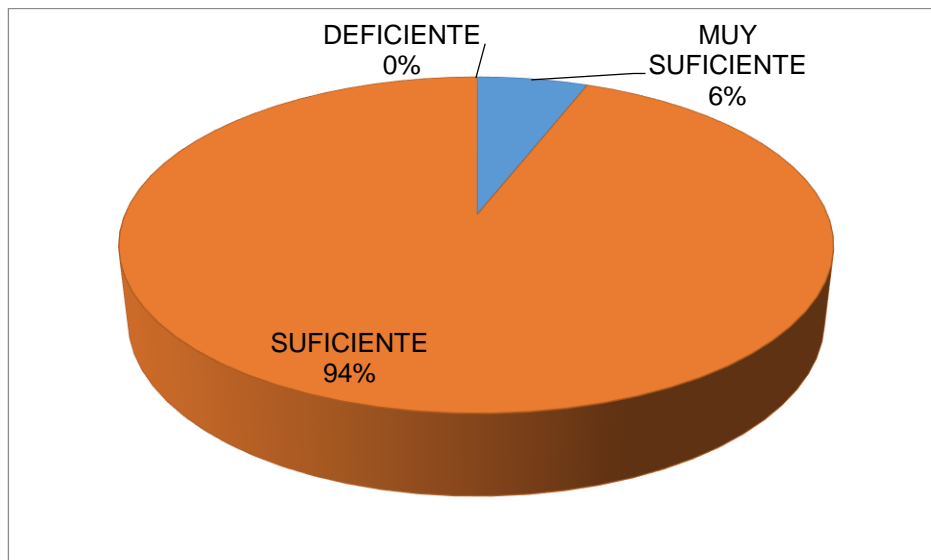
Las que llevan cinco años o más se debe al buen manejo de sus actividades y han sobrevivido a diferentes crisis que se han presentado en la región y en el país, logrando seguir compitiendo el mercado



Tabla 15. Capital de la inversión.

15. CAPITAL DE LA INVERSION		
MUY SUFICIENTE	12	6%
SUFICIENTE	189	94%
DEFICIENTE	0	0%
TOTAL	201	100%

Gráfica 15. Capital de la inversión.



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** En las MIPYMES del municipio de Agua de Dios cuentan con un capital suficiente para satisfacer las necesidades de los consumidores y un porcentaje mínimo pero importante en un 6% muy suficiente.

Se analiza que los propietarios están preparados para anticipar diferentes problemas potenciales permitiendo la utilización de un buen modelo de capital económico alcanzando los objetivos planteados.

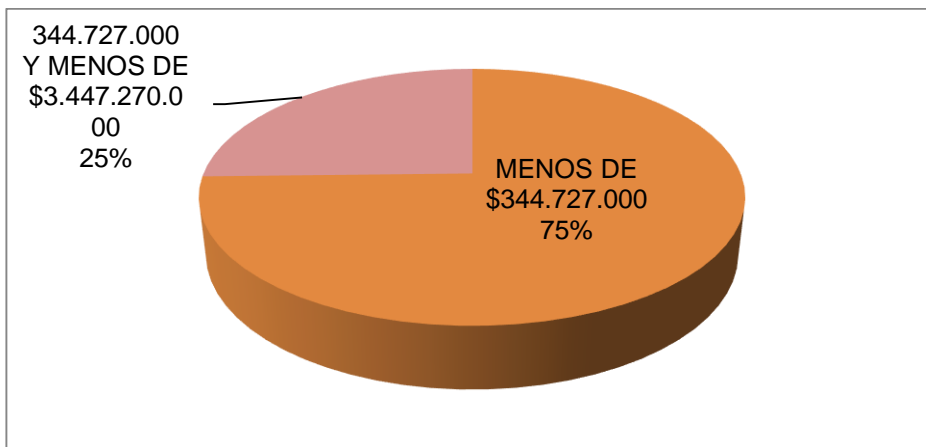
El capital deficiente en un 0% ya que no hay MIPYMES que no hayan fortalecido su capital día tras día.



Tabla 16. ¿El capital de la empresa actualmente se encuentra en?

16. ¿EL CAPITAL DE LA EMPRESA ACTUALMENTE SE ENCUENTRA EN?		
MENOS DE \$344.727.000	150	75%
344.727.000 Y MENOS DE \$3.447.270.000	51	25%
MÁS DE \$3.447.270.000		0%
TOTAL	201	100%

Gráfica 16. ¿El capital de la empresa actualmente se encuentra en?



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** Observamos que el capital de la empresa actualmente se encuentra en menos de \$344.727.00 (75) a causa de que la mayoría de las MIPYMES ubicadas en el municipio de Agua de Dios son famiempresas y microempresas, por ende su capital tiene la capacidad de ejercer sobre ella una influencia suficiente para la siguiente generación.

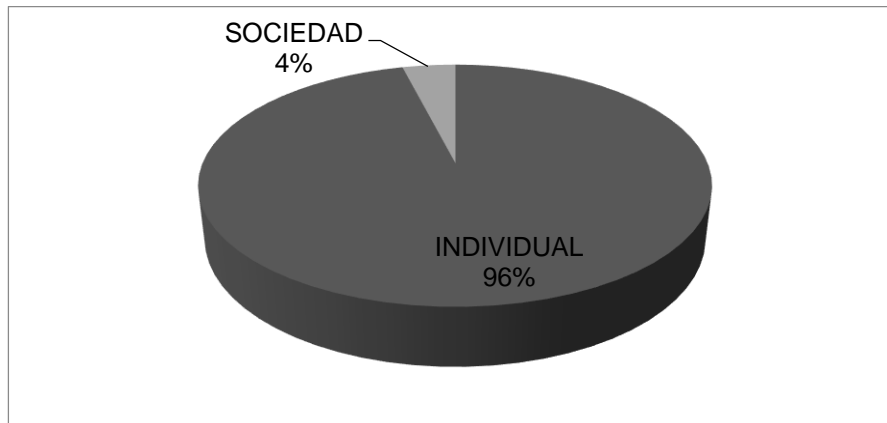
El capital de la empresa igual a \$344.727.000 y menos de \$4.447.270.000 es igual al 25% ya que esta muestra las medianas empresas que han crecido por factores externos que brinda el mercado.



Tabla 17. Representación de la empresa

17. REPRESENTACION DE LA EMPRESA		
INDIVIDUAL	193	96%
SOCIEDAD	8	4%
TOTAL	201	100%

Gráfica 17. Representación de la empresa



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** Se observa que un 96% son representación individual es decir solo cuenta con un propietario o dueño, quien es el beneficiado de las ganancias de la actividad productiva de su empresa, pero también de las pérdidas ocasionadas a costa de su patrimonio. Esto se debe a que la mayoría de MIPYMES de municipio de Agua de Dios son famiempresas y sus ventajas es que su reglamentación y formalidades son sencillas además de tener autonomía de tomar sus propias decisiones empresariales.

En un 4% su representación es sociedad, esto corresponde a todos los socios que hacen parte de la empresa, son los que delegan la forma de administración e imposibilita la realización de negocios.

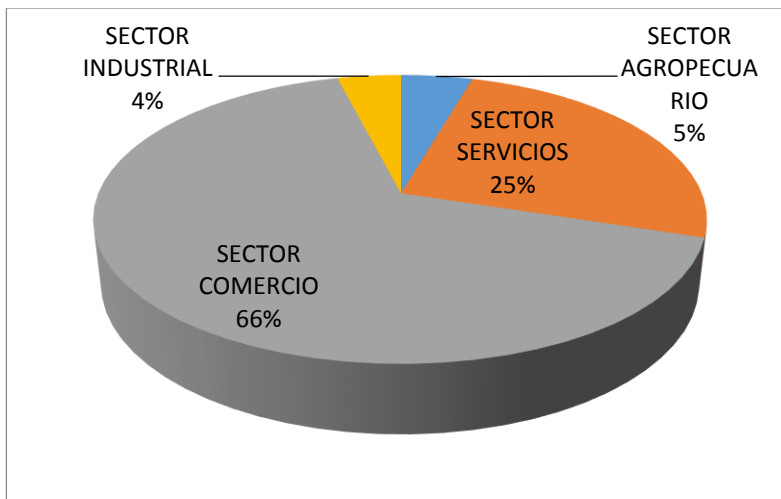




Tabla 18. ¿A qué sector pertenece la empresa?

18. ¿A QUE SECTOR PERTENECE LA EMRPESA?		
SECTOR AGROPECUARIO	9	4%
SECTOR SERVICIOS	51	25%
SECTOR COMERCIO	133	66%
SECTOR INDUSTRIAL	8	4%
TOTAL	201	100%

Grafica 18. ¿A qué sector pertenece la empresa?



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** En el municipio de Agua de Dios el mayor sector es el comercial equivalente a un 66% y sin dejar a tras el sector de servicios en un 25% con estructuras tradicionales, adaptándose al mercado con nuevas tecnologías. De la misma manera se satisface al consumir obteniendo bienes y servicios a un precio asequible

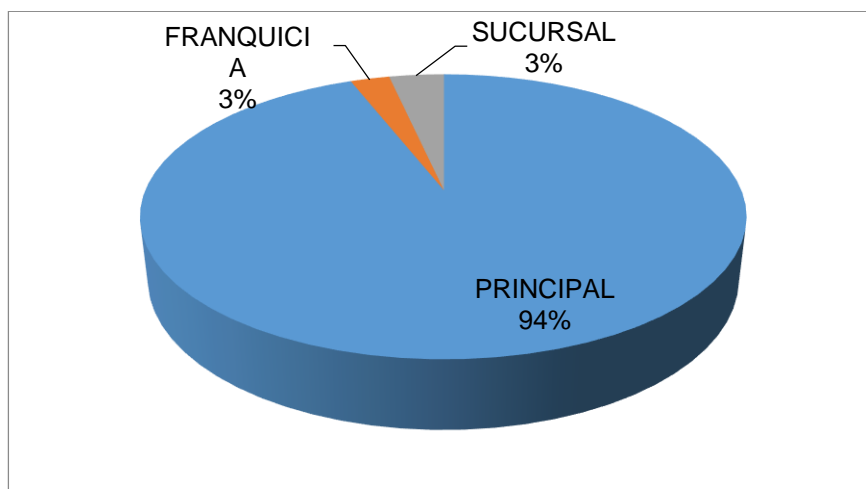
El 5% en el sector agropecuario y el 4% en el sector industrial para el total de los encuestados, con poco campo en el mercado, ya que es un municipio que está en proceso de crecimiento.



Tabla 19. ¿Qué tipo de empresa representa?

19. ¿QUÉ TIPO DE EMPRESA REPRESENTA?		
PRINCIPAL	189	94%
FRANQUICIA	5	2%
SUCURSAL	7	3%
OTROS		
TOTAL	201	100%

Grafica 19. ¿Qué tipo de empresa representa?



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** El tipo de empresa que representa un mayor porcentaje es la principal con un 94% a causa de que la mayoría de las MIPYMES son famiempresas, por tanto no son suficientes recursos para colocar otro punto de venta, siendo los ingresos un recurso básico para mejorar la calidad de vida. Pero hay un 3% de los empresarios que han tenido crecimiento en el mercado llegando a expandir su negocio en el municipio de Agua de Dios

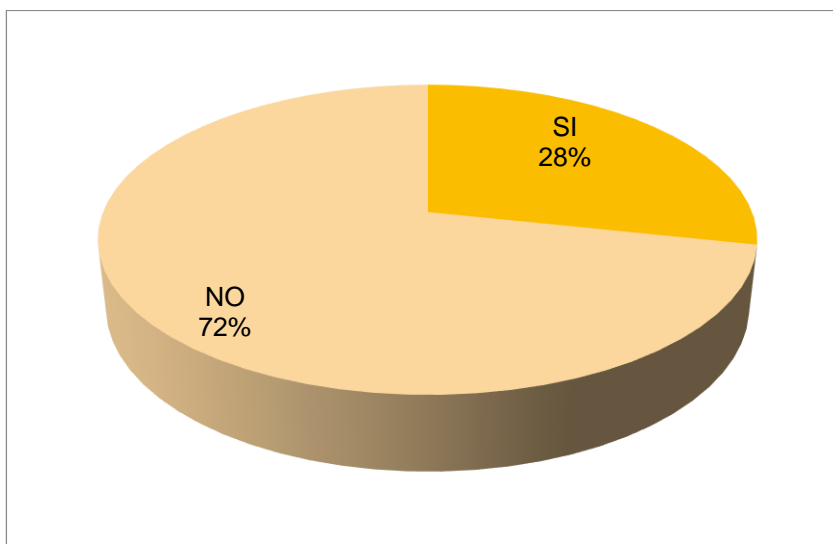
Las franquicias están en un 3%, este tipo de representación tiene el derecho a la explotación de un producto, o nombre comercial, con métodos y procedimiento, logrando beneficiarse de una empresa posicionada con una ventaja competitiva destacable, y reconocimiento en el mercado.



Tabla 20. ¿El local de la empresa es propio?

20. ¿EL LOCAL DE LA EMPRESA ES PROPIO?		
SI	57	28%
NO	144	72%
TOTAL	201	100%

Gráfica 20. ¿El local de la empresa es propio?



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** En un 72% El local de la empresa no es propio por diferentes motivos, los empresarios de las MIPYMES del municipio de Agua de Dios prefieren satisfacer otros tipos de necesidades que son más relevantes en su diario vivir.

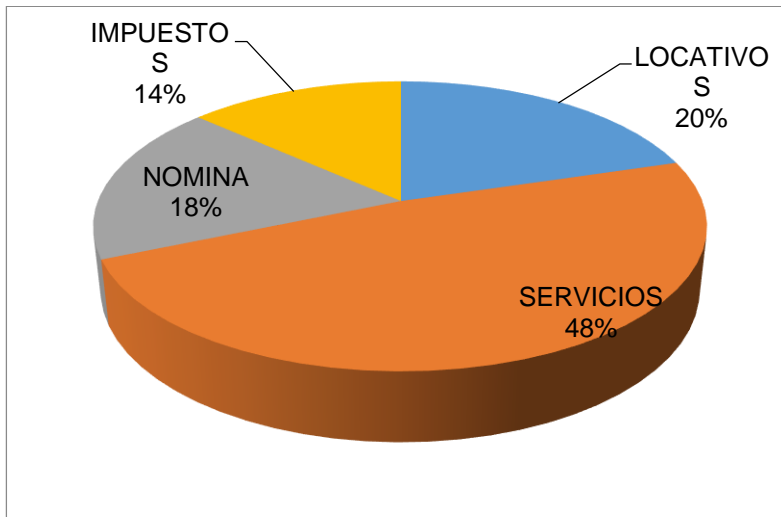
Un 28% de los propietarios tienen local propio, donde muchos de ellos la vivienda la forman parte de local para así no generar mucho gasto, recordando que son la mayoría famiempresas y esto también genera una ventaja ya que pueden estar más atento a su negocio, de igual forma tener un capital suficiente sin necesidad de una financiación pero no hay que dejar atrás los empresarios que no tienen ni vivienda ni local pero luchan para que su empresa crezca y poder adquirir dichos bienes.



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

21. ¿CUÁL ES EL PRINCIPAL GASTO DE LA EMPRESA?		
LOCATIVOS	41	20%
SERVICIOS	97	48%
NOMINA	36	18%
IMPUESTOS	27	13%
OTROS	0	0%
TOTAL	201	100%

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



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** Los mayores gastos que se generan en las MIPYMES del municipio de Agua de Dios son los servicios en un 48% donde es la mayor problemática, pero no solo se ve en la región si no en el país. También el gasto locativo con un 20%, hay empresas que no tienen su local propio. Un 18% son nómina porque hay empresas que manejan de 4 a 15 empleados donde su principal gasto es retribuir por su trabajo.

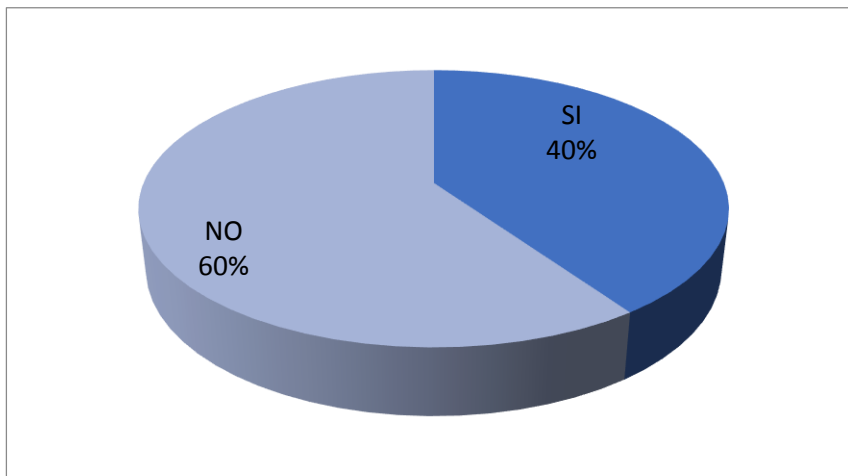
Los impuestos en un 14% aunque esta es una herramienta del estado para promover el desarrollo económico.



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

22. ¿LA EMPRESA HA CRECIDO DURANTE EL ULTIMO AÑO?		
SI	81	40%
NO	120	60%
TOTAL	201	100%

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



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** La empresas no ha crecido durante el último año según los encuestados en un 60% debido a que no se fomentan estrategias para lograr un crecimiento de ventas en su empresa, esto se debe a que la mayoría de empresas pequeñas y medianas buscan conseguir el crecimiento por sus propios medios, lo que no solo se limita a sus posibilidades, sino también a su alcance.

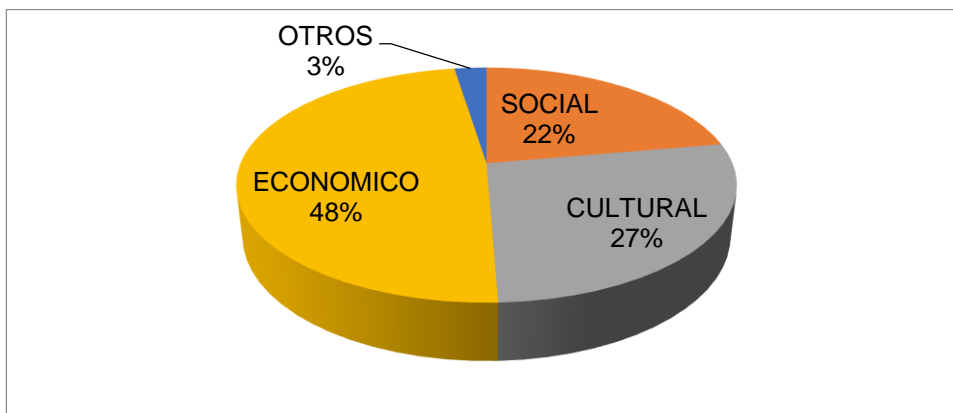
Un 40% de las empresas han crecido durante el último año, basado en la planeación de estrategias de calidad en productos y servicios ofrecidos. Se considera estrategias de crecimiento más comunes la penetración en el mercado, el desarrollo del mercado, diversificación, desarrollo de producto, desarrollo de la necesidad.



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

23. ¿QUÉ ASPECTOS HA INFLUIDO EN EL CRECIMIENTO DE LA EMPRESA?		
POLITICO		0
SOCIAL	18	22%
CULTURAL	22	27%
ECONOMICO	39	48%
OTROS	2	2%
TOTAL	81	100%

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



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** El aspecto con mayor relevancia es el económico con un 48% debido los diferentes indicadores que llega a la mejora de buenas condiciones socio-económicas. En segundo aspecto es I cultura equivalente a un 27% donde han empezado a cambiar esa idea de un municipio con un mito sobre la enfermedad de Hansen, mostrando los habitantes una cara distinta impulsando el folclor y las artesanías de la región, estimulando la integración de los diferentes municipios de la región mostrando los diferentes trabajos.

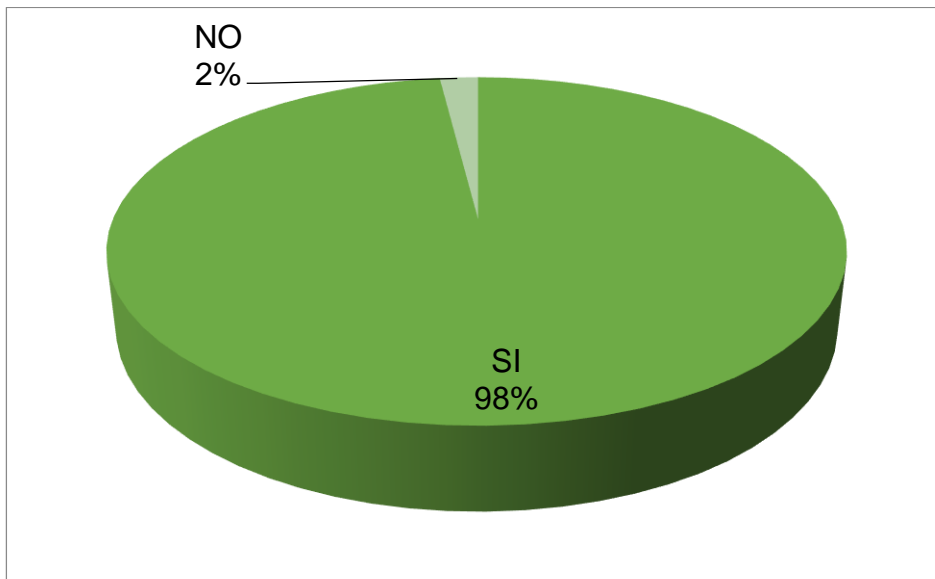
El aspecto social está en un 22% su comunidad tiene sentido de pertenencia compartiendo una misma cultura, y en otros aspectos un 3% del total de los encuestados ha influido en el crecimiento de la empresa.



Tabla 24. ¿Cumple la empresa con las obligaciones tributarias?

24. ¿CUMPLE LA EMPRESA CON LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS?		
SI	197	98%
NO	4	2%
TOTAL	201	100%

Gráfica 24. ¿Cumple la empresa con las obligaciones tributarias?



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** En el municipio de agua de dios un 2% no cumple con las obligaciones tributarias, a comparación de un 98% que si la cumple. Estas obligaciones tributarias ayudan al estado a invertir en los habitantes de la región y del país; esto es lo que se llama contraprestación donde se entregan un porcentaje de los ingresos para que el Estado satisfaga las diferentes necesidades contribuyendo al desarrollo.

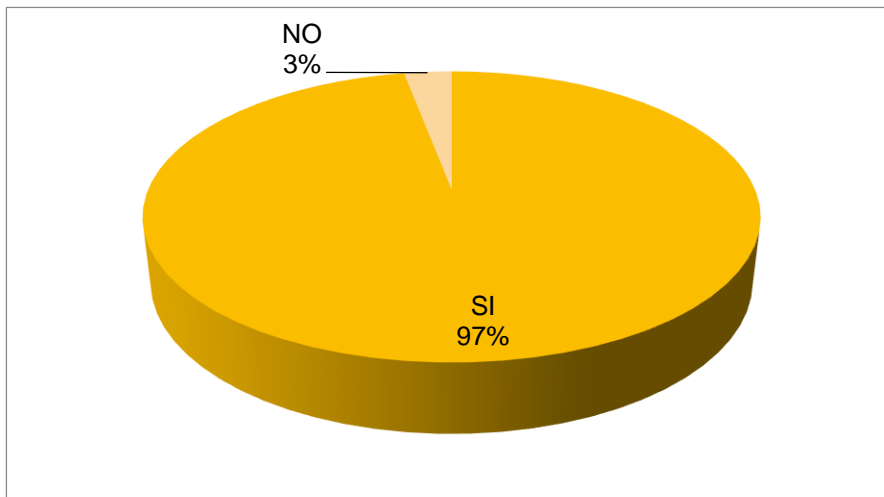
Cuando una persona incumple con sus obligaciones tributarias, el Estado procederá a sancionarla según estipulado por la ley.



Tabla 25. ¿La empresa es rentable económicamente?

25. ¿LA EMPRESA ES RENTABLE ECONOMICAMENTE?		
SI	195	97%
NO	6	3%
TOTAL	201	100%

Gráfica 25. ¿La empresa es rentable económicamente?



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** En el municipio de Agua de Dios un 97% de las MIPYMES encuestadas, si son rentables ya que se compara sus ingresos con sus egresos. Una empresa con una medición precisa de la rentabilidad, es cuando se obtiene la relación entre utilidades o beneficio obtenido y la inversión o los recursos utilizados para generarlos.

Todo emprendedor tiene una gran preocupación y es lograr que su negocio sea rentable y asegurar su supervivencia, obteniéndose por evaluar los objetivos y los resultados día a día, cumpliendo con la meta propuesta. En un 2% se encuentran las que no son rentables pero conociendo sus puntos débiles se puede mejorar, motivando al liderazgo y tener la visión clara.

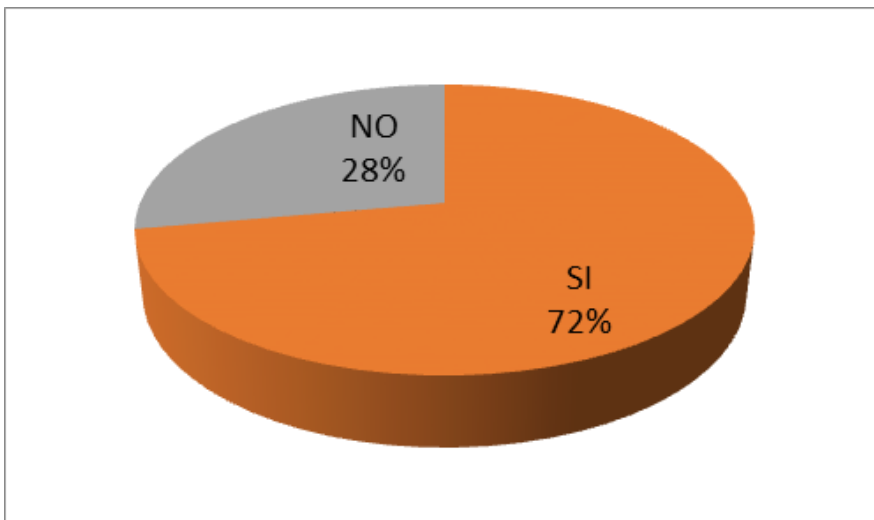




Tabla 26. ¿Llevan contabilidad la empresa?

26. ¿LLEVAN CONTABILIDAD LA EMPRESA?		
SI	145	72%
NO	56	28%
TOTAL	201	100%

Grafica 26. ¿Llevan contabilidad la empresa?



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** Las empresas en el municipio de Agua de Dios un 72% llevan contabilidad, siendo indispensable porque no solo les permitirá verificar las compras y ventas realizadas de manera ordenada y legal si no también proyectar el crecimiento del negocio a partir de los ingresos e inversiones.

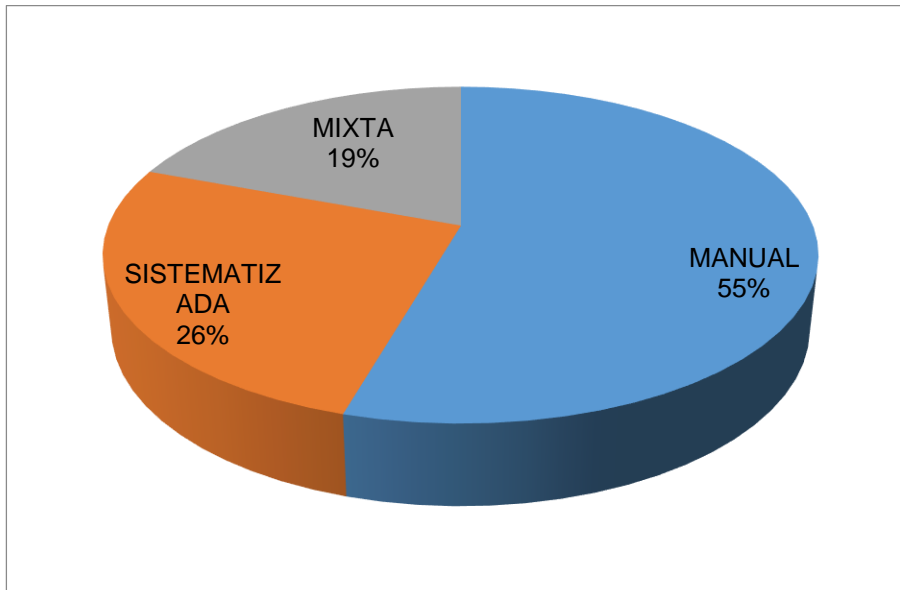
Un 28% aun no llevan contabilidad debido a que no encuentran una forma adecuada para registrar sus movimientos contables, y más cuando no se tiene experiencia ni presupuesto para la ayuda de un contador pero es de gran importancia para saber cuánto se ha ganado y qué dinero se ha obtenido para evitar confusiones de dinero y pueda conducir a graves errores en un futuro o una alta perdida de los recursos; así mismo, pagar deudas o comprar más materia primera o dejar como emergencia.



Tabla 27. ¿Qué tipo de contabilidad llevan?

27. ¿QUE TIPO DE CONTABILIDAD LLEVAN?		
MANUAL	79	54%
SISTEMATIZADA	38	26%
MIXTA	28	19%
TOTAL	145	100%

Grafica 27. ¿Qué tipo de contabilidad llevan?



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** En las MIPYMES del municipio de Agua de Dios un 55% de las empresas llevan un sistema manual, siendo más simple porque se registra a mano los movimientos obtenidos en el día. Un 26% llevan una contabilidad sistematizada donde al introducir una transacción en el programa, las cuentas se actualizarán según lo necesario logrando mayor velocidad y exactitud

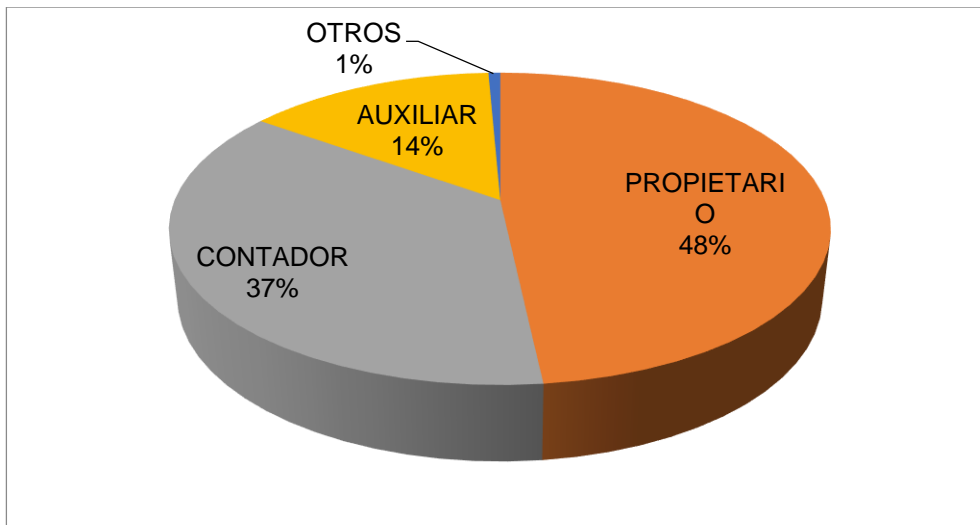
La contabilidad tipo mixta está en un 19% donde deciden tener un sistema informático fácil para los registros pero a su vez se sienten cómodas trabajando en un sistema manual porque están acostumbrados a métodos de libros.



Tabla 28. ¿Quién lleva la contabilidad?

28. ¿QUIÉN LLEVA LA CONTABILIDAD?		
PROPIETARIO	70	48%
CONTADOR	53	37%
AUXILIAR	21	14%
OTROS	1	1%
TOTAL	145	100%

Grafica 28. ¿Quién lleva la contabilidad?



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** Quien lleva la contabilidad en las MIPYMES del municipio de Agua de Dios un 48% son los propietarios que por costos desean hacerlos ellos mismos, un 37% han permitido que un contador sea el responsable de la información de mejor calidad y con mayor oportunidad lo fundamental para la toma de decisiones.

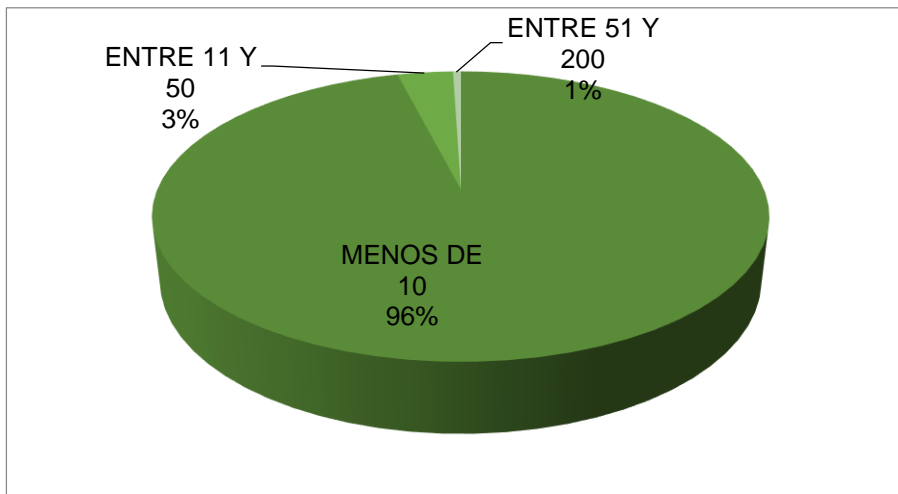
Aunque el auxiliar también tiene un porcentaje significativo del 14% debido a que estas personas tienen un buen conocimiento sobre esta área. Y un 1% de otras personas quienes realizan la contabilidad.



Tabla 29. ¿Cuántos colaboradores tiene la empresa?

29. ¿CUANTOS COLABORADORES TIENE LA EMRESA?		
MENOS DE 10	193	96%
ENTRE 11 Y 50	7	3%
ENTRE 51 Y 200	1	1%
TOTAL	201	100%

Gráfica 29. ¿Cuántos colaboradores tiene la empresa?



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** Las empresas de las municipio de Agua de Dios en gran su mayoría (96%) cuentan con menos de 10 trabajadores, estas son famiempresas, o unipersonales en las cuales no existe personal ni sueldo fijo.

Por otro lado existen empresas entre 11 a 50 colaboradores (3%) donde son empresas pequeñas y tiene una mejor estabilidad tanto económica como administrativa en las cuales si manejan todas las prestaciones de ley

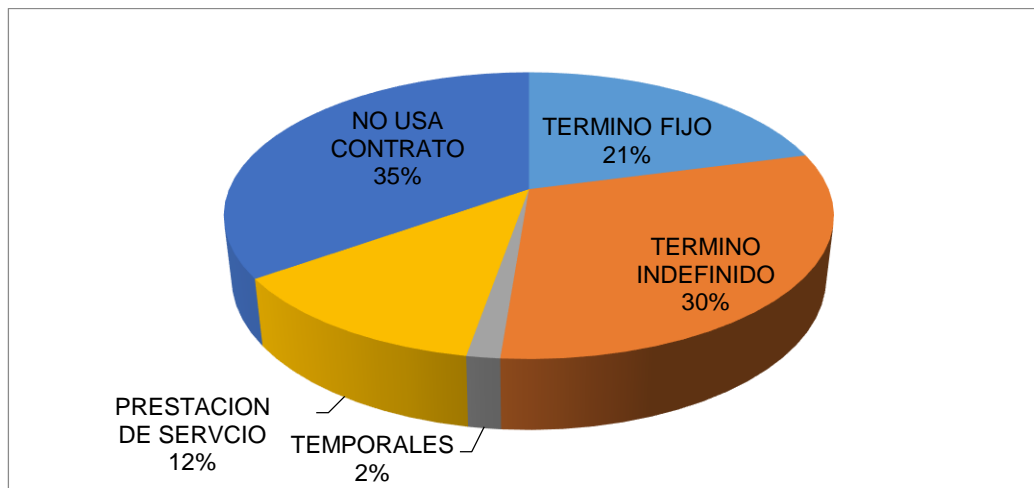
Finalmente entre 51 y 200 colaboradores (1%) del total de los encuestados, siendo empresas medianas donde tiene una mayor cantidad de mano de obra debido a su posicionamiento y crecimiento empresarial.



Tabla 30. ¿Qué tipo de vinculación tienen a los colaboradores?

30. ¿QUÉ TIPO DE VINCULACION TIENEN A LOS COLABORADORES?		
TERMINO FIJO	42	21%
TERMINO INDEFINIDO	61	30%
TEMPORALES	3	1%
PRESTACION DE SERVCIO	25	12%
NO USA CONTRATO	70	35%
TOTAL	201	100%

Grafica 30. ¿Qué tipo de vinculación tienen a los colaboradores?



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** Se observa que un 35% de las MIPYMES no usa contrato, debido a que no se compromete con el colaborador a pagar beneficios laborales, en un 21% se maneja un término indefinido el cual no se pacta ni tiempo de duración ni fecha de terminación por si llega a tener algún inconveniente su desvinculación es inmediata.

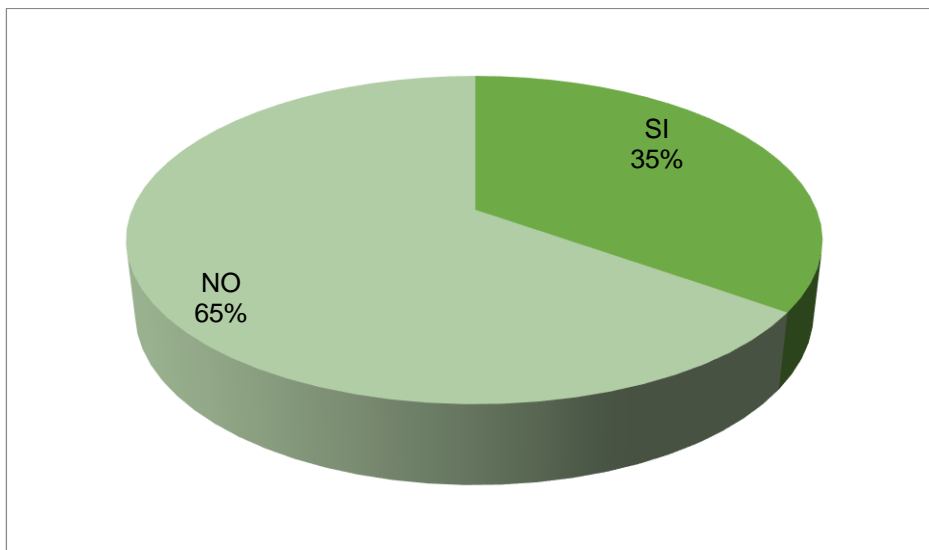
El tipo de contratación a término fijo está en un 21% donde esta población cuenta con estabilidad laboral teniendo la opción de renovar contrato. En prestación de servicios en un 12% y temporales en un 2% por que el colaborador se ocupa solo en días estimados.



Tabla 31. ¿Pagan seguridad social a los colaboradores?

31. ¿PAGAN SEGURIDAD SOCIAL A LOS COLABORADORES?		
SI	70	35%
NO	131	65%
TOTAL	201	100%

Grafica 31. ¿Pagan seguridad social a los colaboradores?



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** Una problemática es que un 65% de las empresas del municipio de Agua de Dios no pagan seguridad social a los trabajadores, esto a causa de que hay mucha mano de obra, y trabajan por días pactados, e igualmente ven a un aliado el gobierno que los subsidia y esto genera un gasto menos.

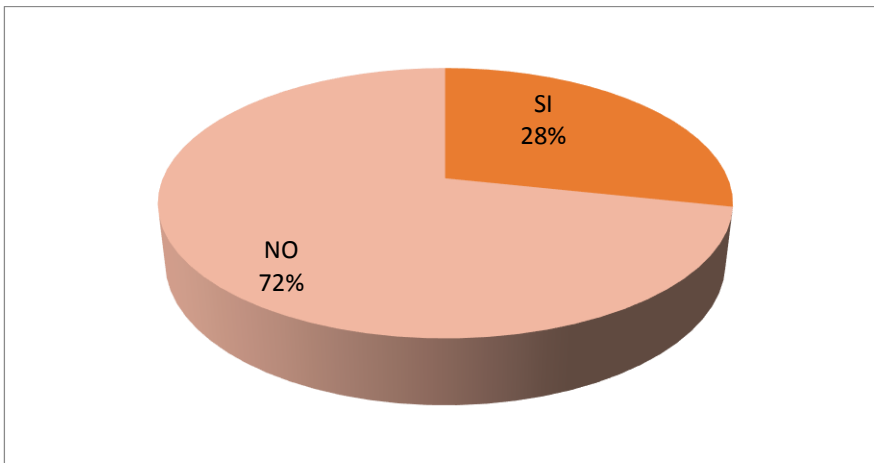
Solo un 35% obtiene el beneficio debido a que son empresas con posicionamiento donde brindan una mejor calidad de vida a sus colaboradores.



Tabla 32. ¿Brindan beneficios salariales a los colaboradores?

32. ¿BRINDAN BENEFICIOS SALARIALES A LOS COLABORADORES?		
SI	57	28%
NO	144	72%
TOTAL	201	100%

Grafica 32. ¿Brindan beneficios salariales a los colaboradores?



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** Solo un 28% de las MIPYMES encuestadas en el municipio de Agua de Dios brindan beneficios salariales, que permite atraer, motivar y retener, llegando a caracterizar como una estrategia para el buen clima organizacional, calidad apropiada y el interés de continuar en las empresas logrando satisfacer las necesidades del colaborador, llegando a un equilibrio.

Son cada vez más las compañías que entran en la tendencia de establecer beneficios salariales para incentivar y lograr cambios en comportamientos de personas que conforman en equipo de trabajo obteniendo resultados mejores en las empresas

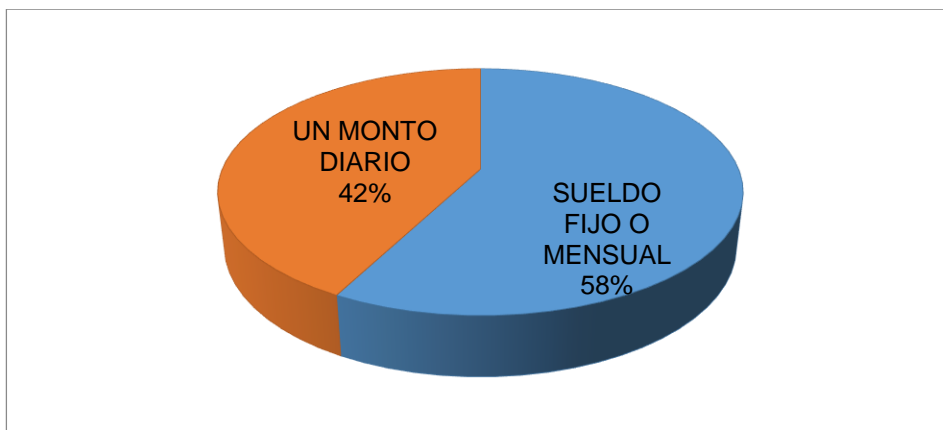
Un 72% no ofrecen estos tipos de beneficios porque no tiene conocimiento de la gran importancia de tener a los colaboradores con las mejores actitudes.



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

33. ¿QUÉ MECANISMO UTILIZAN PARA ASIGNAR LOS INGRESOS MENSUALES?		
SUELDO FIJO O MENSUAL	116	58%
UN MONTO DIARIO	85	42%
SUELDO SEGÚN LAS NECESIDADES	0	0%
PORCENTAJE DIARIO	0	0%
TOTAL	201	100%

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



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** Se observa un 58% de las empresas del municipio de Agua de Dios manejan un tipo de sueldo fijo o mensual donde pactan por el trabajo realizado sin comisión alguna, para así poder administrar un poco mejor los gastos de la empresa.

Pero también un 42% pagan diariamente, esto se debe a que no hay un contrato fijo, si no se trabaja por días.





Tabla 34. ¿Las condiciones ambientales laborales son?

34. ¿LAS CONDICIONES AMBIENTALES LABORALES SON?		
EXCELENTE	2	1%
BUENAS	199	99%
REGULAR	0	0%
DEFICIENTE	0	0%
TOTAL	201	100%

Grafica 34. ¿Las condiciones ambientales laborales son?



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** En cuanto a las condiciones ambientales un 99% son buenas, aunque a algunos de los colaboradores no se les paga lo de ley, ni les brindan incentivos, asegurando que trabajan en un ambiente motivador.

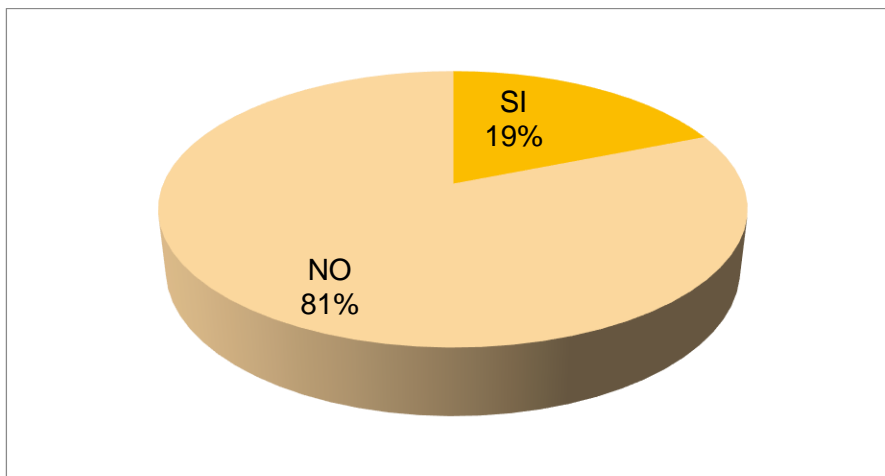
Excelente 1% de los encuestados refiriéndose que brindan prioridad al colaborador, cumpliendo lo de ley, donde se trabaja de manera flexible logrando un equilibrio entre el trabajo y la vida personal.



Tabla 35. ¿Brindan capacitaciones a los colaboradores?

35. ¿BRINDAN CAPACITACIONES A LOS COLABORADORES?		
SI	38	19%
NO	163	81%
TOTAL	201	100%

Grafica 35. ¿Brindan capacitaciones a los colaboradores?



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** En el municipio de Agua de Dios no brindan capacitaciones a los trabajadores en un 81% no ven la necesidad y un 19% quienes si las brindan mejorando para su crecimiento. Esto es una problemática debido a que las capacitaciones ayudan a enfrentar los nuevos desafíos del mercado actual, además es clave para el empleado, ello implica un desarrollo en el aprendizaje de nuevas formas de trabajo y un mayor rendimiento en sus tareas, es importante que los colaboradores tengan la oportunidad de aprender durante toda su vida laboral, deben estar en permanente aprendizaje por los requerimientos y desafíos constantes que plantea el trabajo.

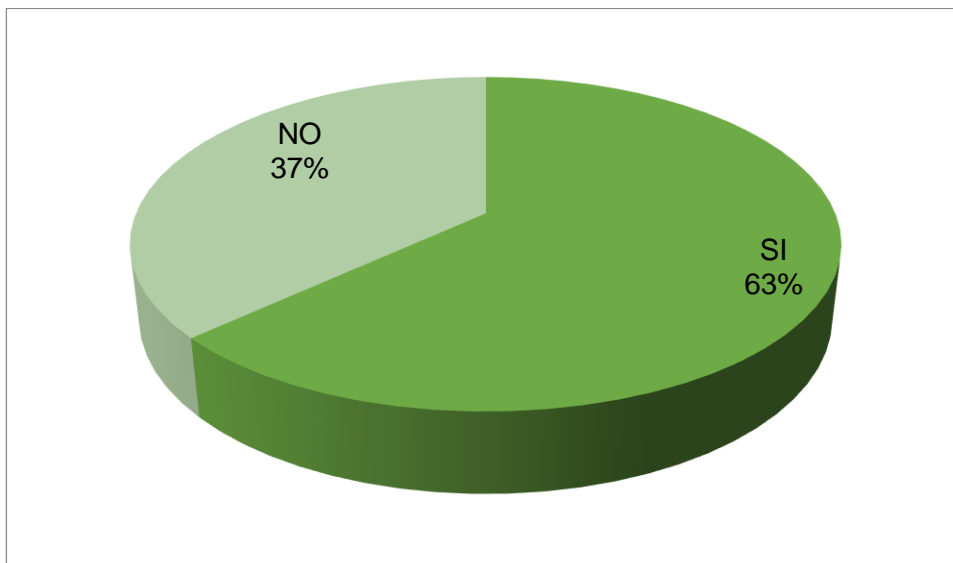
Hoy en día ya no es una opción, es una necesidad concreta en la situación actual del mundo laboral para que los colaboradores mejoren su competitividad y productividad.



Tabla 36. ¿Tiene base de datos de proveedores?

36. ¿TIENEN BASE DE DATOS DE PROVEEDORES?		
SI	127	63%
NO	74	37%
TOTAL	201	100%

Grafica 36. ¿Tiene base de datos de proveedores?



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** Se observa que un 63% manejan base de datos de los proveedores ya que estos son comercializadores y están atentos al momento de faltar algún producto básico, manejando unos proveedores de excelente calidad y reconocidos, es por esa razón que tienen una relación establecida y clara.

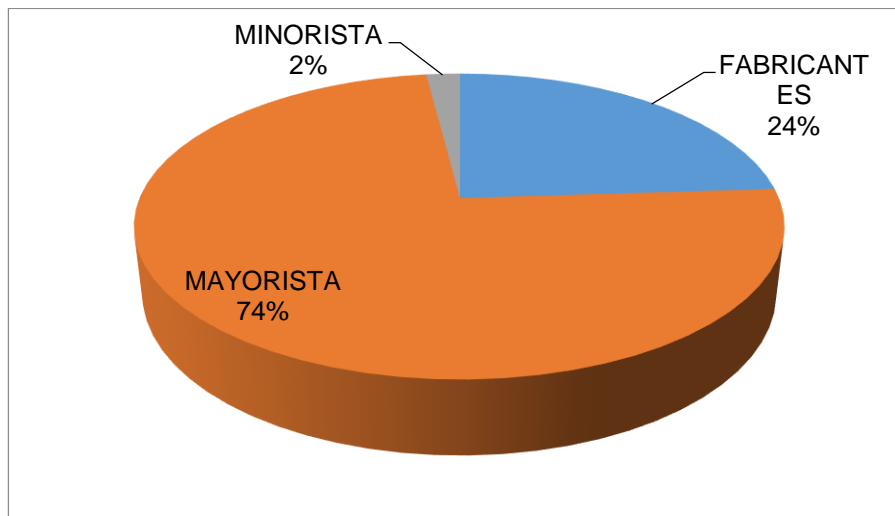
El 37% que no manejan base de datos es por que viajan hasta las fábricas para traer los productos a ofrecer, y no ven la necesidad de tenerla.



Tabla 37. Los proveedores son

37. LOS PROVEEDORES SON		
FABRICANTES	48	24%
MAYORISTA	148	74%
MINORISTA	4	2%
CADENAS		
OTROS		
TOTAL	200	100%

Grafica 37. Los proveedores son



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** Las MIPYMES del municipio de Agua de Dios en su mayoría los proveedores son mayoristas con un 74% son más eficientes al momento de atención a los minoristas, además los minorista no se deben desplazar a ningún lado porque los mayoristas son especializados en el manejo de grandes volúmenes y manejan un control de crédito a sus clientes.

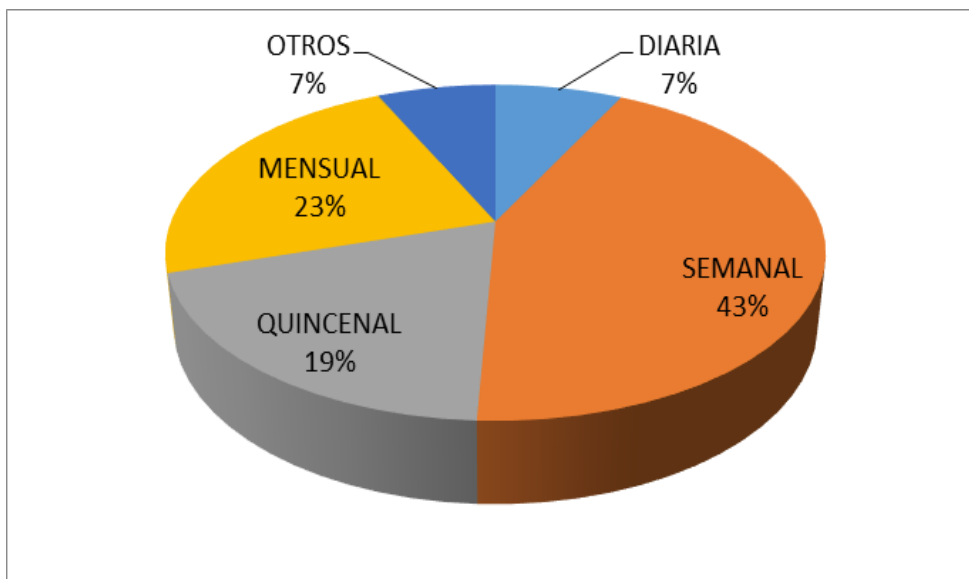
En un 24% sus proveedores son fabricantes, muchos de ellos prefieren viajar para poder comprar sus productos, y un 2% son minoristas porque son empresas nuevas apenas están empezando y compran al detal dependiendo de sus ventas.



Tabla 38. La frecuencia de los pedidos es

38. LA FRECUENCIAS DE LOS PEDIDOS ES		
DIARIA	15	7%
SEMANAL	87	43%
QUINCENAL	39	19%
MENSUAL	46	23%
OTROS	14	7%
TOTAL	201	100%

Grafica 38. La frecuencia de los pedidos es



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** En el municipio de Agua de Dios hay una clara tendencia de realizar pedidos semanalmente debido a que el 43% manifestó que está es la frecuencia con la que se presenta la necesidad de realizar pedidos.

El 23% requiere hacer pedidos mensualmente, el 19% los realiza quincenal y el 7% lo realizan de una manera diaria u otras.

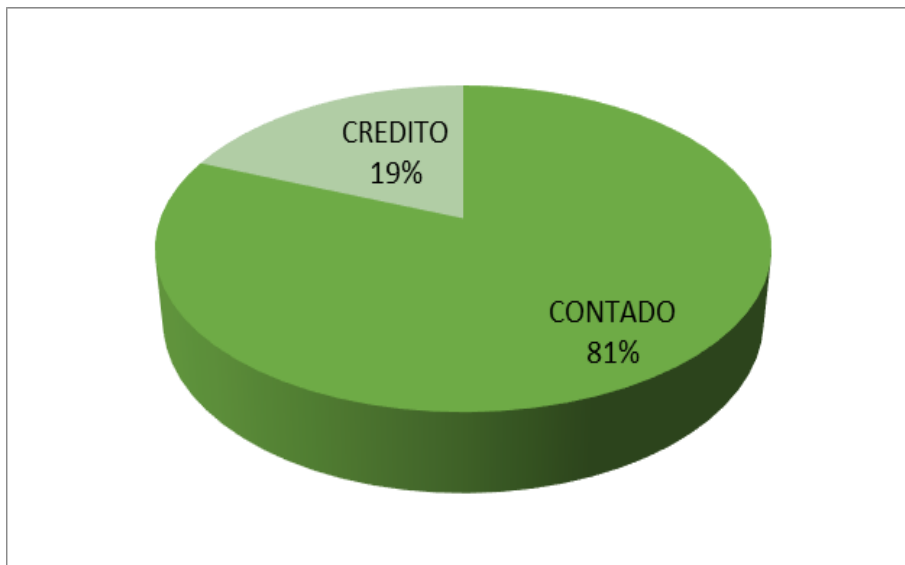
Podemos decir que la mayoría de establecimientos mueven sus productos y servicios en un periodo corto.



Tabla 39. La forma de pago de las compras es

39. LA FORMA DE PAGO DE LAS COMPRAS ES		
CONTADO	163	81%
CREDITO	38	19%
TOTAL	201	100%

Grafica 39. La forma de pago de las compras es



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** Las famiempresas y MIPYMES del municipio de Agua de Dios, el 81% cuentan con una liquidez en sus bolsillos porque poseen un capital suficiente para realizar el pago de sus compras de contado.

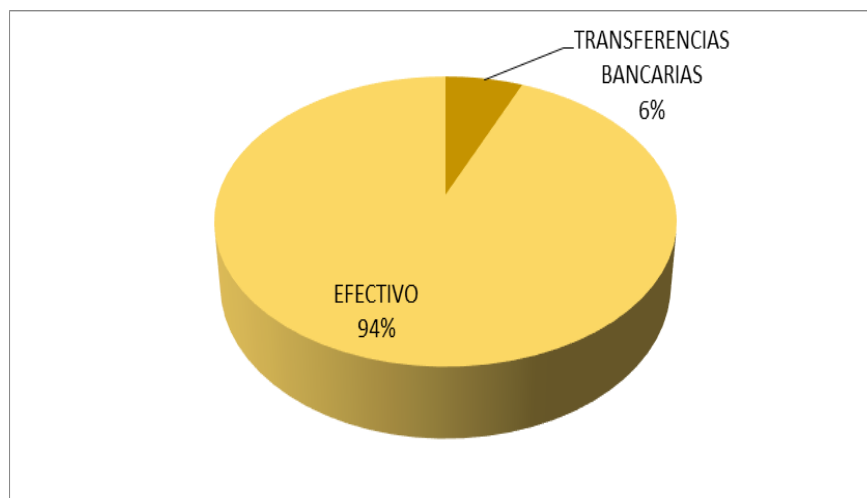
Tan solo el 19% realizan compras sin niveles de liquidez porque realizan el pago de sus compras a crédito.



Tabla 40. El producto financiero más usado en las compras es

40. EL PRODUCTO FINANCIERO MÁS USADO EN LAS COMPRAS ES		
TRANSFERENCIAS BANCARIAS	13	6%
CHEQUERA	0	0%
TARJETAS	0	0%
EFFECTIVO	188	94%
TOTAL	201	100%

Grafica 40. El producto financiero más usado en las compras es



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** En el municipio de Agua de Dios, el 94% es decir la mayoría de las MIPYMES y famiempresas, emplean el efectivo como producto financiero que más utilizan al momento de realizar sus compras. Esto se debe a que es el mecanismo más fácil y viable que pueden emplear las organizaciones para efectuar sus respectivas compras.

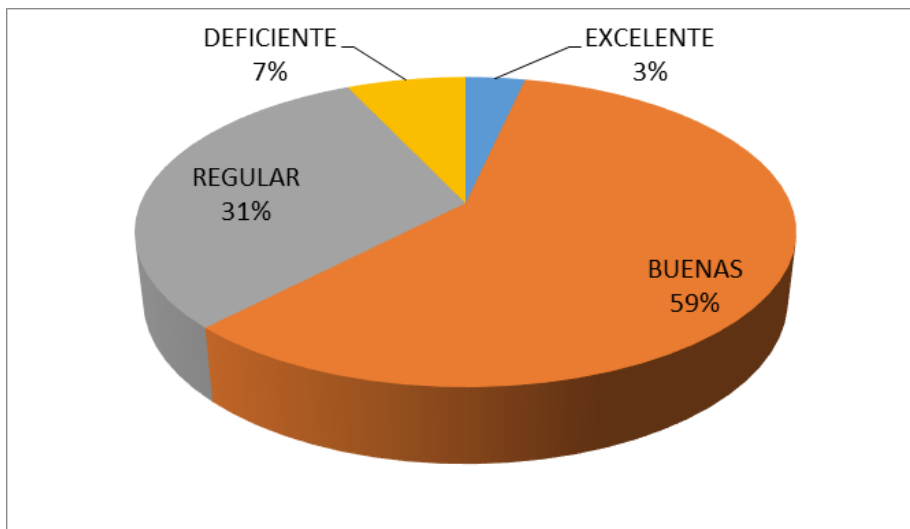
Son pocos los establecimientos que efectúan transferencias bancarias, tan solo el 6% de los establecimientos encuestados.



Tabla 41. La empresa cuenta con capacidad de endeudamiento

41. LA EMPRESA CUENTA CON CAPACIDAD DE ENDEUDAMIENTO		
EXCELENTE	7	3%
BUENAS	118	59%
REGULAR	62	31%
DEFICIENTE	14	7%
TOTAL	201	100%

Grafica 41. La empresa cuenta con capacidad de endeudamiento



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** En la libertad financiera de las MIPYMES y famiempresas del municipio de agua de Dios, se encuentra que solo el 7% posee una capacidad de endeudamiento deficiente, por ende se puede decir que la mayoría de establecimientos cuenta con capacidad de endeudamiento en donde tan solo el 3% posee excelentes, el 31% posee capacidades regulares y el 59% posee buenas capacidades para endeudarse. Podemos decir que los establecimientos generan ingresos suficientes para poder responder a compromisos financieros de una manera puntual.

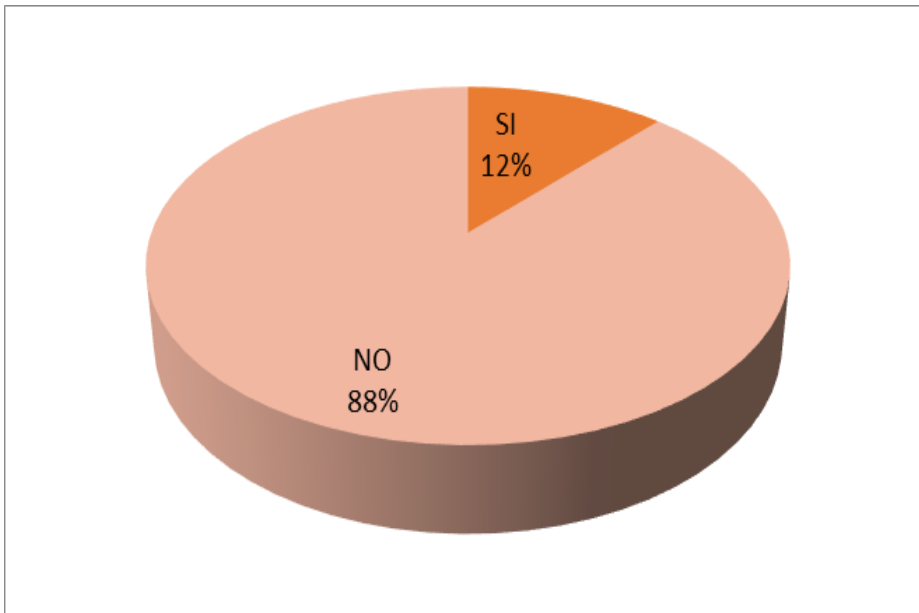




Tabla 42. Tiene base de datos de los clientes

42. TIENEN BASE DE DATOS DE CLIENTES		
SI	24	12%
NO	177	88%
TOTAL	201	100%

Grafica 42. Tiene base de datos de los clientes



Fuente: Investigadoras.

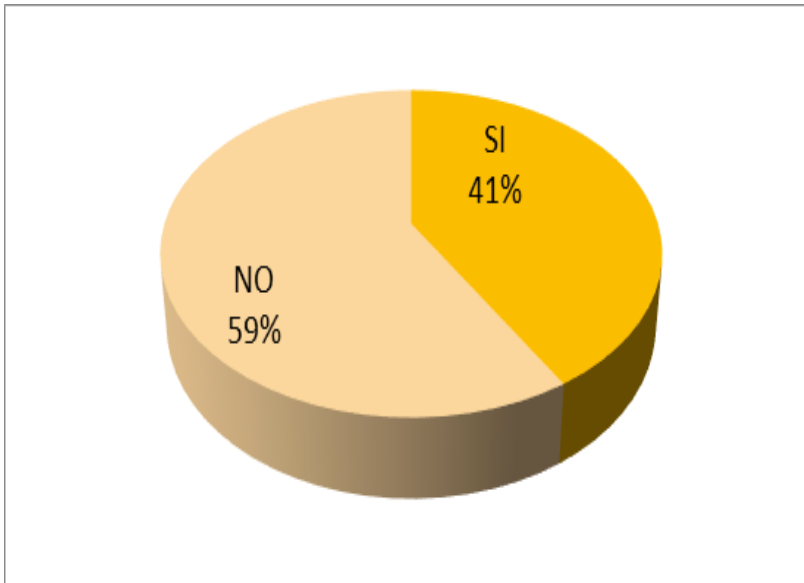
**Análisis:** la mayoría de establecimientos en el municipio de Agua de Dios son pequeños, por ende el 88% de los encuestados manifestó que no poseen base de datos de sus clientes debido a que no lo consideran de vital importancia. Tan solo el 12% si llevan base de datos de sus clientes.



Tabla 43. ¿Maneja algún tipo de actividad de mercadeo?

43. ¿MANEJAN ALGUN TIPO DE MERCADEO?		
SI	83	41%
NO	118	59%
TOTAL	201	100%

Grafica 43. ¿Maneja algún tipo de actividad de mercadeo?



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** Uno de los principales objetivos del mercadeo es interesar a la gente sobre lo que el negocio tiene para ofrecer, en donde incluye la promoción, distribución y estrategia de precios aplicada a un producto o servicio. Y tan solo el 41% de los establecimientos encuestados manejan algún tipo de mercadeo.

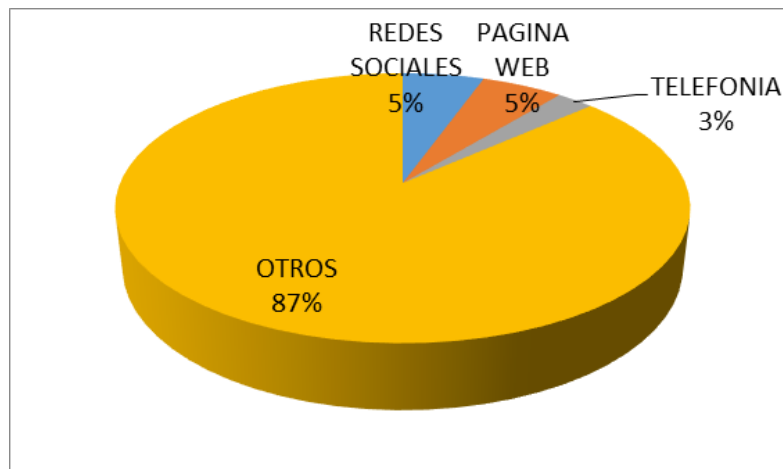
El 59% de las MIPYMES y famiempresas encuestadas en el municipio de Agua de Dios, no emplean ningún tipo de mercadeo. Es esta una de las razones por las cuales el mercado no crece y se mantiene estable.



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

44. ¿QUÉ MECANISMO ES EL MÁS UTILIZADO PARA COMUNICARSE CON LOS CLIENTES?		
CORREO ELECTRONICO	0	0%
REDES SOCIALES	11	5%
PAGINA WEB	11	5%
TELEFONIA	5	2%
OTROS	174	87%
TOTAL	201	100%

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



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** En el municipio de Agua de Dios, solo el 3% de los establecimientos utiliza telefonía y el 5% utilizan redes sociales y página web como mecanismo para comunicarse con sus clientes.

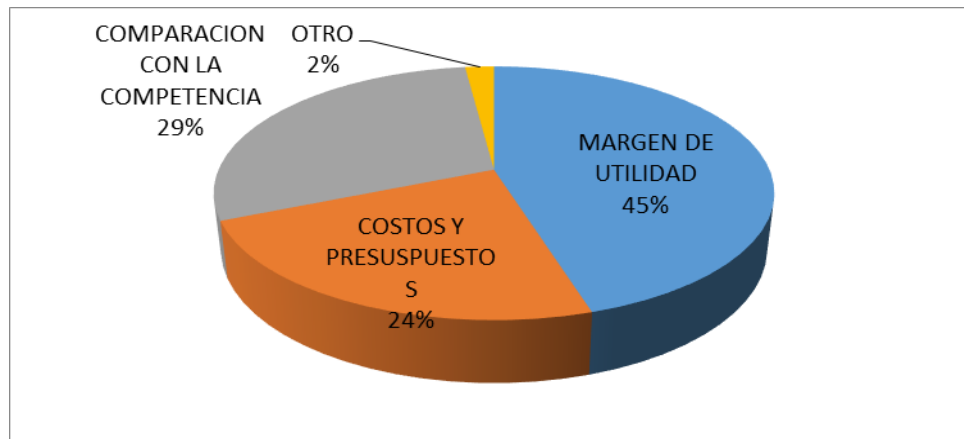
A diferencia el 87% emplean otros mecanismos para comunicarse con los clientes. Según manifestación de los encuestados prefieren utilizar mecanismos más fáciles y prácticos como por ejemplo por medio de volantes, acuña en emisora local, voz a voz, entre otros.



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

45. ¿QUE MECANISMOS UTILIZAN PARA DETERMINAR LOS PRECIOS DE VENTA AL PUBLICO		
MARGEN DE UTILIDAD	91	45%
COSTOS Y PRESUPUESTOS	47	23%
COMPARACION CON LA COMPETENCIA	59	29%
OTRO	4	2%
TOTAL	201	100%

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



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** En el municipio de Agua de Dios, el 45% de los establecimientos encuestados deciden determinar los precios de venta al público empleando el mecanismo de margen de utilidad debido a que está es la manera más fácil y práctica de determinar precios.

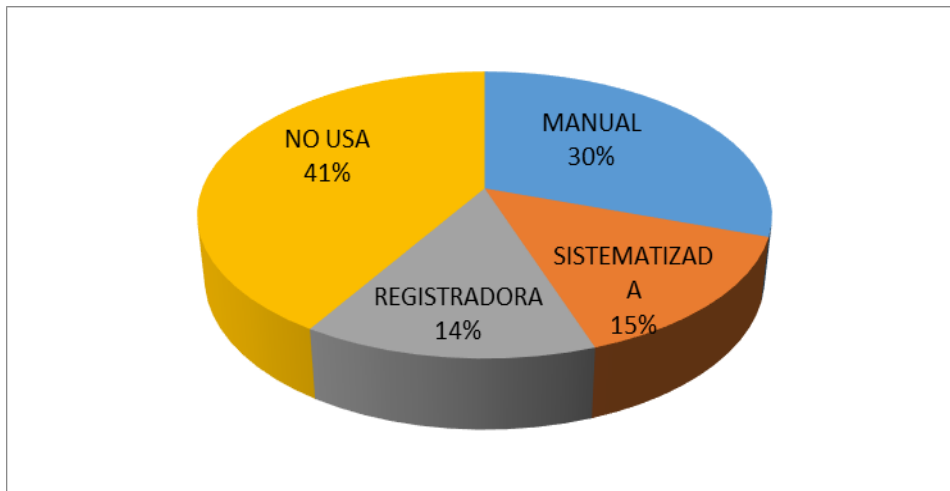
El 29% realizan una comparación con la competencia, el 24% elaboran costos y presupuestos y solo el 2% determina los precios de venta al público por otro mecanismo.



Tabla 46. ¿Qué sistema de facturación utilizan?

46. ¿QUÉ SISTEMA DE FACTURACION UTILIZAN?		
MANUAL	61	30%
SISTEMATIZADA	29	14%
REGISTRADORA	28	14%
NO USA	83	41%
TOTAL	201	100%

Grafica 46. ¿Qué sistema de facturación utiliza?



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** las famiempresas y MIPYMES del municipio de Agua de Dios, al ser pequeños establecimientos, tan solo el 14% de los establecimientos emplean el sistema de registradora para realizar su facturación y el 15% la elabora de una manera sistematizada.

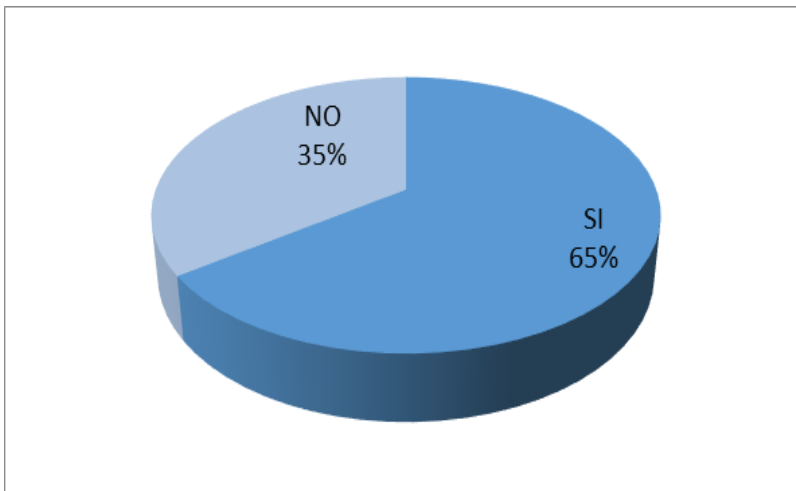
Por ende, tienden a emplear la facturación de una manera básica y fácil como lo manifestaron el 30% de los encuestados que facturan de una manera manual o en su defecto el 41% prefiere no usar facturación.



Tabla 47. ¿Lleva control de inventarios?

47. ¿LLEVA CONTROL DE INVENTARIOS?		
SI	131	65%
NO	70	35%
TOTAL	201	100%

Grafica 47. ¿Lleva control de inventarios?



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** En el municipio de Agua de Dios, las MIPYMES y famiempresas al ser pequeños establecimientos, tan solo 35% no lleva control de inventarios y el 65% sí lleva control de inventarios.

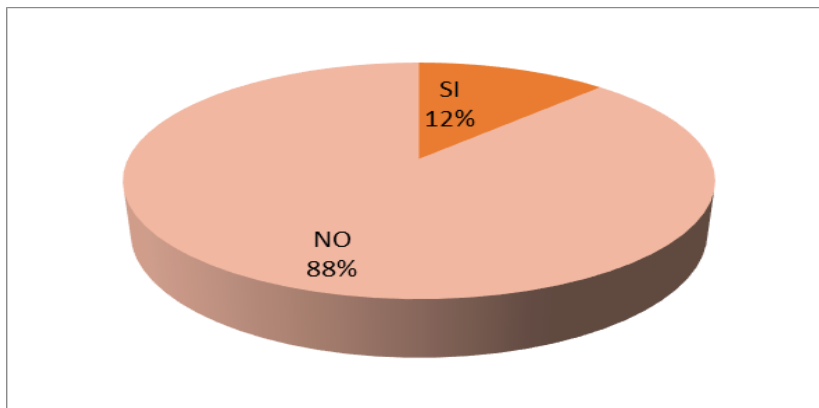
El llevar una base de datos de la mercancía que se poseen, ayuda a proveer a los establecimientos de mercancías necesarias para poder continuar con su funcionamiento dentro del mercado, debido a que del inventario depende el proveer y distribuir adecuadamente lo que se tiene, colocándolo a disposición en el momento indicado.



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

48. ¿HAN RECIBIDO RECIENTEMENTE CAPACITACIONES PARA ACTUALIZAR Y DESARROLLAR HABILIDADES EN PROCESOS ADMINISTRATIVOS, LEGALES, COMERCIALES Y/O OPERACIONALES?		
SI	25	12%
NO	176	88%
TOTAL	201	100%

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



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** Tan solo el 21% de las MIPYMES y famiempresas del municipio de Agua de Dios, han recibido capacitaciones para actualizar y desarrollar habilidades en los diferentes procesos presentes de cada organización.

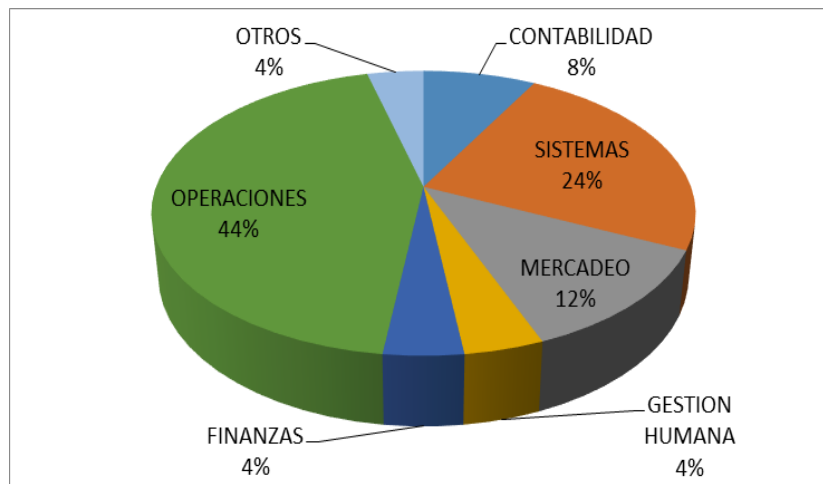
Por ende el 88%, es decir la mayoría, requiere la implementación de capacitaciones para que se les proporcione conocimientos y destrezas que ayuden a un mejor manejo y control de sus empresas, y así se pueda generar un desarrollo económico para las organizaciones y el municipio en general.



Tabla 49. ¿En qué área?

49. ¿EN QUE AREA?		
CONTABILIDAD	2	8%
SISTEMAS	6	24%
MERCADEO	3	12%
GESTION HUMANA	1	4%
FINANZAS	1	4%
OPERACIONES	11	44%
OTROS	1	4%
TOTAL	25	100%

Grafica 49. ¿En qué área?



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** Las famiempresas y MIPYMES del municipio de Agua de Dios que sí implementan capacitación en la organización, el 44% lo realiza en el área de operaciones, el 27% en el área de sistemas y el 12% en el área de mercadeo debido a que consideran que son estos los sectores de vital importancia presentes en la organización.

Debido a que en su mayoría son establecimientos pequeños, con poco personal y una contabilidad básica, tan solo el 4% de las organizaciones se dedican a fortalecer y capacitar el sector de finanzas, gestión humana y otros sectores presentes en la organización. El 8% implementa capacitaciones en el sector contable

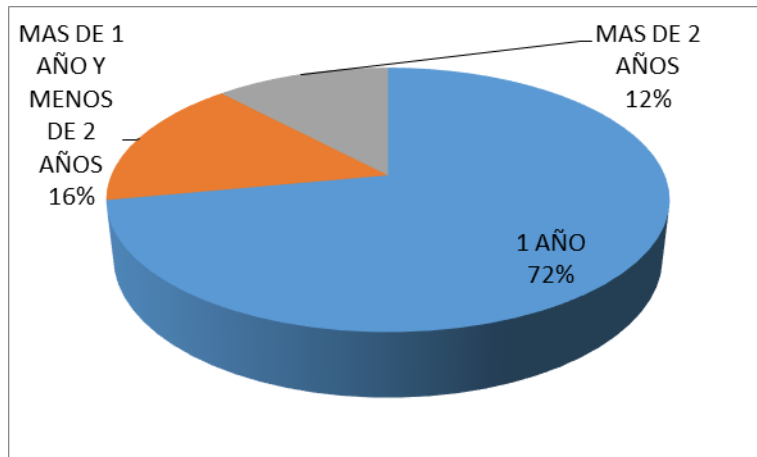




Tabla 50. ¿Cuándo fue la última vez que recibieron capacitaciones?

50. ¿CUÁNDO FUE LA ÚLTIMA VEZ QUE RECIBIERON CAPACITACIONES?		
1 AÑO	18	72%
MÁS DE 1 AÑO Y MENOS DE 2 AÑOS	4	16%
MÁS DE 2 AÑOS	3	12%
TOTAL	25	100%

Grafica 50. ¿Cuándo fue la última vez que recibieron capacitaciones?



Fuente: Investigadoras.

**Análisis:** La capacitación nace para suplir la necesidad que tienen las organizaciones de poseer un personal calificado y productivo, con el fin de mejorar el rendimiento productivo. Las organizaciones que implementaron capacitación en el sector interno de la organización, el 72% lo realizaron recientemente es decir menos de un año. Tan solo el 16% lo realizó hace más de un año y el 12% hace más de dos años.

Así que mejorar los conocimientos y competencias de quienes integran una empresa es importante porque es a través de las personas, de sus ideas, de sus proyectos, de sus habilidades y de su trabajo, como se desarrollan las organizaciones.



## **8. CAPITULO II. DIAGNOSTICO EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES DE CADA SECTOR**

### **8.1 ANÁLISIS SITUACIONAL Y SOCIOECONÓMICO DEL MUNICIPIO DE AGUA DE DIOS**

Agua de Dios es un municipio en proceso de desarrollo, en el trabajo de campo pudimos visualizar que sus calles en su mayoría se encuentran pavimentadas, posee un intercambio comercial importante en el cual está conformado por el sector urbano y rural del municipio.

El municipio de Agua de Dios posee un variado y amplio comercio, supermercados potenciales como surtimax, su economía, los cuales abastecen pequeñas tiendas y consumidores minoristas en general, entidades bancarias como banco agrario y banco popular, cinco graneros, aproximadamente 50 almacenes de ropa, cabinas telefónicas y otras empresas de comunicación, servicios profesionales de computación, tiendas, salsamentarías, expendidos de carnes, panaderías, restaurantes, asaderos, droguerías, bares, licoreras, fuentes de soda, tabernas, discotecas, salas de belleza, misceláneas, papelerías, ferreterías, zapaterías, talleres de latonería, ebanisterías, funerarias, ventas ambulantes, comercio informal y el tradicional mercado en su plaza en donde hay mayor flujo de consumidores los días jueves y domingos. Además cuenta con aproximadamente cinco hoteles, un coliseo Amilkar Júdex, un estadio de fútbol “Plaza Colombia”, plaza de toros, laboratorios clínicos, consultorios dentales, hospital, instituto de salud, centro de salud, piscinas y sitios de recreación.

Cuenta con un parque automotor el cual ofrece el servicio público intermunicipal a los municipios de Nilo, Tocaima, Girardot y Bogotá mediante la empresa “Cooveracruz Ltda.” que es la empresa más representativa de Agua de Dios y una foránea, la “Coontrafusa” la cual brinda el servicio diario a la capital de país. El servicio de transporte rural y urbano es prestado de manera informal por propietarios de vehículos particulares del municipio.

A parte de sitios religiosos, históricos y culturales, el municipio de Agua de Dios cuenta con diferentes atractivos turísticos, entre los cuales se destacan el cerro de la cruz, el balneario de los chorros y su diversidad de pozos tradicionales, sus parques Simón Bolívar, Luis a Calvo, el de los periodistas, el carrasquilla y la casona sede de la alcaldía municipal el cual actualmente está en proceso de remodelación, entre otros sitios.



El municipio también posee diferentes servicios oficiales como la Oficina de Registro e Instrumentos Públicos, la Notaria, el Juzgado Promiscuo Municipal y el sanatorio de Agua de Dios ubicado en el edificio Carrasquilla.

Agua de Dios, debido a su ubicación geográfica, se encuentra en un epicentro del triángulo turístico más importante de este sector del país Girardot, Melgar y Tocaima, el municipio es denominado “la ciudad de la esperanza” está pasando por una época de comercialización e industria local.

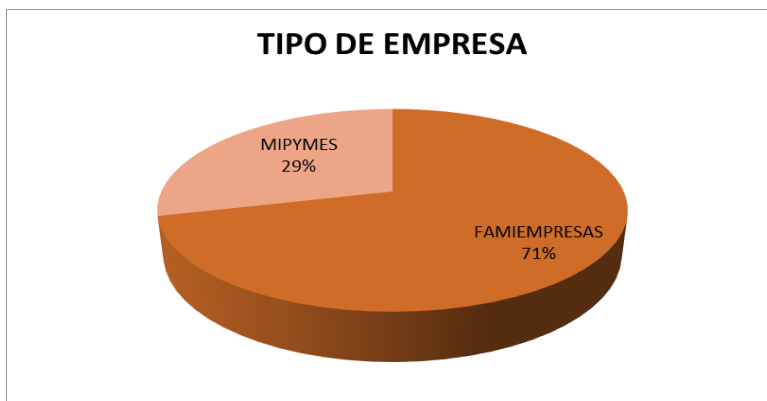
Según datos de la secretaria de hacienda de Agua de Dios, teniendo en cuenta los informes registrados en Industria y Comercio, se encuentran 420 establecimientos que se encuentran registrados, entre los cuales lo componen diferentes sectores económicos.

El diagnostico empresarial de famiempresas y MIPYMES del municipio de Agua de Dios resaltan el mayor nivel económico se encuentra en el sector comercial. También se estableció que la mayoría de establecimientos son famiempresas.

Tabla 51. Tipo de empresa.

TIPO DE EMPRESA	
FAMIEMPRESAS	143
MIPYMES	58
TOTAL	201

Grafica 51. Tipo de empresa.



Fuente: Investigadoras.



## 8.2. MATRIZ D.O.F.A

Se elaborara un análisis de los sectores con mayor influencia en el municipio de Agua de Dios.

### TIPO DE METODO APLICADO

#### Método morfológico

El “Análisis Morfológico” es un método analítico-combinatorio creado en 1969 por Fritz Zwicky, astrónomo del California Institute of Technology (Caltech).

Su objetivo es resolver problemas mediante el análisis de las partes que lo componen. Se basa en la concepción que cualquier objeto de nuestro pensamiento, está compuesto o integrado por un cierto número de elementos y en la consideración que estos tienen identidad propia y pueden ser aislados. Por tanto, parte de una lista de atributos para generar nuevas posibilidades, los atributos pueden referirse a partes físicas, procesos, funciones, aspectos estéticos, entre otros. Es conveniente seleccionar los atributos relevantes.

Dentro de este orden de ideas, al análisis morfológico le concierne el desarrollo de aplicaciones prácticas, que nos permiten descubrir y analizar lo estructural o interrelaciones morfológicas entre fenómenos, objetos o conceptos, para así usar los resultados obtenidos en la construcción de nuevos sistemas.

El análisis morfológico es un método analítico-combinatorio que explora de manera sistemática los futuros posibles a partir del estudio de todas las combinaciones resultantes de la descomposición de un sistema. Porque consiste en descomponerlo en subsistemas o partes más importantes. La decisión de qué partes estudiar es quizás la más importante, ya que demasiadas piezas hacen difícil la integración global del sistema o la visión del conjunto. Además, permite explorar la estructura y funciones de un sistema u organización, y facilita el proceso de creación de nuevos procedimientos y productos.

El método tiene tres etapas claramente diferenciadas la cuales son el análisis, la combinación y la búsqueda morfológica. El análisis morfológico trata de explorar de manera sistemática los futuros posibles a partir del estudio de todas las combinaciones resultantes de la descomposición de un sistema.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Planificación General – Metodo Morfológico –Junio 10 de 2010 -Pág. 3



Tabla 52. Análisis de vulnerabilidad Dofa del sector industrial.

<b>Análisis de vulnerabilidad Dofa Sector Industrial</b>	
<b>Debilidades</b>	<b>Oportunidades</b>
Baja capacidad de innovación en proyectos	Territorio amplio para construcción
Escasez de suelo industrial cualificado	Subsidios del Estado
Especialización productiva en actividades tradicionales	Elaboración de productos innovadores
Poca Inversión (extranjera y Nacional)	Vías de acceso en buen estado
Falta de cobertura del Sector Financiero	Apoyo para educación brindado por entidades como el SENA
Desequilibrio entre oferta y demanda de suelo industrial	Clientes Potenciales
<b>Fortalezas</b>	<b>Amenazas</b>
Existencia de sistemas productivos locales	Servicios Públicos Altos
Diversificación sectorial	Baja Capacidad de Liderazgo para la apertura económica
Sistemas de comunicación eficientes	Comercio Informal
Incentivos en Impuestos del municipio	Falta de Iniciativa empresarial
Apoyo económico del Estado	Fuertes sequias que ponen en riesgo los cultivos del municipio
Turismo	Incremento en impuesto de Industria y Comercio

Fuente: Investigadoras

## **CONCLUSIONES DE LA MATRIZ DOFA SECTOR INDUSTRIAL**

### **Debilidades/ Oportunidades**

La baja capacidad de innovación en proyectos se puede mejorar mediante la creación de estrategias que creen una cultura innovadora para que con estos elaboren proyectos, la escasez en suelo industrial cualificado se puede cambiar implementando estrategias de capacitación por medio de institutos de educación o el SENA y aprovechando el territorio amplio con el que se cuenta para realizar construcciones industriales.



La poca inversión (extranjera y nacional), el desequilibrio entre oferta y demanda de suelo industrial, se puede cambiar desarrollando planes para reducir los impuestos en el municipio, atrayendo posibles clientes potenciales para el mercado.

### **Debilidades / Amenazas**

Los servicios públicos altos y el Incremento en impuesto de Industria y Comercio, ocasionan un desequilibrio entre oferta y demanda de suelo industrial, es necesario implementar estrategias las cuales corroboren a la baja del costo de los servicios públicos.

La capacidad de innovación en proyectos es escasa por la falta de Iniciativa empresarial que fortalezcan el espíritu innovador, además se debe a la falta de desarrollo tecnológico industrial el cual genere nuevas fuentes de empleo.

### **Fortalezas /Oportunidades**

La existencia de sistemas productivos locales ayuda a que se haga un aprovechamiento del territorio amplio con el que se cuenta para elaborar construcciones. Los sistemas de comunicación eficientes y las vías de acceso en buen estado juegan un papel importante debido a que acortan distancias, facilita la comunicación y permitirá elaborar acuerdos de una manera más fácil en cualquier momento.

Sin duda alguna el municipio de Agua de Dios es visitado por muchos turistas lo cual ayuda a la proyección para la elaboración de productos innovadores.

### **Fortalezas / Amenazas**

Existencia de sistemas productivos locales puede ser afectada por los servicios públicos altos porque amenaza el sostenimiento de la poca industria existente en el municipio.

El apoyo económico del estado puede ser amenazado por la falta de Iniciativa empresarial debido que el apoyo podría cambiar su verdadero rumbo y ser implementado en otras actividades.



Tabla 53. Análisis de vulnerabilidad Dofa del sector de servicios.

<b>Análisis de vulnerabilidad Dofa Sector de Servicios</b>	
<b>Debilidades</b>	<b>Oportunidades</b>
Personal con perfil Ocupacional	Vías de acceso en buen estado
Planificación estratégica	Turismo
Pocos Recursos tecnológicos	Expansión del Mercado
Capital de trabajo	Alianzas estratégicas
<b>Fortalezas</b>	<b>Amenazas</b>
Servicio de Atención al cliente	Liderazgo
Fuerza de Trabajo	Políticas del Estado
Demanda Potencial	Falta de presencia de entidades promotoras de salud
Prestación de servicio Hospitalarios y de salud para enfermos de Lepra	Ofertas de empleo
visitantes de otros municipios al hospital	

Fuente: Investigadoras.

## **CONCLUSIONES DE LA MATRIZ DOFA SECTOR DE SERVICIOS**

### **Debilidades/ Oportunidades**

El personal con perfil ocupacional para ejercer eficientemente un puesto de trabajo en el municipio de Agua de Dios es bajo debido a que en su mayoría los habitantes ven mejor oferta laboral en otros municipios y prefieren ejercer su profesión en entidades externas, esto se puede mejorar empleando alianzas estratégicas con entidades existentes en el municipio y que estén mejoren las ofertas laborales que brindan.

El capital de trabajo y los recursos tecnológicos pueden mejorar si se realiza una expansión del mercado para las empresas prestadoras de servicios. La planificación estratégica se mejora con la creación de alianzas estratégicas que mejoren, fortalezcan y generen crecimiento en empresas de este sector.



### **Debilidades / Amenazas**

El capital de trabajo posiblemente se ve amenazado por políticas del estado y la falta de presencia de entidades promotoras de salud porque esto hace que la oferta laboral sea escasa y restringida.

La planificación estratégica y los recursos tecnológicos son afectados por la falta de liderazgo el cual se encarga de promover e implementar estrategias para ejercer la labor de las distintas entidades que brindan servicios.

### **Fortalezas / Oportunidades**

Sin duda alguna el servicio de atención al cliente es un factor de vital importancia para las entidades prestadoras de servicios porque por medio de esta los turistas quedan satisfechos y esa satisfacción hace que regresen y vuelvan a comprar, y muy probablemente recomiende la entidad.

Teniendo en cuenta la demanda potencial en el sector de servicios que posee el municipio y en la región, esto puede contribuir a la expansión del mercado.

### **Fortalezas / Amenazas**

El servicio al cliente se puede ver amenazado por la falta de liderazgo porque si no hay una persona encargada de promover y supervisar que se lleve una buena atención al cliente está por defecto disminuiría y empeoraría la prestación de cualquier servicio.

La fuerza de trabajo y la demanda potencial se ve afectada por la limitada y escasas de ofertas de empleo las cuales aprovechen las habilidades existentes en el mercado laboral.

La visita de otros municipios al hospital se ve amenazada por la falta de presencia de entidades promotoras de salud las cuales contribuyan a una mejor prestación de servicios y una amplia cobertura para toda la demanda.





Tabla 54. Análisis de vulnerabilidad Dofa del sector de comercial.

<b>Análisis de vulnerabilidad Dofa Sector Comercial</b>	
<b>Debilidades</b>	<b>Oportunidades</b>
<p>Poca Inversión (extranjera y Nacional)</p> <p>Infraestructura</p> <p>Pequeña dimensión del establecimiento</p> <p>Importancia del establecimiento comercial de corte tradicional (empresario individual, escaso nivel de preparación empresarial, carácter familiar de la explotación, etc.)</p> <p>Bajo nivel tecnológico</p> <p>Excesivo peso del trabajo temporal y a tiempo parcial</p> <p>Minifundismo empresarial</p>	<p>Creciente sensibilización de los problemas del comercio</p> <p>Evolución favorable del consumo familiar</p> <p>Expansión</p> <p>Generación de nuevas oportunidades de negocio impuestas por la existencia de una demanda cada vez más personalizada</p> <p>Participación en el mercado</p> <p>Trabajo</p> <p>Incentivos económicos</p>
<b>Fortalezas</b>	<b>Amenazas</b>
<p>Existencia de algunas ventajas competitivas del comercio tradicional, que le dota de cierta competitividad en algunos segmentos</p> <p>Ubicaciones preferentes ya establecidas (barreras de entrada en localización frente a empresas foráneas)</p> <p>Mercado Potencial</p> <p>Turismo</p>	<p>Introducción de nuevos métodos de compra íntimamente relacionados con el desarrollo tecnológico</p> <p>Políticas de Estado</p> <p>Elevado grado de competencia</p> <p>Bajo perfil profesional</p>

Fuente: Investigadoras.

## **CONCLUSIONES DE LA MATRIZ DOFA SECTOR COMERCIAL**

### **Debilidades/ Oportunidades**

La importancia del establecimiento comercial de corte tradicional se puede mejorar si se realiza una sensibilización de los problemas del comercio y generando oportunidades de negocios impuestas por la existencia de una demanda cada vez más personalizada.



El bajo nivel tecnológico puede cambiar si se generan alianzas estratégicas las cuales mejoren los productos y atraigan una mayor demanda.

La extensión y baja productividad, es decir el minifundismo empresarial, por el que atraviesa el municipio de Agua de Dios se puede mejorar por medio de unos incentivos económicos por parte del estado los cuales ayuden al fortalecimiento y crecimiento empresarial.

### **Debilidades / Amenazas**

Toda infraestructura juega un papel de vital importancia como contribución al desarrollo económico para el municipio de Agua de Dios, por esta razón en los planes estratégicos de los proyectos se debe tener presente las políticas del estado para así evitar inconvenientes en el debido desarrollo de los proyectos.

### **Fortalezas / Oportunidades**

El turismo es una de las principales fuentes económicas del municipio de Agua de Dios, lo cual si se aprovecha de una manera adecuada se puede lograr una expansión para el municipio.

En cuanto a las ubicaciones preferentes ya establecidas en el comercio del municipio ayuda a que los establecimientos tengan una participación en el mercado favorable.

### **Fortalezas / Amenazas**

La existencia de algunas ventajas competitivas del comercio tradicional, que le dota de cierta competitividad en algunos segmentos se puede ver afectada si se introducen nuevos métodos de compra íntimamente relacionados con el desarrollo tecnológico porque es muy posible que estas no se adapten con facilidad a los cambios que la tecnología pueda realizar en el entorno.



### 8.3 PERFIL DE CAPACIDAD INTERNA – PCI

El perfil de capacidad interna es un medio para evaluar las fortalezas y debilidades presentadas en la parte interna de la unidad empresarial en relación con las oportunidades y amenazas que se presentan en el medio externo de la misma. De la misma forma se puede hacer un diagnóstico estratégico involucrando todas las categorías de capacidad que tiene la empresa sobre la que influyen los factores de una forma u otra.

Se agruparon en cinco categorías:

- Capacidad Directiva
- Capacidad Talento Humano
- Capacidad Financiera
- Capacidad Competitiva
- Capacidad tecnológica

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en el proceso de definición y análisis de las debilidades y fortalezas presentes en el municipio de Agua de Dios, permitió un estudio de la capacidad sectorial del mismo en donde se pretende evaluar la situación presente del municipio. Posteriormente se valoraron entre -5 y 5, teniendo en cuenta su incidencia, y aquellas que fueran valoradas en los rangos -3 a -5 y de 3 a 5 se consideraron significativas.

La matriz se elabora con los siguientes pasos

- 1) Se elaboran cuatro columnas distribuyendo la primera para los factores encontrados, la segunda para las fortalezas, la tercera para las debilidades y la cuarta para el impacto.
- 2) Se analizan los factores encontrados
- 3) Se procede a calificar los factores dándolos la escala dependiendo si es fortaleza o debilidad
- 4) Se procede a valorar el impacto que genera la empresa
- 5) Se interpreta y analiza el resultado de la matriz<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> K- Dussan- Planeacion estratégica: Diagnostico estratégico - Pag2



Tabla 55. Perfil de Capacidad Interna - PCI

CAPACIDAD	CALIFICACION	SECTOR	FORTALEZA	DEBILIDAD	IMPACTO			
					CAUSA	EFEECTO		
<b>CAPACIDAD DIRECTIVA</b>								
Planeacion estrategica		Servicios				-3	Nueva formulacion de objetivos	metodos de accion
Baja capacidad de innovaci3n en proyectos		Industrial				-3	Poco interes para poner en marcha el proyecto	Escape de posibles proyectos innovadores
Sistemas de comunicaci3n eficientes		Industrial	3				Cercania a diferentes municipios	Mayor oportunidad en la organizaci3n
Personal con perfil Ocupacional		Servicios				-2	Desplazamiento de mano de obra calificada	satisfacion del cliente
Minifundismo empresarial		Comercial				-1	Economia de escala	sobrepasar ciertos l3mites de dimensiones organizacionales
Fuerza de trabajo		Servicios	1				Bajos incentivos salariales	Sueldo estable
<b>CAPACIDAD DE TALENTO HUMANO</b>								
Mercado Potencial		Comercial	3				Necesidades personales	Identificaci3n por la marca
Excesivo peso del trabajo temporal y a tiempo parcial		Comercial				-3	Poco motivacion por aprender nuevas habilidades	Mal clima organizacional
Servicio de Atenci3n al cliente		Servicios	4				Diferenciacion al competidor	Importancia al cliente
<b>CAPACIDAD FINANCIERA</b>								
Capital de trabajo		Servicios				-2	no hay equilibrio patrimonial	aumentar activos
Poca inversion extranjera		Industrial				-3	no hay eficiencia productiva	generar ventajas competitivas para que halla inversion extranjera
Falta de cobertura del Sector Financiero		Industrial				-4	canalizaci3n de los recursos financieros	inversion para su actividad economica
Apoyo economico del estado		Industrial	2				El bien comun	Mayor ingresos
<b>CAPACIDAD COMPETITIVA</b>								
Baja capacidad de innovaci3n en proyectos		Industrial				-4	Falta de innovacion empresarial	capacitaciones para generar nuevas ideas
Sistemas de comunicaci3n eficientes		Industrial	3				socializar por los diferentes medios de comunicaci3n	mayor conocimiento sobre las mipymes
Pocos Recursos Tecnologicos		Servicios				-2	baja productividad	inversion
Fuerza de trabajo		Servicios				-1	Falta de apoyo	incentivar para que sea mas eficiente
<b>CAPACIDAD TECNOL3GICA</b>								
Turismo		Comercial				5	Conocimiento del municipio	mayor nivel de clientes
Prestaci3n de servicio Hospitalarios y de salud para enfermos de Lepra		Servicios				5	En colombia es el unico hospital que presta este servicio	Aumento de recursos financieros
infraestructura		Comercial				-2	falta de restructuraci3n por el crecimiento del municipio	poco crecimiento interno

Fuente: Investigadoras.



## Resumen del Perfil de Capacidad Interna

Posteriormente se presenta las fortalezas y debilidades que presentan el impacto para el municipio de Agua de Dios teniendo en cuenta la información de la tabla anterior.

Tabla 56. Resumen del perfil de Capacidad Interna

CALIFICACION FACTORES	FORTALEZA	DEBILIDAD
Capacidad Directiva	0,67	-1,5
Capacidad Talento Humano	2,33	-1
Capacidad Financiera	0,5	-2,25
Capacidad Competitiva	0,75	-1,75
Capacidad Tecnológica	3,33	-0,67

Fuente: Investigadoras.

### Análisis perfil de Capacidad Interna

Se observa que los factores de capacidad directiva, capacidad financiera y capacidad tecnológica, tienen una gran cantidad en las debilidades generando un impacto negativo, llegando a ser un objeto de análisis.

- **Capacidad Directiva:**  
Se encuentra en 0,67 de fortaleza con una debilidad de -1,5, indicando que el municipio de Agua de Dios debe implementar herramientas suficientes para sostener en el mercado ya que se es de constante cambio. Aunque las MIPYMES se enfocan directamente en su actividad económica, tiene poco conocimiento sobre el direccionamiento estratégico
- **Capacidad de Talento Humano:**  
Sus fortalezas se ubican en un 2,33 y un -1 de debilidades, mostrando un gran interés por capacitarse logrando mejorar la satisfacción del cliente.
- **Capacidad Financiera**  
Se posee un nivel bajo en 0,5 y -2,25 de debilidad, esto sucede a que las MIPYMES no se animan a recibir asesorías para el mejoramiento, sin embargo el estado invierte para el sostenimiento.



- **Capacidad Competitiva**

Se posiciona en un 0,75 de fortalezas y el -1,75 de debilidad, ya que a tener otro tipo de diferenciación que no solo sea el área de salud, esto lleva a presentar bajo de obra baja dentro del municipio.

- **Capacidad Tecnológica:**

Presenta el 3,33 de sus fortalezas y el -0,67 de debilidades, evidenciando un gran avance en el manejo de la información eficaz debido a los diferentes medios.

#### **8.4 PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO – POAM**

El diagnostico externo se orienta a precisar las oportunidades y amenazas que afectan las capacidades o recursos fundamentales externos con los que se puede apoyar para enfrentar competitivamente en su entorno. Es por esto que se debe encontrar en el medio el “nicho” que se ajuste al producto o servicios que ofrece, especialmente en un entorno que cambia constantemente. Para lograr un análisis confiable se utiliza la herramienta Perfil de Oportunidades y Amenazas en el medio.

Para identificar estos factores se deben clasificar por áreas las cuales son:

- Factor Económico
- Factor Político
- Factor Social
- Factor Tecnológico
- Factor Competitivo
- Factor Geográfico

Para elaborar la Matriz POAM se tiene en cuenta los siguientes pasos:

1. Elaboración de cuatro columnas distribuyendo la primera para los recursos o capacidades y sus variables encontradas a analizar, la segunda para las oportunidades, la tercera para las amenazas y la cuarta para el impacto
2. Se analizan los factores encontrados
3. Se procede a calificar los factores dándolos la escala dependiendo si es fortaleza o debilidad
4. Se procede a valorar el impacto que genera la empresa
5. Se interpreta y analiza el resultado de la matriz POAM<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> <sup>21</sup> K- Dussan- Planeacion estratégica: Diagnostico estratégico - Pag2



Tabla 57. Análisis del de oportunidades y amenazas del medio – POAM

CALIFICACION CAPACIDAD	SECTOR	OPORTUNIDADES				AMENAZAS				IMPACTO	
		CAUSA		EFECTO							
<b>FACTOR ECONOMICO</b>											
Subsidios del Estado	Industrial			4				-3		Inversion para el crecimiento empresarial	mejorar los ingresos
Vías de acceso en buen estado	Industrial			3				-3		Facilidad de acceso	Invesion del estado para el aumento de la economia
Fuertes sequias que poner	Industrial							-1		Poco niveles de canal de llluvias	Perdida de cultivos e inversion
<b>FACTOR POLITICO</b>											
Apoyo para educación brindado por entidades como el SENA	Industrial			3						cercanica del municipio para la capacitacion	Aumento en la mano de obra
Políticas del Estado	Servicios							-1		leyes en contra para beneficios	Poco crecimiento empresarial
<b>FACTOR SOCIAL</b>											
Territorio amplio para construcción	Industrial		2							Manejo de tierras agricuolas para invertir	Crecimiento agricola
Falta de Liderazgo	Servicios							-2		Desorganizacion	descentralizacion interna
Participacion en el mercado	Comercial			3						Mercado regional importante	Economia de escala
Falta de Iniciativa empresarial	Industrial							-1		Falta de capacitacion para emprender	proyectos no realizados
<b>FACTOR TECNOLÓGICO</b>											
Baja Capacidad de Liderazgo para la apertura económica	Industrial							-1		especificacion de objetivos claros	perdida de inversion
Elaboración de productos innovadores	Servicios		2							mano de obra con conocimiento diferente	crecimiento de la organización
<b>FACTOR COMPETITIVO</b>											
Oferas de empleo	Servicios							-1		mano de obra economica	desistenres por seguir capacitandose
Falta de Iniciativa empresarial	Comercial							-2		falta de restructuracion por el crecimiento del municipio	poco crecimiento interno
expansion	Comercial		2							implementar en los diferentes municipios aledaños	transformacion en el comercio alterno
<b>FACTOR GEOGRAFICO</b>											
Territorio amplio para construcción	Industrial		2							Terrenos en buen estado para construccion	aumento de la economia regional
Vías de acceso en buen estado	Industrial		1							aumento al turismo	crecimiento del mercado
Incremento en impuesto de Industria y Comercio	Industrial							-2		bajos animos en los empresarios	desisteres en emprender

Fuente: Investigadoras.



## Resumen del Perfil de Capacidad Interna

Posteriormente se presenta las oportunidades y amenazas que presentan el impacto para el municipio de Agua de Dios teniendo en cuenta la información de la tabla anterior.

Tabla 58. Resumen del Perfil de Capacidad Interna.

CALIFICACION FACTORES	OPORTUNIDAD	AMENAZAS
Factor Económico	2,33	-2,3
Factor Político	1,50	-0,5
Factor Social	1,25	-0,75
Factor Tecnológico	1	-0,5
Factor competitivo	0,67	-1,00
Factor Geográfico	1	-1

Fuente: Investigadoras

En el análisis del Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM), se estudiaron seis factores claves que influyen en la proyección a mediano y largo plazo respectivo al impacto causado.

- **Factor Económico:**  
Se ubica en un nivel de 2,33 oportunidades y un -2,3 de amenazas, debido a que el gobierno está implementando nuevas herramientas para proyecciones a largo plazo con incentivos financieros.
- **Factor Políticos**  
Se centra en las oportunidades en un 1,50 y un 0,5 en amenazas, obteniendo un nivel sostenible para el beneficio del municipio de Agua de Dios.
- **Factor Social**  
Las oportunidades se caracterizan en un 1,25, y una amenaza en 0,75, se observa una gran influencia en la capacidad de mercado y con posibilidad de invertir en el territorio.





- **Factor Tecnológico**  
Se encuentran en un 1 las oportunidades y en un -0,5 las amenazas, mostrando el interés del municipio por capacitarse y poder estar en la era actual.
- **Factor Competitivo**  
Se ubican las oportunidades en un 0,67 y un -1 en amenazas, debido a que hay poco conocimiento sobre estrategias pero se está logrando incentivar el emprendimiento por medio de instituciones aledañas al municipio de Agua de Dios.
- **Factor Geográfico**  
La oportunidad se encuentra en 1 y la amenaza en -1, debido a que se aprovecha los diferentes beneficios que posee el municipio

#### 8.4.1 MATRIZ MEFI

A partir de las diferentes matrices FODA, PCI Y POAM, la matriz MEFI (Matriz de evaluación de los factores internos) es una herramienta analítica que suministra una base donde se observa cuáles son los factores internos y externos que influye en el desempeño del municipio.

Para la elaboración de la matriz MEFI, su procedimiento se constituye por cinco etapas

1. Identificar las fortalezas y debilidades claves de la organización y con ellas hacer una lista clara del procedimiento detallado.
2. Asignar una ponderación desde 0.0 (sin importancia) hasta 1.0 (de gran importancia) a cada factor. La ponderación indica la importancia relativa de cada factor en cuanto a su éxito, sin importar si los factores clave dan fortalezas o debilidades internas. La suma de dichas ponderaciones deben totalizar 1.0
3. Asignar una calificación entre 1 a 4, en orden de importancia, donde 1 es irrelevante y el 4 se evalúa como muy importante
4. Multiplicar la ponderación de cada factor por su clasificación, para establecer el resultado ponderado para cada variable
5. Sumar los resultados ponderados para cada factor con el fin de determinar el resultado ponderado para una organización.

Sin importar el número de factores por incluir, el resultado total ponderado puede oscilar de un resultado bajo de 1.0 a otro alto de 4.0 siendo 2.5 el resultado



promedio. Los resultados mayores de 2.5 indican una organización poseedora de una fuerte posición interna, mientras que los menores de 2.5 muestran una organización con debilidades internas.<sup>22</sup>

Tabla 59. Aplicación de la Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)

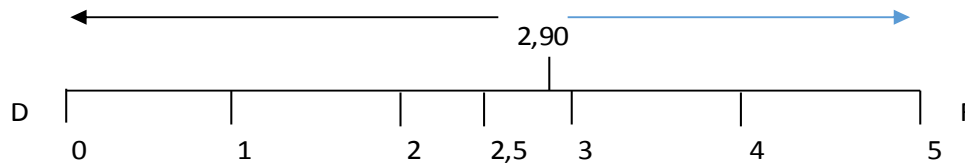
FACTOR	IDENTIFICACION		PONDERACION	CALIFICACION	TOTAL PONDERADO
	F/D	SECTOR			
Sistemas de comunicación eficientes	F	Industrial	0,07	3	0,21
Prestación de servicio Hospitalarios y de salud para enfermos de Lepra	F	Servicios	0,11	4	0,44
Fuerza de trabajo	F	Servicios	0,05	3	0,15
Apoyo económico del estado	F	Industrial	0,08	2	0,16
Existencia de sistemas productivos locales	F	Industrial	0,07	4	0,28
Turismo	F	Comercial	0,1	3	0,30
Mercado Potencial	F	Comercial	0,09	3	0,27
Escasez de suelo industrial cualificado	D	Industrial	0,10	2	0,20
Baja capacidad de innovación en proyectos	D	Industrial	0,05	4	0,20
Planeación estratégica	D	Servicios	0,06	3	0,18
Bajo nivel tecnológico	D	Comercial	0,05	2	0,10
Poca Inversión (extranjera y Nacional)	D	Industrial	0,04	2	0,08
Personal con perfil Ocupacional	D	Servicios	0,07	3	0,21
Infraestructura	D	Comercial	0,06	2	0,12
<b>TOTAL</b>			<b>1</b>	<b>40</b>	<b>2,90</b>

Fuente: Investigadoras.

<sup>22</sup> Planeación y control estratégico - Licenciado Enrique López Berzuanza – Matriz de evaluación del factor interno MEFI, Unidad 20 – Pag44



Por medio de la MEFI se obtiene el resultado de 2,90 lo que demuestra que el municipio de Agua de Dios es sólido internamente aunque se debe mejorar las debilidades para que sea fuerte completamente.



Teniendo en cuenta el resultado obtenido se determina que el municipio de Agua de Dios posee grandes fortalezas como lo es la prestación de servicio Hospitalarios y de salud para enfermos de Lepra porque es la única institución a nivel nacional la cual presta este servicio, en cuanto la existencia de sistemas productivos locales ayuda a que se haga un aprovechamiento del territorio amplio con el que cuenta el municipio de Agua de Dios para elaborar construcciones.

Una fuerte debilidad que posee el sector económico del municipio de Agua de Dios es la baja capacidad de innovación en sus proyectos, para la cual es necesario mejorarlo mediante la creación de estrategias que creen una cultura innovadora para que con estos elaboren proyectos y así contribuir al crecimiento económico del municipio.

#### 8.4.2 MATRIZ MEFE

La matriz MEFE (Matriz de Evaluación de Factores Externos) permite resumir y evaluar toda la información externa. Esta herramienta de formulación de estrategia no debe usarse en forma indiscriminada. Los procedimientos requeridos para la construcción de una MEFE son:

1. Hacer una lista de amenazas y oportunidades decisivas.
2. Asignar una ponderación a cada factor que oscila entre 0.0 (sin importancia) l.0 (muy importante). La ponderación dada a cada factor indica la importancia relativa de dicho factor en el éxito. La sumatoria de todas las ponderaciones dadas a los factores deberá ser de 1.0.
3. Asigne una calificación entre 1 a 4, cada uno de los factores a efecto
4. Multiplicar la ponderación de cada factor por su clasificación, para establecer el resultado ponderado para cada variable
5. Sumar los resultados ponderados para cada factor con el fin de determinar el resultado ponderado para una organización.



Sin tomar en cuenta el número de amenazas y oportunidades claves incluidas en la MEFE, el resultado ponderado más alto posible para una organización será 4.0 y el resultado ponderado menor posible de 1.0. El resultado ponderado promedio es, por tanto, 2.5. Un resultado 4.0 indicará que una empresa compite en un ramo atractivo y que dispone de abundantes oportunidades externas, mientras que un resultado 1.0 mostraría una organización que está en una industria poco atractiva y que afronta graves amenazas externas.<sup>23</sup>

Tabla 60. Aplicación de la Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)

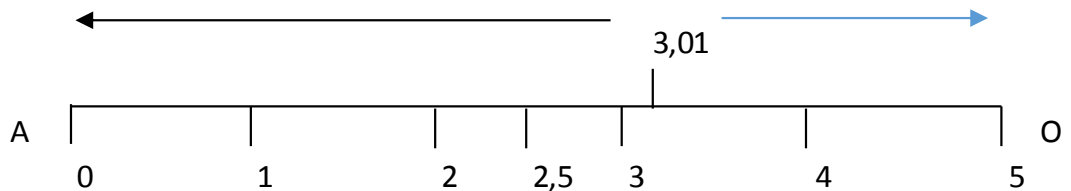
FACTOR	IDENTIFICACION		PONDERACION	CALIFICACION	TOTAL PONDERADO
	O/A	SECTOR			
Vías de acceso en buen estado	O	Servicios	0,10	4	0,40
Expansión del Mercado	O	Servicios	0,07	3	0,21
Territorio amplio para construcción	O	Industrial	0,08	3	0,24
Subsidios del Estado	O	Industrial	0,08	3	0,24
Evolución favorable del consumo familiar	O	Comercial	0,08	3	0,24
Incentivos económicos	O	Comercial	0,05	2	0,10
Expansión	O	Comercial	0,04	2	0,08
Liderazgo	A	Servicios	0,1	4	0,40
Políticas del estado	A	Servicios	0,07	2	0,14
Incremento en impuesto de Industria y Comercio	A	Industrial	0,07	2	0,14
Bajo perfil profesional	A	Comercial	0,07	2	0,14
Fuertes sequías que ponen en riesgo los cultivos del municipio	A	Industrial	0,1	4	0,40
Falta de Iniciativa empresarial	A	Industrial	0,05	4	0,20
Comercio Informal	A	Industrial	0,04	2	0,08
<b>TOTAL</b>			1	36	<b>3,01</b>

Fuente: Investigadoras.

<sup>23</sup> Planeación y control estratégico - Licenciado Enrique López Berzuanza – Matriz de evaluación del factor interno MEFI, Unidad 20 – Pag43



A través de la MEFE, Se obtuvieron los resultados de 3,01 mostrando que el municipio de Agua de Dios, esta apenas por encima del promedio en cuanto a atractivo general, esto se debe a que presenta altas amenazas externas, las cuales se deben mejorar para tener un equilibrio conjunto.



Teniendo en cuenta el resultado obtenido se puede determinar que el municipio de Agua de Dios en cuanto a incentivos económicos y políticas del estado es una oportunidad que poco aplican los gobiernos locales para el municipio con los cuales pueden ayudar al fortalecimiento y crecimiento empresarial.

Se puede establecer que aunque Agua de Dios cuenta con una amplia área local para expandirse en los últimos años ha sido poca la expansión que ha tenido tanto económicamente y estructuralmente. Por otro lado, el incremento en impuesto de Industria y Comercio puede afectar el desarrollo comercial y económico del municipio.

### 8.4.3 MATRIZ IE

La matriz IE (Matriz Interna Externa) es una herramienta fundamental la cual permite evaluar, tomando en cuenta factores internos (fortalezas y debilidades) y factores externos (oportunidades y amenazas) formulando estrategias alternativas cuantificando un índice que se puede graficar y ubicar en uno de los 9 cuadrantes de dicha matriz.

Se elabora teniendo en cuenta las matrices MEFI Y MEFE para poder graficar en los cuadrantes.

- Los que se ubican en el cuadrante I de la matriz están en una posición estratégicamente excelente.
- En el cuadrante II se encuentran los que tienen que evaluar a fondo su actual enfoque hacia el mercado



- Los situados en el cuadrante III compiten con industrias con crecimiento lento y tienen posiciones competitivas muy débiles
- En el cuadrante IV tienen una posición competitiva fuerte, pero están en una industria que registra un crecimiento lento<sup>24</sup>
- Los que están en el cuadrante V deben conservar la penetración en el mercado
- Los que se encuentran en el cuadrante VI su estrategia más adecuada es la cosecha
- El cuadrante VII emplea con frecuencia el mantener el desarrollo de sus productos
- El Cuadrante VIII están en un desposeimiento de la empresa
- Los ubicados en el Cuadrante IX manejarían una estrategia de liquidación<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> BERNAL T. Cesar Augusto- Metodología de la Investigación para Administración y Economía - Edición Person 2000

<sup>25</sup> Fred R. David - Gerencia Estratégica: Análisis y Elección de la Estrategia – Edición Prentice Hall - Pag16



Tabla 61. Aplicación de la Matriz Internos Externos (IE)

				4	
	I	II	III		ALTO (3 - 4)
	3,01 - 2,90 IV	V	VI	3	MEDIO (2 - 2,99)
	VII	VIII	IX	2	BAJO (1 - 1,99)
4	3	2	1	1	
	ALTO (3 - 4)	MEDIO (2 - 2,99)	BAJO (1 - 1,99)		

Fuente: Investigadoras.

El municipio de Agua de Dios se ubica en el cuadrante IV de la matriz IE con lo cual demuestra que se encuentra en un nivel de crecimiento y sostenimiento, en donde es necesario implementar estrategias intensivas como lo son generar un desarrollo en el mercado, desarrollar productos, entre otras.

Uno de los factores que proporcionan la diferenciación es la ventaja competitiva que posee en municipio de Agua de Dios, en donde se tiene en cuenta la disponibilidad de factores con el que se cuenta, como lo son: los recursos naturales que se tienen, la dependencia de materia prima de otros municipios, por otro lado la afecta la poca implementación de tecnología, falta de máquinas de trabajo potentes, implementación de poca publicidad, etc.

En el sector económico del municipio se ha considerado débil el aspecto tecnológico e innovador, no obstante las oportunidades son muy importantes si se tiene en cuenta que el factor competitivo se puede mejorar si se implementan estrategias o



proyectos con los cuales se fortalezca la tecnología y se genere una cultura innovadora en las MIPYMES del municipio.

El municipio de Agua de Dios no ha progresado como debe ser porque ha hecho falta una mejor gestión por parte de la alcaldía para que se promueva un verdadero crecimiento, además ha faltado inversiones que conlleven al crecimiento comercial, industrial y empresarial.

#### 8.4.4 MATRIZ VESTER

La Matriz VESTER fue implementada por el alemán Frederic Vester, desarrollando una herramienta que proporciona la identificación y la determinación de las causas y consecuencias en una situación problemática con mayor impacto.

Para aplicar la matriz se debe priorizar los factores. Asignando una calificación. Ese número evaluará en qué medida el Problema 1 (P1) tiene influencia en el Problema 2 (P2).

Su calificación es

0	No influye
1	Influye indirectamente
2	Influye directamente, poco fuerte
3	Influye directamente, muy fuerte

Para elaborar la Matriz VESTER se siguen los siguientes pasos:

1. Se hace un listado con los problemas generales en el objeto de estudio.
2. Posteriormente se hace una priorización de problemas, de los cuales se extraen los más importantes.
3. Para cruzar los problemas se hace una matriz.

Donde en el Eje X val los problemas, del primero al último, de manera Horizontal, y en el eje Y van los problemas, del primero al último, de manera vertical. Para cruzar los problemas se empieza por el eje Y. Es decir que P1 se cruzará con todos los problemas para sacar el eje X de P1. Y así sucesivamente con todos los problemas. Para sacar el eje Y, es exactamente lo mismo, sólo que de manera vertical.





4. Se debe tener en cuenta que P1 no se puede cruzar con P1, por eso da cero en cada cruce del mismo problema. P1-P1=0 P2-P2=0 P3-P3=0... etc.

Tabla 62. Aplicación de la Matriz VESTER

N°	Descripción problema	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	Motricidad
P1	Planificación estratégica		2	3	3	1	2	3	3	0	1	3	1	0	1	1	1	25
P2	Baja capacidad de innovación en proyectos	1		1	2	0	2	1	3	1	0	1	1	1	2	1	0	17
P3	Personal con perfil Ocupacional	3	2		2	0	0	2	1	0	1	0	0	0	0	1	1	13
P4	Baja Capacidad de Liderazgo para la apertura económica	3	2	2		0	0	2	3	0	0	2	1	1	2	0	1	19
P5	Fuertes sequías que ponen en riesgo los cultivos del municipio	1	0	0	0		1	2	0	0	3	1	0	0	0	2	3	13
P6	Pocos Recursos tecnológicos	2	1	1	1	0		1	0	1	0	0	0	0	1	2	1	11
P7	Poca Inversión (extranjera y Nacional)	0	1	1	1	0	1		1	0	2	1	0	2	0	1	1	12
P8	Falta de Iniciativa empresarial	2	1	1	2	0	0	0		1	1	2	0	0	1	1	0	12
P9	Servicios públicos altos	0	1	0	0	1	1	1	0		0	2	1	2	1	1	0	11
P10	Políticas del Estado	1	1	0	0	1	0	3	1	3		1	0	0	1	0	1	13
P11	Expansión	1	0	0	2	1	2	0	0	2	0		0	2	1	1	1	13
P12	Elevado grado de competencia	1	2	1	1	0	2	0	2	0	0	1		0	2	0	1	13
P13	Infraestructura	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	2	0		0	1	0	5
P14	Minifundismo Empresarial	1	0	2	1	0	1	1	2	1	0	0	1	0		1	0	11
P15	Capital de trabajo	1	1	2	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	0		1	11
P16	Escasez de suelo industrial cualificado	0	1	2	1	1	0	2	0	0	1	0	2	1	1	0		12
<b>DEPENDENCIA</b>		<b>17</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>5</b>	<b>13</b>	<b>19</b>	<b>17</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>17</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>211</b>

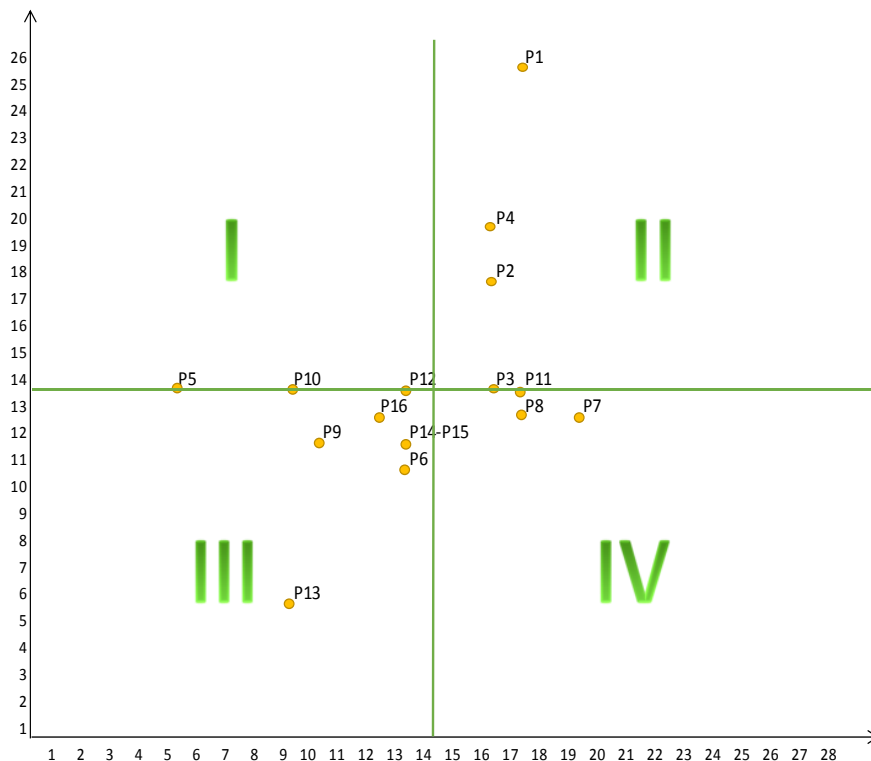
Fuente: Investigadoras.



Tabla 63. Motricidad y Dependencia de Matriz Vester

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16
MOTROCIDAD	25	17	13	19	13	11	12	12	11	13	13	13	5	11	11	12
DEPENDENCIA	17	16	16	17	5	13	19	17	10	9	17	13	9	13	13	12

Grafica 52. Aplicación Matriz Vester



Fuente: Investigadoras.

La matriz VESTER tiene mayor impacto en el cuadrante n° 3 el cual es muestra problemas indiferentes, los cuales son de baja prioridad en el contexto global del sistema analizado porque sus activos y pasivos son bajos, es decir no son problemas causados por influencia. Aunque se analiza que la capacidad de innovación y de liderazgo se encuentra en el cuadrante n° 2 el cual es crítico porque tiene una gran causalidad debido a que su visión es permanecer como una organización pequeña, sin mejorar la productividad y poder generar calidad. La pieza clave es permitir innovar y competir con mayor productividad para así impulsar el crecimiento económico del municipio de Agua de Dios.



#### 8.4.5 ANÁLISIS ESTRUCTURAL.

Para el análisis estructural se tomó como referencia las debilidades y amenazas determinantes en cada uno de los sectores y que corresponden a los problemas comunes y significativos en las MIPYMES del municipio de Agua de Dios, siendo éstas las siguientes:

Tabla 64. Análisis estructural.

<b>P1</b>	Planificación estratégica
<b>P2</b>	Baja capacidad de innovación en proyectos
<b>P3</b>	Personal con perfil Ocupacional
<b>P4</b>	Baja Capacidad de Liderazgo para la apertura económica
<b>P5</b>	Fuertes sequias que ponen en riesgo los cultivos del municipio
<b>P6</b>	Pocos Recursos tecnológicos
<b>P7</b>	Poca Inversión (extranjera y Nacional)
<b>P8</b>	Falta de Iniciativa empresarial
<b>P9</b>	Servicios publicos altos
<b>P10</b>	Políticas del Estado
<b>P11</b>	Expansión
<b>P12</b>	Elevado grado de competencia
<b>P13</b>	Infraestructura
<b>P14</b>	Minifundismo Empresarial
<b>P15</b>	Capital de trabajo
<b>P16</b>	Escasez de suelo industrial cualificado

Fuente: Investigadoras.



## 9. PLAN DE MEJORAMIENTO MUNICIPIO DE AGUA DE DIOS

Tabla 65. Ejes centrales del plan de mejoramiento.

EJES CENTRALES	VARIABLES PROBLEMA	
	NUMERO	VARIABLE
<b>DIRECTIVO</b>	1	Planificación estratégica
	4	Capacidad de Liderazgo para la apertura económica
<b>MARKETING</b>	2	Capacidad de innovación en proyectos
	10	Políticas de Estado
	11	Expansión
	12	Competencia
<b>RECURSOS FINANCIEROS</b>	7	Capacidad de inversión (extranjera y nacional)
	15	Capital de trabajo
<b>TECNOLOGÍA</b>	6	Infraestructura tecnológica
	13	Infraestructura
	16	Adquisición maquinaria y equipo
<b>TALENTO HUMANO</b>	3	Personal con perfil ocupacional
	8	Iniciativa Empresarial

Fuente: Investigadoras.



Tabla 66. Plan 1. Eje Central Directivo.

PLAN DE MEJORAMIENTO				
MUNICIPIO DE AGUA DE DIOS, CUNDINAMARCA – 2016				
<b>Eje Central:</b> DIRECTIVA	<b>Tipo de Estrategia:</b> Concéntrica			
	<b>Estrategia:</b> Fortalecimiento de la capacidad organizacional			
<b>Estrategia:</b> Implementación de la teoría administrativa enfocada al éxito organizacional.				
<b>Propósito:</b> Definir un modelo administrativo para las famiempresas y Mipymes del municipio de Agua de Dios que permita un mejor grado de desarrollo a nivel sectorial y de recurso humano.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	METAS	RESPONSABLE	PRESUPUESTO	TIEMPO INICIO
Establecer la estructura organizacional para cada uno de los sectores de las famiempresas y MIPYMES del municipio de Agua de Dios.	Estructura organizacional	Micro, pequeños y medianos empresarios		
Definir la imagen corporativa de cada uno de los sectores de las famiempresas y MIPYMES del municipio.	Crear imagen corporativa para cada MIPYME			
Elaborar planes de mercadeo para cada uno de los sectores MIPYME teniendo en cuenta las características de cada organización.	Establecer Planes de mercadeo	Gobernación de Cundinamarca Alcaldía de Agua de Dios Universidad de Cundinamarca	\$15'000.000	Enero del 2017
Desarrollar un sistema de contratación que brinde al empleado las garantías laborales a que tiene derecho.	Crear un manual de contratación del recurso Humano			



Fuente: Investigadoras.

Tabla 67. Plan 2. Eje Central Marketing.

PLAN DE MEJORAMIENTO				
MUNICIPIO DE AGUA DE DIOS, CUNDINAMARCA – 2016				
<b>Eje Central:</b> Marketing	<b>Tipo de Estrategia:</b> Concéntrica			
	<b>Estrategia:</b> Mejoramiento del Sector			
<b>Estrategia:</b> Determinar y mejorar la falta de formación académica, la falta de capacitación al empresario y el incentivo de la innovación empresarial.				
<b>Propósito:</b> Ayudar a la fomentación y explotación económica de los sectores que influyen en la economía del municipio.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	METAS	RESPONSABLE	PRESUPUESTO	TIEMPO INICIO
Orientar la formación académica hacia el mejoramiento continuo y el emprendimiento	Permitir un mejoramiento en la formación académica con cual se mejore el espíritu emprendedor.	Universidad de Cundinamarca SENA Alcaldía de Agua de Dios Gobernación de Cundinamarca	\$5'000.000	Enero del 2017
Implementar programas de capacitación para empresarios	Establecer oportunidades de educación y empleo superior para los comerciantes del municipio			
Fomentar la inversión nacional y extranjera en el municipio.	Incrementar la innovación empresarial			



Fuente: Investigadoras.

Tabla 68. Plan 3. Eje Central Recursos Financieros.

PLAN DE MEJORAMIENTO				
MUNICIPIO DE AGUA DE DIOS, CUNDINAMARCA – 2016				
<b>Eje Central:</b> Recursos Financieros	<b>Tipo de Estrategia:</b> Concéntrica			
	<b>Estrategia:</b> Fomentar la inversión empresarial y dar a conocer los servicios bancarios			
<b>Estrategia:</b> Crear proyectos de actualización y socialización en donde se dé a conocer a los habitantes las ayudas y los créditos que otorgan las entidades gubernamentales y financieras con el fin de obtener recursos de capital para mejoramiento en las MIPYMES.				
<b>Propósito:</b> Permitir a las MIPYMES del municipio de Agua de Dios aumentar el flujo de capital para la inversión y el endeudamiento.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	METAS	RESPONSABLE	PRESUPUESTO	TIEMPO INICIO
Elaborar el plan de inversiones conforme las necesidades para cada sector MIPYME del municipio.  Crear Inversión en las empresas  Ofrecer capital para el mejoramiento de las MIPYMES del municipio	Plan de inversiones  Determinar medios de financiamiento para generar capital a los propietarios y mejorar las MIPYMES	Micro, pequeños y medianos empresarios  Gobernación de Cundinamarca Alcaldía de Agua de Dios Universidad de Cundinamarca	\$3'000.000	Enero del 2017

Fuente: Investigadoras.



Tabla 69. Plan 4. Eje Central Tecnológico.

PLAN DE MEJORAMIENTO				
MUNICIPIO DE AGUA DE DIOS, CUNDINAMARCA – 2016				
<b>Eje Central:</b> Tecnológico	<b>Tipo de Estrategia:</b> Concéntrica			
	<b>Estrategia:</b> Dirigir al empresario a tecnificar y modernizar la empresa			
<b>Estrategia:</b> Brindar capacitación para fortalecer el concepto e importancia de la tecnología dentro de una organización y el municipio.				
<b>Propósito:</b> Establecer la importancia de la utilización de los recursos tecnológicos para los diferentes sectores económicos.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	METAS	RESPONSABLE	PRESUPUESTO	TIEMPO INICIO
Establecer conciencia del papel importante que juega la tecnología dentro de una organización.	Dar a conocer el significado de la tecnología dentro de la organización y el municipio	Gobernación de Cundinamarca Alcaldía de Agua de Dios Universidad de Cundinamarca SENA	\$10'000.000	Enero del 2017
Promover la inversión en tecnología	Generar inversión tecnología por parte de empresarios y el municipio, con el fin de generar ventajas competitivas			

Fuente: Investigadoras.





Tabla 70. Plan 5. Eje Central Talento Humano.

PLAN DE MEJORAMIENTO				
MUNICIPIO DE AGUA DE DIOS, CUNDINAMARCA – 2016				
<b>Eje Central:</b> Talento Humano	<b>Tipo de Estrategia:</b> Concéntrica			
	<b>Estrategia:</b> Capacitación del Recurso Humano en las MIPYMES del municipio.			
<b>Estrategia:</b> Establecer proyectos de Educación Superior con el fin de que centros educativos presentes en la región lleven puntos de enseñanza al municipio.				
<b>Propósito:</b> Fortalecer el perfil profesional y ocupacional dentro de los sectores económicos del municipio de Agua de Dios.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	METAS	RESPONSABLE	PRESUPUESTO	TIEMPO INICIO
Establecer puntos de enseñanza de los centros educativos presentes en la región para el municipio	Formar alianzas con centros Educativos superiores para que presenten el servicio en el municipio	Gobernación de Cundinamarca Alcaldía de Agua de Dios Universidad de Cundinamarca SENA	\$20'000.000	Enero del 2017
Brindar educación tecnológica y superior al recurso humano de las MIPYMES del municipio	Mejorar la calidad de Vida del municipio			
Generar Fuentes de Empleo	Incentivar el empleo municipal			

Fuente: Investigadoras.



## 10. CARACTERIZACION DE LAS MIPYMES DEL MUNICIPIO DE AGUA DE DIOS-2016

Tabla 71. Caracterización de las MIPYMES Municipio de Agua de Dios – 2016

<b>CARACTERIZACIÓN DE LAS MIPYMES MUNICIPIO DE AGUA DE DIOS, CUNDINAMARCA – 2016</b>
1. Están legalmente constituidas.
2. En promedio tienen un tiempo de funcionamiento de tres a cinco años.
3. Las MIPYMES normalmente poseen un capital de inversión suficiente.
4. El capital de las MIPYMES en el municipio tiende a ser menos de \$344.727.000 teniendo en cuenta que en su mayoría son establecimientos pequeños.
5. La representación legal de las MIPYMES en el municipio en su mayoría son individual porque es una sola persona la propietaria del establecimiento.
6. El sector comercial y de servicios son los de mayor frecuencia en el mercado.
7. El tipo de empresa que representan las MIPYMES son principal porque son puntos de ventas únicos.
8. En su mayoría no cuentan con local propio para la función del establecimiento.
9. Los principales gastos de las MIPYMES se centran en servicios y en locativos.
10. Las MIPYMES en su mayoría no han crecido durante el último año.
11. El aspecto económico es el que ha influido para que pocas MIPYMES hayan crecido en el último año.
12. Cumplen con sus obligaciones tributarias.
13. Las MIPYMES en el municipio son rentables.
14. En su mayoría, las MIPYMES llevan contabilidad.
15. La contabilidad que usualmente implementan es manual teniendo en cuenta que es la manera más práctica de implementar.
16. Los propietarios y en algunos casos un contador son los encargados de llevarla contabilidad en cada MIPYME.
17. Menos de diez son los colaboradores que posee la mayoría de las MIPYMES y por lo general son miembros de la familia.
18. La vinculación laboral de los colaboradores es sin uso de contrato o por defecto a término indefinido.



Tabla 72. Caracterización de las MIPYMES Municipio de Agua de Dios - 2016

<b>CARACTERIZACION DE LAS MIPYMES MUNICIPIO DE AGUA DE DIOS, CUNDINAMARCA – 2016</b>
<b>19.</b> En su mayoría, no se les paga seguridad social a los colaboradores.
<b>20.</b> No se les brinda beneficios salariales a los colaboradores.
<b>21.</b> El mecanismo que más utilizan para asignar los ingresos mensuales es un sueldo fijo.
<b>22.</b> Las condiciones ambientales laborales son buenas.
<b>23.</b> Son pocas las capacitaciones que se les brinda a los colaboradores.
<b>24.</b> Se observa que la gran mayoría tienen base de datos de proveedores.
<b>25.</b> Los proveedores son mayoristas.
<b>26.</b> La frecuencia con la que hacen pedidos es semanal o en defecto mensualmente.
<b>27.</b> La forma de pago de las compras es de contado.
<b>28.</b> El producto financiero que más usan en las compras es efectivo.
<b>29.</b> Las MIPYMES cuentan con buenas y regulares capacidades de endeudamiento.
<b>30.</b> No tienen base de datos de sus clientes.
<b>31.</b> No manejan algún tipo de actividad de mercadeo.
<b>32.</b> El mecanismo que más utilizan para comunicarse con sus clientes es por medio de tarjetas publicitarias, volantes o voz a voz.
<b>33.</b> El margen de utilidad es el mecanismo que más utilizan para determinar los precios de venta al público.
<b>34.</b> En su mayoría, no utilizan facturación.
<b>35.</b> Hay gran tendencia a llevar control de inventarios
<b>36.</b> Recientemente no han recibido capacitaciones para actualizar y desarrollar habilidades para cada uno de los procesos presentes en las MIPYMES.



## 11. IMPACTO DEL PROYECTO

- Se generó la base de datos de una muestra de las famiempresas y MIPYMES del municipio.
- Determinación de la situación real de la problemática socioeconómica del municipio en donde se identificaron los factores los cuales lo generan.
- Definición de la DOFA para los sectores económicos más influyentes en el municipio.
- Conocimiento del clima laboral de los establecimientos en donde se vio que el clima influye directamente en la satisfacción de los trabajadores y por lo tanto en la productividad.
- Generación de estrategias para contrarrestar las falencias y problemas las cuales se encuentran presentes en el sector económico del municipio.
- Reactivación e interés por parte de las entidades gubernamentales departamentales por la inversión en el municipio.
- Viabilidad para la generación de nuevas empresas y la mejora de las empresas ya existentes.
- Establecimiento de los factores negativos existentes en cada sector.
- Creación de oportunidades de capacitación y fuentes de empleo por parte de instituciones educativas y gubernamentales a nivel nacional.



## CONCLUSIONES

- La creación de las famiempresas y MIPYMES en el municipio de Agua de Dios se ha visualizado como una oportunidad de negocio así y una alternativa de vida para cientos de familias que ante la falta de oportunidades y la situación de empleo por la que se atraviesa, han tenido que dedicarse al desarrollo de distintas actividades económicas a nivel micro, pequeño y mediano, pero no con el nivel y grado de desarrollo que se requiere para este sector y para el desarrollo socioeconómico.
- Se obtuvo información básica sobre las condiciones laborales por cada sector del municipio de Agua de Dios Cundinamarca, las cuales demuestran la falta de conciencia para la innovación y el cambio.
- Frente al desarrollo de los diferentes diagnósticos, se proyectaron un plan de acción para mejorar la competitividad de las famiempresas y MIPYMES en el municipio, la cual se enfoca en los ejes centrales.
- En materia de comparación frente al proceso y desarrollo de la investigación, en el trabajo de campo se pudo determinar que algunos establecimientos no se encuentran registrados en industria y comercio del municipio porque al momento de elaborar y comparar la base de datos había establecimientos que no hacían parte de dicha base de datos.
- En el proceso de conversación con el Secretario de Hacienda del municipio, se pudo percibir que la labor realizada por la Cámara de Comercio de Girardot es insuficiente dada la poca cantidad de MIPYMES registradas en esta entidad.
- El municipio de Agua de Dios posee grandes fortalezas como lo es la prestación de servicios hospitalarios y de salud para enfermos de lepra ya que posee la única institución a nivel nacional prestadora de este servicio.
- Los incentivos económicos y políticas del estado es una oportunidad que poco aplica el gobierno local del municipio, con el cual se puede ayudar al fortalecimiento y crecimiento empresarial.



- El diagnóstico aplicado al municipio carece de proyección e inquietud debido a la falta de apoyo de los empresarios a la hora de realizar la encuesta dejando de tal manera el estudio a nivel medio.
- Los factores que más afectan al municipio es la poca implementación de tecnología, falta de máquinas de trabajo potentes, la implementación de poca publicidad.
- Teniendo en cuenta la investigación socioeconómica realizada en el año 2007 al mismo municipio, se puede decir que Agua de Dios no ha tenido un crecimiento notorio en el sector económico, por ende se ha encontrado estable y aún posee las mismas falencias y debilidades presentes en la economía.
- En el sector económico del municipio se ha considerado débil el aspecto tecnológico e innovador, no obstante las oportunidades son muy importantes teniendo en cuenta que el factor competitivo se puede mejorar.
- Aunque el municipio de Agua de Dios cuenta con una amplia área local para expandirse, en los últimos años ha sido poca la expansión que ha tenido tanto económica como estructuralmente.
- El municipio de Agua de Dios no ha progresado como debe ser porque ha hecho falta una mejor gestión por parte de la alcaldía para que se promueva un verdadero crecimiento.
- Hay una clara tendencia en la actividad productiva especializada en actividades tradicionales.
- La falta de planeación, dirección y estrategia en cada MIPYME han afectado las áreas económico-administrativo lo cual no han permitido desarrollar de manera eficiente y eficaz, el funcionamiento óptimo de cada organización.
- La capacidad de innovación en proyectos es escasa por falta de iniciativa empresarial que fortalezcan el espíritu innovador, además se debe a la falta de desarrollo tecnológico industrial el cual genere fuentes de empleo.



## RECOMENDACIONES

- Como primera medida, la Gobernación de Cundinamarca debe estructurar un proceso de socialización en relación a este tipo de investigaciones a nivel local de tal forma que le permita al investigador acceder a información veraz y confiable respecto de las necesidades de información para de esa forma ofrecer alternativas viables y centradas en función a la problemática, necesidades y requerimiento de los diferentes sectores.
- Es necesario crear proyectos los cuales brinden capacitación y asesoría en temas de interés que ayuden al crecimiento y fortalecimiento de las famiempresas y MIPYMES del municipio de Agua de Dios.
- Definir indicadores con los cuales se pueda medir el desempeño regional teniendo en cuenta los diferentes factores que conforman el sector económico del municipio, con el fin de evaluar la calidad de las labores realizadas y generar un impacto de manera positiva el cual contribuya al desarrollo económico, logrando así ser un competidor que tenga las características exigidas por el mercado global.
- Es necesario que la Cámara de Comercio realice un proceso de sensibilización con los microempresarios del municipio de Agua de Dios para que estos se vinculen y comprendan la importancia de los servicios que la entidad les puede ofrecer.
- Establecer parámetros que contribuyan a la comunicación efectiva al interior de las organizaciones con el fin de realizar su labor con calidad.
- La poca inversión extranjera se debe al desequilibrio entre oferta y demanda de suelo industrial, es necesario desarrollar planes para reducir los impuestos en el municipio con el fin de atraer clientes potenciales para el mercado.
- Incentivar a los miembros de los diferentes establecimientos para que implementen estrategias de administración, de cambio global y el manejo tecnológico de la información logrando de esta manera un desarrollo económico para el municipio.



- Se debe generar fortalecimiento en los factores de competitividad, innovación y tecnología para que ocurran procesos de desarrollo y se mejore la eficiencia económica del municipio.
- Se propone desarrollar nuevos proyectos con incentivos económicos por parte del municipio especialmente al área turística, esto ayudaría a atraer más visitantes y generar ventajas competitivas frente a las demás localidades que se encuentran vinculados al entorno.
- Es necesario implementar estrategias intensivas que generen un desarrollo en el mercado y creación de productos.
- Se debe establecer un equilibrio entre oferta y demanda del suelo industrial, es necesario implementar estrategias las cuales corroboren a la baja del costo de los servicios públicos.





## BIBLIOGRAFIA

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION: Propuesta, anteproyecto y proyecto  
Segunda Edición - Héctor Daniel Lerma

INCONTEC. Compendio de Normas para la Presentación de tesis y otros trabajos  
de Grado. Bogotá Colombia. Año 2014

Alcaldía de Agua de Dios, secretaria de planeación, PLAN DE DESARROLLO  
MUNICIPAL DE AGUA DE DIOS 2012- 2015, “LA HUELLA DE LO SOCIAL”,  
dimensión económica, denominada “POR EL CRECIMIENTO Y LA  
COMPETITIVIDAD DE AGUA DE DIOS”

TRABAJO DE CAMPO, Grupo investigador, Municipio de Agua de Dios  
Cundinamarca. Año 2016

CREATIVE RESEARCH SYSTEM -The survey system– Research aids  
“Calculadora de muestras”

MIPYME – Blog de Expertos – Análisis efectivo de la competencia- año 2015 –  
pág1

AUTO DIAGNOSTICO DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS - Domingo  
Frixione Cerón - Competitividad en microempresas - Editorial: Limusa México –  
2003 pag.92

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL - Emanuel Raufflet y José Félix  
Lozano- Capitulo 2: Ética y Filosofía de la responsabilidad social empresarial-  
Editorial: Pearson 1ra edición – 2012 pág.25

GESTION DEL TALENTO HUMANO Tercera Edición - Idalberto Chiavenato – Parte  
I: Los nuevos desafíos de la administración de los recursos humanos –Editorial Mc  
Graw Hill -2012- Pag.22-65

CONTABILIDAD UNIVERSITARIA Sexta Edición - Lucy Del Carmen Coral y Emma  
Lucia Gudiño Dávila Editorial Mc Graw Hill -2008

Desarrollo Empresarial de las MIPYMES en el departamento de Cundinamarca,  
Municipio de Agua de Dios, 2007.