

# CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (MIPYMES) DEL ALTO MAGDALENA

SOCIOECONOMIC CHARACTERIZATION OF MIPYME THE ALTO MAGDALENA.

MARÍA PATRICIA DÍAZ CÁRDENAS\*

## RESUMEN

El propósito de esta investigación, se origina en la necesidad de obtener mayor información acerca del tipo de estructura económica de las MIPYMES de los municipios del Alto Magdalena, departamento de Cundinamarca. Se identificaron las características socioeconómicas de las Mipymes de la provincia del Alto Magdalena, tales como las formas de conducta y actitudes de los propietarios y colaboradores, el manejo de sus ingresos, capital, sector económico al que pertenecen entre otros aspectos. El enfoque de la investigación es mixto, buscando comprender algunas características propias de quienes manejan las Mipymes, partiendo de la base de datos suministrada por la cámara de comercio de Girardot, tomando empresas con un tamaño comprendido entre 1 y 200 trabajadores, se utilizó como instrumento de recolección de información una encuesta para ser aplicada en los municipios de la provincia del Alto Magdalena: Girardot, Agua de Dios, Guataquí, Jerusalén, Nilo, Nariño, Ricaurte y Tocaima.

**PALABRAS CLAVE:** Mipyme, caracterización, perfil socio-económico, estructura económica.

## ABSTRACT

The purpose of this research, started with the need to obtain more information about the type of economic structure of Mipymes in the municipalities of Alto Magdalena, department of Cundinamarca. The socio-economic characteristics of the Mipymes of the Alto Magdalena province were identified, such as the forms of behavior and attitudes of the owners and collaborators, the management of their income, capital, economic sector to which they belong, among other aspects. The focus of the research is mixed, seeking to understand some characteristics of those who manage Mipymes, based on the database provided by the Cámara de Comercio of Girardot, taking companies with a size between 1 and 200 workers, as an instrument of information collection a survey was applied in the municipalities of the Alto Magdalena province: Girardot, Agua de Dios, Guataquí, Jerusalén, Nilo, Nariño, Ricaurte and Tocaima.

**KEYWORDS:** informal work, characterization, socio-economic profile, unemployment.

---

\* Administradora de empresas. Universidad de Cundinamarca-Sede Girardot. Carrera 19 N° 24 – 209. Código Postal: 252431, Girardot - Cundinamarca. Correo electrónico : pattydiaz216@gmail.com

## 1. INTRODUCCIÓN

Es importante en primer lugar acercarse al significado de las Mipymes, al respecto existe una diversidad de criterios para definir y de este modo clasificar a las empresas como micro, pequeñas, medianas y grandes, estos criterios son diferentes, dependiendo del país o entidad que las define y clasifica (Saavedra y Hernández 2008). Por lo anterior, resulta interesante precisar si las empresas insertas en el actual contexto económico, presentan características que puedan ser tomadas como elementos que permitan establecer una diferenciación entre grande, pequeña, micro o mediana empresa.

Según la ley colombiana 905 de 02 de agosto de 2004, se entiende por microempresa incluidas las famiempresas, 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, y el Congreso de la República mediante esta ley las clasifica en micro, pequeña y mediana de acuerdo al número de trabajadores y activos. Por otro lado (Pacheco, 2013) afirma que la presen-

cia de la PYME y su impacto en la sociedad es observada con gran atención, debido a su capacidad de adaptación a los diversos ámbitos empresariales y propuestas de emprendimiento. El dinamismo de la pyme potencializa el crecimiento económico (Jardón, 2012), la creación de nuevos puestos de trabajo (Hernández y Saavedra, 2008) con menores requerimientos de capital (Tunal, 2003). Su importancia social, su influencia política y su impacto económico se consideran similares a las de las grandes empresas (Hausman, 2005) siendo además generadora de desarrollo del capital humano y de inclusión social. No obstante, las MIPYMES en la provincia del Alto Magdalena, departamento de Cundinamarca, de acuerdo a los resultados obtenidos en esta investigación, no han sido fortalecidas, ni acompañadas de forma adecuada por las distintas instituciones gubernamentales, gremios económicos y demás organismos que de una u otra manera están para estimular el desarrollo económico y empresarial de las regiones en Colombia.

En lo concerniente a quienes deciden emprender de acuerdo al informe GEM (Global Entrepreneurship Monitor, 2010), en Colombia la motivación principal para iniciar negocios es la oportunidad, en el caso de las

mujeres la oportunidad ocupa un porcentaje de 60.2% y en los hombres un 67,7%. De otro lado se tiene que de cada 10 mujeres emprendedoras aproximadamente 4 comienzan su negocio por necesidad y de 10 hombres 3 lo hacen por esta razón. De los colombianos que deciden iniciar actividades empresariales tan sólo 17 % lo hacen de manera formal. De aquellos que ya tienen sus empresas establecidas, 48% poseen empresas formales, otro 52% tienen empresas no formales. Emprender es algo que se da con mayor frecuencia; y en este sentido Colombia viene haciendo intentos por cambiar la mentalidad de tomar como opción de vida el buscar solo empleo. Se han creado leyes e instituciones que estimulen el emprendimiento. Sin embargo, más que la capacidad de emprender lo difícil para quienes deciden hacerlo es innovar, por ello las empresas nuevas tienen tropiezos cuando se quedan haciendo las cosas de la misma manera y sufren limitantes de modernización en los procesos, procedimientos, técnicas y tecnologías que utilizan, no formulan estrategias adecuadas por falta de asesoría adecuada, talento humano calificado y desconocimiento del mercado.

La tarea a seguir es identificar los rasgos que presentan las Mipymes en cada uno de los municipios de la provincia del Alto Magdalena, a la vez establecer

los aspectos fundamentales que dificultan su productividad y mejor inserción, en el medio económico, como lo señala Giovanni E. Reyes en su estudio Proyecto de Investigación Gestión Empresarial y Desarrollo (Reyes, 2012) en el cual plantea por ejemplo la dificultad de acceso a crédito que permita viabilidad financiera; una política fiscal que podría contribuir con mayor énfasis a la apertura de la demanda agregada del mercado interno; y tasas de cambio que, en general en los pasados siete años, han mostrado fuerte apreciación respecto al dólar norteamericano, lo que dificulta la competitividad de productos en el ámbito de los transables de la economía colombiana, a la vez que hace difícil competir con no transables en el mercado doméstico de este país.

## 2. MARCO TEÓRICO

Álvarez afirma en lo relacionado a familiempresaria: “Desde sus orígenes, el ser humano ha buscado vivir en sociedad, procurando satisfacer sus necesidades materiales con recursos limitados” (Álvarez, 2010), para ello toma la decisión de iniciar un emprendimiento familiar el cual desde el comienzo tiene ciertas limitantes porque el patrimonio de su hogar se convierte en el capital de la empresa, debiendo realizar un gran esfuerzo para lograr

su crecimiento siendo éste generalmente lento y distinto al de las demás organizaciones. Además, mantenerse en el mercado no es tarea fácil, depende en gran parte de las relaciones familiares, nivel de compromiso y confianza presente en ella.

Esto es confirmado por Nieto (2010), al expresar: Los propietarios suelen identificarse con el negocio, sienten compromiso con el mismo, poseen conocimiento y experiencia y lo sienten como algo personal, los empleados se caracterizan por ser leales a la empresa y las relaciones entre los distintos miembros de la empresa son menos burocráticas e impersonales. (Nieto, 2010, p. 117).

Cuando se inicia el negocio hay entusiasmo y cada uno de los miembros asume un rol, el propietario es quien más compromiso tiene, está convencido de su decisión; no existe una empresa igual ni una familia idéntica, por lo que no se puede hablar de generalidades, los mecanismos habrá que adaptarlos a cada empresa según sus características y circunstancias concretas. En muchas de estas empresas sí se advierten, sin embargo, unos denominadores comunes; en las primeras etapas son dirigidas única y exclusivamente por el fundador. En la primera generación existe el “yo”, y la empresa misma se identifica con él. El fundador de la empresa ha ejercido un

control absoluto sobre la misma, tomando decisiones de forma autoritaria; tienen necesidad de control y de poder y dependencia psicológica respecto a la actividad que desarrollan. Suelen ser personas que se han forjado a sí mismos, ejercen de padres de familia en la propia familia y en la empresa, han vivido por y para la empresa y están acostumbrados a no consensuar, por lo general, y en el ámbito empresarial son reacios a la entrada de personas ajenas a la familia.

Por otra parte, son personas a quienes les cuesta delegar<sup>1</sup>. Esta forma de dirigir y gestionar la empresa puede que no funcione, y que ocasione conflictos en la segunda generación, (llamada propiedad de hermanos), y en la tercera (el consorcio de primos). Asimismo, hay numerosos casos en que los propios bienes del propietario de la empresa están ligados a ella, y sus ingresos están condicionados los modos de gestión, incrementando su dependencia (González Hernández, 2010).

De acuerdo con Pérez y Ávila (2016) a lo largo de la historia, las empresas familiares se ha constituido la forma de organización empresarial más antigua, siendo en la mayoría de los casos, la base de los procesos de desarrollo que

---

<sup>1</sup> Como dice Gallo para ser un buen “profesional” en la empresa además de otra serie de actitudes tiene que

saber delegar buena parte de la acción en otras personas. Véase GALLO, M.A., La empresa familiar, o.c., p.79.

sucedan a las grandes crisis estructurales (IFC. Banco Mundial, 2011). Para Soto Maciel (2013), las primeras formas de organización de la actividad comercial e industrial constituyeron una extensión del sistema familiar. En el campo de la investigación académica, los países industrializados han sido los primeros en valorar el papel económico de la empresa familiar, al considerarla parte fundamental de las estructuras debido a su preponderante papel en la generación de riqueza nacional.

### 3. METODOLOGÍA

La investigación estuvo apoyada por estudiantes décimo Semestre de Administración de Empresas. El análisis documental temático fue realizado a través de diferentes fuentes tales como: la ley Mipymes de 2004. Adicionalmente, se construyó un instrumento apoyado en estudios como el de las *PYMES de la industria manufacturera en la ciudad de Cartagena*, Universidad de Cartagena, 2009 y *Caracterización de la PYME de la localidad de Usaquén*, Bogotá, Colombia, 2010.

Los datos acerca de las características de las Mipymes provienen de una encuesta personal aplicada a los propietarios y/o miembros del grupo familiar de estos establecimientos, los cuales conforman la población objeto. El

tipo de muestreo fue no probabilístico dada la no accesibilidad a una base de datos de la población objeto de estudio, salvo para el caso de Girardot donde se contó con los obtenidos de la Cámara de Comercio; la muestra tuvo un tamaño final de 363 encuestados. Además de realizar un proceso de observación directa en el sitio.

Marshall y Rossman (1989) definen la observación como "la descripción sistemática de eventos, comportamientos y artefactos en el escenario social elegido para ser estudiado" (p.79). Las observaciones facultan al observador a describir situaciones existentes usando los cinco sentidos, proporcionando una "fotografía escrita" de la situación en estudio. (Erlandson, et.al., 1993). Demunck y Sobo (1998) describen la observación participante como el primer método usado por los antropólogos al hacer trabajo de campo. El trabajo de campo involucra "mirada activa, una memoria cada vez mejor, entrevistas informales, escribir notas de campo detalladas, y, tal vez lo más importante, paciencia" (DeWALT & DeWALT 2002, p.vii).

La observación entonces no se refiere únicamente al sentido de la vista, sino que incluye todos los medios de percepción. Los encuestadores además de realizar las preguntas, observaron detalles del establecimiento y de las personas presentes, con el ánimo de

complementar la información. También se hizo una revisión documental a través de las páginas web de los municipios del Alto Magdalena con el propósito de determinar los factores económicos presentes en cada uno de ellos. Por otra parte, para visualizar y analizar las características de las empresas es importante tener en cuenta la teoría de carácter económico (Pérez, 2011) que permite explicar el crecimiento de la empresa a través del *enfoque de recursos y capacidades*. El nacimiento de la *teoría de recursos y capacidades de la empresa* se suele situar en 1984, con el trabajo de Wernerfelt: *A Resource – Based View of the Firm*. En la década de los noventa ha sido el enfoque económico más influyente en la dirección de empresas y ha suscitado un profundo interés en el ámbito estratégico (Grant, 1991; Prahalad y Hamel, 1991; Peteraf, 1993; Suárez, 1994 y Fernández y Suárez, 1996). El enfoque de recursos considera que cada empresa es heterogénea en función de su dotación de recursos, y sobre éstos puede sostener una ventaja competitiva; la heterogeneidad puede mantenerse a lo largo del tiempo, lo que hará que la ventaja competitiva sea sostenible (Grant, 1991 y Fernández y Suárez, 1996). Lo descrito aquí es algo propio de cada organización, pequeña, mediana o

grande, pero es importante identificarlo y plantear alternativas de solución para el mejoramiento de las Mipyme.

La teoría descrita se basa en lo manifestado por Edith Penrose (Cespedes, 2013) al presentar en 1959 su teoría del crecimiento de la empresa, consideró que el núcleo de la organización estaba implícito en la función de la empresa, la cual era “adquirir y organizar personas y otros recursos siendo rentable para suministrar bienes y servicios a determinado mercado”, y de dicha función derivar una definición apropiada de la empresa, definiéndola como una “colección de recursos dispuestos juntos en un marco administrativo, y sus límites serán determinados por el área de coordinación administrativa y la comunicación autorizada”. Además, esta autora hizo énfasis en la importancia de los recursos gerenciales con experiencia dentro de la empresa y del conocimiento que tienen que poseer acerca de los otros recursos existentes y del uso que deben hacer de los mismos.

De otra parte la investigación pretende establecer a qué sector pertenecen las Mipymes, para ello se debe definir el concepto, el blog (Descuadrando.com, [Blog], 2013) menciona: Los sectores económicos son la división de la actividad económica de un Estado o territorio, atendiendo al tipo de proceso

productivo que tenga lugar. Desde la publicación de las obras del australiano Colín Clark en 1940, las actividades económicas se dividen en tres grandes sectores denominados primario, secundario y terciario.

La hipótesis de los tres sectores, es una teoría económica que divide las economías en tres sectores de actividad: la extracción de materias primas (primario), la manufactura (secundario), y los servicios (terciario). Fue desarrollada por Colín Clark y Jean Fourastié, para quienes el principal objeto de la actividad de una economía varía desde el primario, a través del secundario hasta llegar al sector terciario. Fourastié vio el concepto como esencialmente positivo, y en *La Gran Esperanza del Siglo XX* escribe sobre el aumento de la calidad de vida, la seguridad social, el florecimiento de la educación y la cultura, una mayor cualificación, la humanización del trabajo y el evitar el desempleo. Los países con una baja renta per cápita están en un estadio temprano de desarrollo; la mayor parte de sus ingresos nacionales son a base de la producción del sector primario.

Otro elemento a trabajar en la investigación es la clasificación de las pymes. En Colombia (Hernández, 2008), según la Ley para el Fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, Ley 590, las PYMES se clasifican así:

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

Finalmente, con los resultados obtenidos a través de las encuestas y procesos de observación se construyeron las matrices DOFA y VESTER, las cuales permitieron establecer los factores críticos de las Mipymes y luego se plantearon alternativas de solución.

El objetivo de la investigación es conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y características socioeconómicas de las Mipymes de la provincia del Alto Magdalena.

## 4. HALLAZGOS Y DISCUSIÓN

**Girardot:** Fueron visitadas 363 empresas de las 460 que arrojó la fórmula de muestreo finita, 97 empresarios se negaron a colaborar, 334 están registradas en cámara de comercio y 29 de ellas no. El 62% corresponden al sector comercial, 36% al sector de servicios y 2% restante al sector industrial.

**Agua de Dios:** 420 establecimientos registrados, se visitaron 201 establecimientos para la elaboración del trabajo, con el propósito de representar una parte de la situación real. Se tomaron la carrera 9<sup>a.</sup> y 8<sup>a.</sup>, las calles 8<sup>a.</sup>, 10<sup>a.</sup>, 12, 14 del sector comercial, poseen mayor concentración de establecimientos y hacen parte de direcciones principales del municipio.

**Ricaurte:** El municipio cuenta con 497 Mipymes exactamente, de acuerdo a los datos de la Cámara de Comercio de Girardot. La población objetivo es de 217 Mipymes. El 54% pertenecen al sector comercio 42% a servicios y 4% industria. En cuanto a vivienda propia se refiere solo 33% la posee, 67% restante no la tiene.

De otro lado 45% de las Mipymes visitadas se encuentran constituidas hace más de 5 años, 25% lleva 3 años funcionando, 19% hace 2 años se conformaron, 8% tienen 4 años de existencia y finalmente 3% apenas surgieron 1 año atrás.

**Guataquí:** De las 43 Mipymes existentes en el municipio el mayor número se encuentra agrupado en la actividad económica concerniente a las tiendas con una representación del 43%, seguida de los establecimientos de expendios a bebidas alcohólicas equivalentes al 12%, los restaurantes y misceláneas presentan 7% y, 5% los hoteles y carnicerías.

**Nilo:** Se visitaron 115 Mipymes de las cuales 65% pertenecen al sector comercio, 21% servicios y 14% agropecuario. De otro lado 81% no tienen local propio, por ello 53% de sus gastos son de carácter locativo, 28% servicios, 16% impuestos, solo 3% se destina a nómina.

**Tocaima:** se encuentran registradas en Cámara de Comercio 541 Mipymes, fueron encuestadas 189, solo una no está formalmente constituida. El sector al que más pertenecen es el comercial con 84%, 12% son del sector servicios y el 3% sector agropecuario.

**Nariño:** Se visitaron 25 establecimientos, 100% de las Mipymes pertenecen al sector servicios y comercio, 92% no cuenta con una base de datos de sus clientes. 64% de las personas dijeron tener legalmente constituida la empresa y 36% aseguraron no tenerla; 48% de las Mipymes tienen más de 5 años de antigüedad, 20% llevan 2 años de funcionamiento, 16% representan aquellas empresas que llevan menos de 1 año. Se observó una forma empírica de crear empresas, y afirman los encuestados que, por falta de apoyo de la alcaldía municipal y demás responsables, hace inestables y de poca rentabilidad sus negocios, solamente alcanzan a cubrir las necesidades básicas del núcleo familiar.

Es evidente la presencia de las MIPYMES en cada uno de los municipios

del Alto Magdalena, su grado de adaptación se ha ido consolidando frente a los cambios constantes del entorno; mantenerse en el mercado es todo un reto, partiendo del hecho que sus propietarios tienen un manejo empírico

de los establecimientos y son ellos quienes los dirigen, les cuesta delegar. La motivación principal para iniciar estos negocios es la oportunidad y en su modelo organizacional son menos burocráticas.

**CUADRO 1. DATOS GENERALES DE LOS COMERCIANTES DE LAS MIPYMES**

	Escolaridad	Género Hombres	Género Mujeres	Estado Civil	Miembros núcleo	hijos	Estrato Socioe	Vivienda propia	Principal uso ingresos
<b>Girardot</b>	prim. 1%; profes. 18%; secu: 29%; tecno: 21%;	54%	46%	Casad 29%; Solte 30%; U.Lib 35%; Divorc. 6%	60%: 3; 22% : 4; 5% : 5; 9% : 2;	67% si 33% no	8%: 4; 49%: 2; 36%: 3; 7%: 1	54% NO; 46% SI	Consumo 71% Educac 17% recreación 10%
<b>Nariño</b>	primaria36%; secund.:36%; profes:8%; Técnico:20%	44%	56%	Casad 24%; Solte 20%; U.Lib 36%; Divorc. 12% viudo 8%	4%:1; 9% : 2; 60%: 3; 22% : 4; 5% : 5;	92% si 8% no	7%: 1 80%: 2; 8%: 3;	28% NO; 72% SI	Consumo 76% Educación 12% recreaci 8% otros 4%
<b>Guataqui</b>	primaria 19%; profesional 4%; secund.: 15%; tecnic: 4%; técnologo 1%	39%	61%	unión libre 44% casado 23%, soltero 16%, viudo 12% divorciado 5%	4: 29% 5 o + : 26% 3: 26% 2: 14% 1: 5%.	93% si 7% no	uno 60% dos 35% tres 5%	35% Si 65% No	Consumo 21% Educación 23% Educación y Consumo 2% Educación y recreación 7% N/A 40% Recreación 2%
<b>Jerusalén</b>	Primaria 18% profes. 18% secundaria 36% Técnico 9% Tecnólogo 18%	36%	64%	casado 18% soltero/a 18% unión libre 64%	5 o + 45% 4: 28% 2 27%	No 18% Si 82%	uno 27% dos 55% tres 18%	No 36% Si 64%	Consumo 9% Educación 73% Otro 18%
<b>Tocaima</b>	Secundaria 53% Técnico 10% Tecnólogo 1% Profesional 13%	45%	55%	Soltero 21% Casado 41% Divorciado 2% Viudo 1% Unión libre 35%	1: 1% 2: 26% 3: 38% 4: 24% 5 o + : 11%	78% si 22% no	Uno 6% Dos 58% Tres 21% Cuatro 12% Cinco o Más 3%	Si 47% No 53%	Recreación 40% Educación 31% Consumo 27% Otro 2%
<b>Ricaurte</b>	Primaria 19% Secund. 31% Técnico 27% Tecnólogo 9% Profes. 14%	51%	49%	Soltero 23% Casado 39% Divorciado 9% Viudo7% Unión libre 22%	1: 5% 2: 18% 3: 43% 4: 28% 5 o + : 6%	71% si 29% no	Uno 19% Dos 45% Tres 33% Cuatro 3% Cinco o más 0%	SI 33% NO 67%	Recreación 26% Educación/cons umo 55% Otro 19%
<b>Nilo</b>	Primaria 15% Secund. 42% Técnico 18% Tecnólogo 18,6% Profesional 9%	44%	56%	Soltero 29% Casado 24% Divorciado 0% Viudo 0% U. Libre 47%	Padres 5% Esposo/a 21% Hijos/as 63% Abuelos 4%	Si 94% No 6%	Uno 12% Dos 84% Tres 3%	Si 29% No 71%	Recreación 33% Educación 3% Consumo 63% Otro 1%
<b>Agua de Dios</b>	Primaria 12% Secund. 39% Técnico 26% Tecnólogo 11% Profesion. 11%	46%	54%	Soltero 13% Casado 53% Divorciado 4% Viudo 4% U. Libre 25%	1: 4% 2: 6% 3: 51% 4: 30% 5 o + : 8%	SI 77% NO 23%	Uno 2% Dos 87% Tres 9% Cuatro 1% Cinco o más 0%	SI 68% NO 32%	Recreación 8% Educación 18% Consumo 71% Otro 3%

Fuente: Elaboración de la autora.

**CUADRO 2. INFORMACIÓN TRIBUTARIA Y CONTABLE**

Municipio	Obligación Tributaria	Rentabilidad	Contabilidad	Forma contab	Frecuencia De Pedidos	control inventarios	Sistema De Facturación
<b>Girardot</b>	Si 100% No 0%	Si 99% No 1%	Si 68% No 32%	Manual 48% Sistema 22%	Diaria 8% Semanal 38% Quincenal 30% Mensual 22% Otros 2%	SI 86% NO 14%	Manual 32% Sistematizada 12% Registradora 29% No usa 27%
<b>Nariño</b>	No 20% Si 80%	No 12% Si 88%	No 84% Si 16%	Manual 75% Mixta 25%	Otros 4% Quincenal 16% Mensual 12% Semanal 68%	No 80% Si 20%	Manual 40% No usa 56% Registradora 4%
<b>Guataquí</b>	Si 79% No 21%	Si 21% No 79%	Si 26% No 74%	N/A 74% Manual 11% Mixta 15%	43% semanal, Mensual 9% Quincenal 9%	SI 28% NO 72%	26% manual 4% sistematizada
<b>Jerusalén</b>	si 100%	no 18% si 82%	no 64% si 36%	manual 50% mixta 25% sistematizada 25%	mensual 18% quincenal 36% semanal 45%	Si 73% No 27%	manual 81,82% no usa 9,09% registradora 9,09%
<b>Tocaima</b>	SI 96% NO 4%	SI 94% NO 6%	SI 68% NO 32%	Manual 59% Sistema 21% Mixta 20%	Diaria 8% Semanal 23% Quincenal 41% Mensual 26% Otros 1%	SI 53% NO 47%	Manual 60% Sistema 15% Registradora 17% No usa 8%
<b>Ricaurte</b>	SI 98% NO 2%	SI 94% NO 6%	SI 80% NO 20%	Manual 41% Sistema 36% Mixta 3% No llevan 20%	Diaria 43% Semanal 36% Qincenal 17% Mensual 2% Otros 2%	SI 81% NO 19%	Manual 39% Sistema 26% Registradora 17% No usa 18%
<b>Nilo</b>	Si 98% No 2%	Si 93% No 7%	Si 73% No 27%	Manual 80% Sistema 17% Mixta 3%	Diaria 0% Semanal 36% Quincenal 51% Mensual 11% Otros 1%	Si 82% No 18%	Manual 58% Sistematizada 11% Registradora 15% No usa 16%
<b>Agua de Dios</b>	SI 98% NO 2%	SI 97% NO 3%	SI 72% NO 28%	Manual 54% Sistema 26% Mixta 19%	Diaria 7% Semanal 43% Quincenal 19% Mensual 23% Otros 7%	SI 65% NO 35%	Manual 30% Sistematizada 14% Registradora 14% No usa 41%

Fuente: Elaboración de la autora.

De los ocho municipios Girardot es quizás el de mejores resultados puesto que el capital con que cuentan: 87% menos de \$100.000.000, 13% más de \$100.000.001 y el número de colaboradores es de 10 o menos equivalentes

al 90%, aunque tienen menores requerimientos de capital puede potencializarse su crecimiento económico a través de políticas y estrategias que las favorezcan, preparen e impulsen y esto lleve a mejorar el desarrollo de la

región. Se debe resaltar que cada empresa es diferente en función de su dotación de recursos y forma de organizarse, por ello puede sostener una

ventaja competitiva; la heterogeneidad puede mantenerse a lo largo del tiempo, haciéndola sostenible y competitiva, de lo contrario puede desaparecer.

**CUADRO 3. INFORMACIÓN DE LOS COLABORADORES**

Municipio	Número	Tipo contrat	Segurid ad social	Beneficios salariales	condiciones ambientales	dan capacitación	Área	Última vez
<b>Girardot</b>	de 11 a 50: 10% Menos de 10: 90%	Térm. fijo 23% indefinido 9% Temporal 21% Prestación servicios 22% Sin contrato 25%	Si 34% No 66%	SI 39% NO 61%	Excelente 5% Buena 75% Regular 20% Deficiente 1%	SI 50% NO 50%	Contab. 8% Sistem 24% Mercadeo 44% Gestión H 18% Finanzas 2% Operaci. 0% Otro 5%	1 año 52% Más 1 año y menos 2 años 30% Más de 2 Años 18%
<b>Nariño</b>	Menos de 10 100%	No usa contrato 92% Prestación de servicios 4% indefinido 4%	No 92% Si 8%	No 92% Si 8%	Buenas 96% Regulares 4%	No 80% Si 20%	Mercadeo 17% Mercadeo y finanzas 17% Operaciones 50% Otro 16%	1 año 20% Más de 2 años 8% Menos de 1 año 12% Nunca ha recibido 60%
<b>Guataqui</b>			SI 12% NO 88%	SI 6% NO 94%	Buenas 77% Regular 19% Malas 4%	SI 12% NO 88%	Servicio al cliente 48% Operaciones 52%	7% fue hace un año, el 3% más de un año y el 2% dos años
<b>Jerusalén</b>	51 a 200 19,09% menos de 10 91%	no contrato 55% prestación servicios 9% temporales 27% termino fijo 9%	No 72,73% Si 27,27%	no 63,64% si 36,36%	buenas 55% excelentes 45%	no 64% si 36%	Contab. 9% Sistem 11% Mercadeo 51% Finanzas 29%	1 año 20% 1 año a 2 años 60% más de 2años 20%
<b>Tocaima</b>	Menos de 10: 98% De 11-50 :1% 51 a 100: 1%	Término fijo 17% Indefinido 34% Temporal 26% Prestación serv. 6% sin contrato 17%	SI 23% NO 77%	SI 50% NO 50%	Excelente 18% Buena 67% Regular 12% Defeciente 3%	SI 45% NO 55%	Contabil. 31% Sistemas 15% Mercadeo 50% Operaciones 4%	1 año 31% de 1 a 2: 35% Más de 2 Años 35%
<b>Ricaurte</b>	Menos de 10 94% Entre 11 Y 50: 5% Entre 51 Y 200: 1%	Término fijo 2% Indefinido 11% Temporal 1% Prestación servicio 33% sin contrato 53%	SI 56% NO 44%	SI 12% NO 88%	Excelente 39% Buena 52% Regular 9% Deficiente 0%	SI 13% NO 87%	Contabil. 21% Sistemas 25% Mercadeo 40% Operaciones 14%	1 año 21% de 1 a 2: 40% Más de 2 Años 39%
<b>Nilo</b>	Menos de 10 100%	Termino fijo 2% Indefinido 9% Temporal 35% Prestación Servicios 21% sin Contrato 33%	Si 21% No 79%	Si 17% No 83%	Excelentes 3% Buenas 90% Regular 6% Deficientes 1%	Si 18% No 82%	Contabilidad 9% Sistemas 10% Mercadeo 10% Operacionales 71%	1 año 86% Más de 1 año y menos de 2 años 9% Más de 2 años 5%
<b>Agua de Dios</b>	Menos de 10: 96% de 11 a 50: 3% De 51 a 200: 1%	Término Fijo 42: 21% Indefinido 61: 30% Temporal 1% Prestación servicios 12% sin contrato 35%	SI 35% NO 65%	SI 28% NO 72%	Excelente 1% Buena 99% Regular 0% Deficiente 0%	SI 19% NO 81%	Contabil. 8% Sistemas 24% Mercadeo 12% Gestión Hna 6% Finanzas 6% Operaciones 44%	1 año 72% 1 año a 2: 16% Más de 2: 12%

Fuente: Elaboración de la autora.

#### CUADRO 4. PAGOS Y PROVEEDORES

Municipio	Base de datos	Tipo proveedores	Frecuencia pedidos	Pagos	Productos financieros	Capacidad Endeudamiento
<b>Girardot</b>	SI 74% NO 26%	Fabricantes 32% Mayoristas 48% Minoristas 5% Cadenas 12% Otros 3%	Diaria 8% Semanal 38% Quincenal 30% Mensual 22% Otros 2%	Crédito 37% Contado 63%	Transferencia 15% Chequera 0% Tarjetas 0% Efectivo 85%	Excelente 26% Buenas 41% Regular 29% Deficiente 4%
<b>Nariño</b>	No 68% Si 32%	Cadenas 4% Fabricantes 12% Mayoristas 80% Minoristas 4%	Otros 4% Quincenal 12% Quincenal y Mensual 12% Semanal 68% Semanal y Quincenal 4%	Contado 76% Contado y Crédito 8% Crédito 16%	Efectivo 96% Transferencia Bancaria 4%	Buenas 64% Deficientes 8% Regular 28%
<b>Guataqui</b>	SI 33% NO 67%	Mayoristas 74%, Minoristas 22% y Almacenes de cadena 2%	Semanal 36%, Mensual 20%, Quincenal 30% , Diaria 12%	Crédito 23% Contado 77%	Transferencia bancaria 2%	Excelente 11%, Bueno 16%, Regular 21%, Deficiente 14%
<b>Jerusalén</b>	no 54,55% si 45,45%	Cadenas 9,09% Mayoristas 54,55% Minoristas 36,36%	mensual 18,18% quincenal 36,36% semanal 45,45%	Contado 45,45% Crédito 54,55%	Efectivo 91% Transferencia 9%	Buenas 9,09% Deficientes 27,27% Excelentes 36,36% Regular 27,27%
<b>Tocaima</b>	Si 37% No 63%	Fabricante 10% Mayorista 29% Minorista 37% Cadena Otro 24%	Diaria 8% Semanal 23% Quincenal 41% Mensual 26% Otro 1%	Contado 89% Crédito 11%	Transferencia 13% Chequera 1% Tarjeta Efectivo 86%	Excelente 13% Buena 59% Regular 24% Deficiente 4%
<b>Ricaurte</b>	Si 74% No 26%	Fabricante 8% Mayorista 59% Minorista 3% Cadena 20% Otros 10%	Diaria 43% Semanal 36% Quincenal 17% Mensual 2% Otro 2%	Contado 89% Crédito 11%	Transferencia 12% Chequera 0% Tarjeta 1% Efectivo 87%	Excelente 8% Buena 60% Regular 22% Deficiente 10%
<b>Nilo</b>	Si 42% No 58%	Fabricantes 8% Mayoristas 64% Minoristas 26% Cadenas 0% Otros	Diaria 1% Semanal 36% Quincenal 51% Mensual 11% Otros 1%	Contado 97% Crédito 3%	Transferencia Bancaria 2% Chequera 1% Tarjetas 8% Efectivo 89%	Excelentes 0% Buenas 50% Regular 43% Deficientes 7%
<b>Agua de Dios</b>	Si 63% No 37%	Fábrica 24% Mayorista 74% Minorista 2%	Diaria 7% Semanal 43% Quincenal 19% Mensual 23% Otros 7%	Contado 81% Crédito 19%	Transferencia 6% Efectivo 94%	Excelente 3% Buena 59% Regular 31% Deficiente 7%

Fuente: Elaboración de la autora.

Según el cuadro 1, la mayor parte de las MIPYMES son manejadas por mujeres con excepción de Ricaurte y Girardot, menos del 45% tienen vivienda propia y los miembros del núcleo familiar en gran parte oscilan entre los tres y cuatro.

Respecto al cuadro 2 la mayoría de los comerciantes consultados afirman cumplir con sus obligaciones tributarias, llevan su contabilidad generalmente de forma manual y afirman que su empresa es rentable económicamente.

Según el cuadro 3, los miembros de las MIPYMES no cuentan con seguridad social, hacen uso de los servicios de salud a través del tradicional SISBEN, sus recursos no alcanzan para pagar lo correspondiente a salud y pensión.

De acuerdo con el cuadro 4 los mayoristas son en los proveedores que en gran medida les suministran los productos, los pagos en más del 50% lo realizan de contado, prefieren utilizar el efectivo y consideran tener buena capacidad de endeudamiento.

Resumiendo, se tienen como debilidades: la falta de mano de obra calificada, poca innovación de proyectos, escasos recursos tecnológicos, no se hace planificación estratégica, bajo interés por el mejoramiento y crecimiento de las MIPYMES, no se paga seguridad social a los colaboradores, no realizan inversión en publicidad y actividades de mercadeo. Entre las Fortalezas detectadas se tiene: estar legalmente constituidas, cumplen sus obligaciones tributarias, dan buen servicio al cliente, hay consumo masivo de los hogares y actividades derivadas del turismo, estimulan las ventas, satisfacen sus necesidades materiales con recursos limitados, la meta es sobrevivir.

Frente a las amenazas se encuentra baja iniciativa empresarial la cual puede ser aprovechada por competencia de

fuera de la ciudad, se brinda poca seguridad, hay bajo perfil profesional, se exponen a sanciones legales por el no cumplimiento de obligaciones como lo es el pago de la seguridad social de colaboradores. Finalmente, en cuanto a las oportunidades: apoyo por organismos del estado como el SENA y las universidades, estímulos para la creación de proyectos productivos innovadores y la formación en diferentes programas académicos.

Las alternativas de solución que se plantearon fueron las siguientes:

**ESTRATEGIA 1:** Ajustar los costos y presupuestos con los proveedores, para invertir en actividades de mercadeo, ajustar los precios, y ofrecer ayudas para proyectos de innovación.

**PROPÓSITO:** Orientar a la solución de las problemáticas presentadas en esta área con poco conocimiento.

**ESTRATEGIA 2:** Generar alianzas con instituciones de educación superior, técnica, y tecnológica para el desarrollo de capacitaciones, formación académica a los empresarios y colaboradores de las MIPYMES del municipio.

**PROPÓSITO:** Tecnificar los colaboradores, y empresarios para mejorar el nivel de las actividades económicas desempeñadas.

**ESTRATEGIA 3:** Realizar auditorías acerca de estudios financieros para la rentabilidad de inversión, manejo de

costos financieros y creación de medios de divulgación de políticas fiscales, ayudas económicas para las MIPYMES, y créditos ofrecidos por los bancos de la región.

**PROPÓSITO:** apoyar a las MIPYMES para mejor manejo de su capital, frente a los gastos y costos presentados en su actividad económica.

**ESTRATEGIA 4:** Generar capacitación a las MIPYMES en Investigación y Desarrollo, tecnología, y vigilancia tecnológica.

**PROPÓSITO:** impartir el conocimiento de la importancia de estar actualizando los procesos y tecnologías en el mercado cambiante de la globalización

## 5. CONCLUSIONES

Girardot el municipio con mayor número de habitantes en la provincia del Alto Magdalena se ha visto afectado por la salida de empresas que por mucho tiempo generaron empleo tales como Bavaria, Postobón, Coca-Cola, Progal, Proavin entre otras, afectando considerablemente a la población y aquella de los municipios vecinos, llevando a la necesidad de crear negocios para ayudar al sostenimiento del hogar y esa fue la respuesta más frecuente dada por los encuestados en las distintas localidades.

En el marco del proyecto CEPAL

la hipótesis de partida es que las localidades y territorios tienen un conjunto de recursos (económicos, humanos, institucionales y culturales) y de economías de escala no explotadas que constituyen su potencial de desarrollo. Cada localidad o territorio se caracteriza, por ejemplo, por una determinada estructura productiva, un mercado de trabajo, un sistema productivo, capacidad empresarial y conocimiento tecnológico, una dotación de recursos naturales e infraestructuras, un sistema social y político, una tradición y cultura, sobre los que se articulan los procesos de crecimiento económico local. (Maldonado, 2000, p.8)

Los gobiernos locales, departamentales y el nacional destinan recursos para el fortalecimiento de las regiones, sin embargo, se presenta desvío de éstos y por ello no es imposible mejorar las condiciones de vida para generar desarrollo y explotar adecuadamente los recursos. No se percibe un trabajo articulado entre los organismos que trabajan para brindar apoyo a las Mipymes, los comerciantes ven a la cámara de comercio como sinónimo de cobro de dinero sin beneficios a cambio, razón por la cual se debe sensibilizar a ésta población para que conozca las oportunidades que les brindan y no aprovechan. El SENA trabaja por su cuenta, pero los resultados no son notorios para las Mipymes.

En los municipios de Nariño, Guataquí y Jerusalén se observa mucha pobreza, no se implementan estrategias efecti-

vas que contribuyan a mejorar la calidad de vida de sus habitantes y reactiven la economía. Algunos comerciantes hicieron referencia a la carencia de compromiso por parte de los líderes sociales como lo es la alcaldía municipal, gremios económicos y demás entes junto a los líderes comunales; ello genera por así decirlo un estancamiento económico, en el que los microempresarios dicen no tener quien los incentive y/o capacite para conseguir llegar a un desarrollo empresarial. Teniendo en cuenta que el desarrollo empresarial articula diferentes elementos con los cuales el empresario puede llevar a una organización hacia el logro de sus objetivos, es importante trabajar de la mano con éste, orientarlo, asesorarlo, brindarle apoyo financiero y capacitarlo para que pueda cumplir esa labor de articulación de elementos como el crecimiento económico, la cultura empresarial, liderazgo, gestión del conocimiento e innovación. Se busca lograr un impacto positivo, transformando y fortaleciendo las MIPYMES; todo este trabajo puede hacerlo mancomunadamente las alcaldías, gobernación, organismos para el fomento del emprendimiento, instituciones financieras, universidades, cámara de comercio y gremios económicos.

En Girardot por ejemplo, resultan pocos los esfuerzos de las autoridades municipales para alcanzar ese propósito, aunque en el plan de desarrollo 2016-2019 en su eje denominado *Desarrollo*, se fija como objetivo posicionar la ciudad como referente de competitividad regional con una infraestructura acorde al desarrollo empresarial, pero en este momento debido a los problemas que atraviesa la ciudad dadas las investigaciones del alcalde elegido y del anterior los procesos se han detenido.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alberto, R. G. (s.f.). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA*. Obtenido de <http://www.javeriana.edu.co/ear/ecologia/documents/ALBERTORAMIREZMETODOLOGIADELAINVESTIGACIONCIENTIFICA.pdf>
- Alvarez, M. (2010). *Lecciones para empresarios familiares*. México: UDEM. Biblioteca Luis Angel Arango BanRepública. (2015). *Subgerencia Cultural del Banco de la República*. (2015). *Economía informall*. Obtenido de Subgerencia Cultural del Banco de la República. (2015). *Economía informal*: [http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/economia\\_informal](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/economia_informal)
- Cspedes, D. (06 de 06 de 2013). *INVESTIGACION MOVILCO SAS*. Obtenido de <http://investigacionmovilcosas.blogspot>

- .com.co/2013/06/marco-teorico.html
- Congreso de Colombia. (2008). *Ley 1259 de 2008*. Obtenido de [https://www.minambiente.gov.co/images/normativa/leyes/2008/ley\\_1259\\_2008.pdf](https://www.minambiente.gov.co/images/normativa/leyes/2008/ley_1259_2008.pdf)
- Descuadrando.com. (30 de Abril de 2013). *Sector Económico*. Obtenido de Descuadrando: [http://descuadrando.com/Sector\\_economico](http://descuadrando.com/Sector_economico)
- Global Entrepreneurship Monitor. (diciembre de 2010). *Reporte Anual Bogotá 2009-2010*. Obtenido de Cámara de Comercio de Bogotá: [http://camara.ccb.org.co/documentos/6792\\_informe\\_gem\\_2010.pdf](http://camara.ccb.org.co/documentos/6792_informe_gem_2010.pdf)
- González Hernández, R. (2010). *La continuidad de la empresa familiar*. Obtenido de DIALNET Anuario Jurídico y Económico Escurialense 401-410: <file:///C:/Users/SALA%20317%20PC1/Downloads/Dialnet-LaContinuidadDeLaEmpresaFamiliar-3170547.pdf>
- Hernández, S. G. (2008 ). Caracterización e importancia de las Mipymes en Latinoamérica. *Actualidad Contable FACES*, 125.
- Maldonado, A. (2000). PROYECTO CEPAL / GTZ Desarrollo Económico Local y Descentralización de la División del Desarrollo Económico. *Comisión Económica para América Latina y el Caribe*, 77. Obtenido de <http://archivo.cepal.org/pdfs/2000/S00020120.pdf>
- Pacheco, C. (1 de abril de 2013). Estrategias empresariales más utilizadas por las pymes en Sincelejo entre los años 2005-2010. *Revista Económicas CUC*, Vol. 34, No. 1, 183-202.
- Perez, D. R. (2011). TEORÍA DEL CRECIMIENTO DE LA EMPRESA PENROSE. *TENDENCIAS Y NUEVOS DESARROLLOS DE LA TEORÍA ECONÓMICA*, 4.
- Quejada Perez y Avila Gutierrez, R. (2016). Empresas familiares: Conceptos, teorías y estructuras. *Escuela de Administración de Negocios*, 149-158.
- Reyes, G. E. (2012). Proyecto de Investigación Gestión Empresarial y Desarrollo. *Documentos de Investigación, Universidad del Rosario*.

### PARA CITAR ESTE ARTÍCULO:

Díaz Cárdenas, M. (2018). Caracterización socioeconómica de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) del alto magdalena. *Collectivus, Revista de Ciencias Sociales*, 5(2), 44-59.

DOI: <http://dx.doi.org/10.15648/Coll.2.2018.4>

**Recibido: 10/03/2018**  
**Aprobado: 12/05/2018**