



5, 6 y 7 de marzo 2008, Universidad Nacional de Colombia, sede Medellín

DINAMICA DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES) EN LA CIUDAD DE MONTERÍA Y SU IMPACTO EN LA GENERACIÓN DE EMPLEO

Benjamín Castillo Osorio

Universidad del Sinú. Sede Montería
bcastillo@unisinu.edu.co
7840-340 y Fax 790-20-56

Resúmen.

Objetivos.

A) General.

Lo que se pretende con este estudio de caso es determinar la dinámica de la situación actual de las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Montería y su impacto en la generación de empleo, mostrar cual ha su incidencia en el proceso de crecimiento y desarrollo en la economía regional y nacional; para lo cual se hace necesario implementar varias acciones que conduzcan a proponer alternativas de mejoramiento del proceso de crecimiento y desarrollo de las microempresas por parte de los diferentes empresarios del departamento y por ende de autoridades del nivel local, regional y nacional.

B) Específicos:

1. Realizar un diagnostico de la situación actual de las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Montería.

2. Definir y clasificar las pequeñas y medianas empresas por actividad económica dentro de cada sector de la economía regional y nacional.

3. Determinar el potencial de crecimiento o atraso del sector empresarial en la economía regional comparado con el nivel nacional.

4. Establecer un perfil básico de las pequeñas y medianas empresas y de los propietarios.

5. Caracterizar el desempeño de las firmas durante el periodo de Empleo, producción, ventas, etc.) discriminar por atributo

6 Aportar a la generación de empleo en forma representativa por parte de las pequeñas y medianas empresas a la población de Montería.

7 Aportar a la mejora de la calidad de vida de los pequeños y medianos empresarios de Montería y a la sociedad en general.

8. Proponer alternativas para la búsqueda de solución a los diferentes problemas por los que atraviesa el gremio que conforman el sector de las pequeñas y medianas empresarias en Montería, especialmente el de la franja de los servicios, que es el de mayor peso dentro del contexto regional, para coadyuvar con el crecimiento y desarrollo de las mismas.

De otro lado es importante tener en cuenta ciertos criterios que serán de mucha importancia para el empresario Cordobés que inicia sus actividades y las características de los pequeños y medianos empresarios, que expliquen su desempeño y permanencia en el mercado: Perfil (s) del pequeño y mediano empresario (s), (propietario) y trabajadores de la pequeña y mediana empresa en áreas urbanas. Características sociodemográficas, motivación y capacitación necesaria para la conformación de la empresa. Acceso a programas estatales.

Identificar las características de los establecimientos PYMES, que expliquen su desempeño y permanencia en el mercado. En términos de: ubicación del negocio, tipo de organización empresarial, tamaño de las empresas, edad de las empresas, ingresos de las empresas.

• Evaluar lo que está ocurriendo en el sector de las PYMES, a partir de la actividad económica en el campo de la informática, la telemática, servicios de reproducción y video juegos y de acuerdo con los resultados, plantear nuevos parámetros que enriquezcan la conceptualización de la pequeña y mediana empresa, no solamente desde la academia, sino como insumo para el diseño de políticas y programas más acordes con la realidad.

- Definir el perfil del nuevo empresario y determinar si es diferente al del empresario tradicional de la pequeña y mediana empresa, es decir, una persona joven, con nivel educativo y formación profesional media o alta, con visión y proyección de crecimiento empresarial.

Asimismo, analizar si la nueva empresa difiere de la empresa tradicional, por tener aspectos de formalidad inserta en la dinámica económica en su organización, con relativa alta intensidad de capital, alto nivel tecnológico y relaciones de producción capitalistas, entre otras diferencias.

Justificación

Este trabajo de investigación se justifica porque, le permite a la Universidad del Sinú dirigir, orientar planificar y coordinar todas las acciones de las diversas actividades económicas al interior del Departamento e insertarse en la triada, academia, sector productivo y Gobierno, asumiendo el reto que caracteriza al nuevo orden económico mundial. De ahí la importancia de aprovechar de la mejor manera posible las oportunidades que ofrecen los tratados de libre comercio y de mitigar los posibles riesgos que se derivan de ellos a fin de generar condiciones favorables que contribuyan al logro del mejoramiento de la calidad de vida de los integrantes de estas organizaciones empresariales y por consiguiente de la población Cordobesa en general.

El Problema

Es importante dar a conocer que los principales problemas enfrentados por los pequeños y medianos empresarios en los últimos 5 años, están relacionados y en cierto modo se derivan de la coyuntura económica, Nacional y mundial, falta de fondos, poca rentabilidad, escasa demanda, cobro de cartera y difícil acceso a los canales financieros formales, todos los empresarios del departamento de Córdoba, al igual que los micro empresarios de la ciudad de Montería y los del resto del país, sin lugar a dudas tienen este denominador común, y presentan la misma sintomatología, obviamente que hay otros factores de perturbación que más adelante describiremos en forma más detallada; de ahí la importancia que reviste tratar de buscarle salida y propuestas de solución a este grave problema que dificulta y obstaculiza el proceso de crecimiento de estas organizaciones empresariales que de cualquier forma proporcionan mucho beneficio a la sociedad, lo cual se traduce en todo

lo que tiene que ver con la generación de empleo y por ende del desarrollo económico y social, y en última instancia en mejor calidad de vida para sus asociados.

La Situación Actual:

En estos momentos, se puede inferir que de acuerdo con estudios realizados al interior del Departamento de Córdoba en materia organizacional, todas las pequeñas y medianas empresas que existen en el departamento de Córdoba, vinculadas al proceso productivo requieren de grandes inversiones para poder enfrentar el reto de la competitividad para exportar en gran escala y ponerse de cara al tratado de libre comercio que se avecina y por consiguiente al proceso de globalización de la economía con todas sus derivaciones; de otra parte puede decirse que el principal problema reportado es la falta de fondos, seguido por un incremento fuerte de la poca rentabilidad y, en menor medida, la carencia de mercado; pero dada la situación coyuntural por la que atraviesa el país, y por ende el último acontecimiento histórico registrado recientemente, o sea la firma del tratado de libre comercio el pasado 22 de Noviembre (2006), en las oficinas del Banco interamericano de desarrollo con los Estados Unidos y que ahora falta la aprobación por parte de ambos congresos, el nuestro y el Norteamericano, no es nada fácil perder una oportunidad tan valiosa como es la de negociar con el mercado más grande del mundo, por lo que este proceso entraría a dar respuesta en cierto modo a esa problemática planteada arriba; en consecuencia esta es una labor de alto nivel del Gobierno y que de ninguna manera puede dejar pasar por alto este hecho de gran trascendencia para la el crecimiento y desarrollo del país.

Metodología Empleada

La investigación propuesta es de tipo exploratoria y se ha dividido en dos (2) fases la primera que se deriva de la revisión de literatura o denominada fuente secundaria, de ahí la importancia que reviste resaltar que este investigación es de corte eminentemente científico, ya que se parte de lo general para llegar a lo particular, además es correlacional y aplicada, como se demostrará en la fase II, es decir en el proceso analítico resultante de la fuente primaria, o sea la información que arrojan las encuestas, dado que la temática se enmarca, dentro de la línea de investigación de la Universidad del sinú, definida como: “Desarrollo humano regional sostenible” y la sublínea, análisis y gestión del desarrollo económico, empresarial y contable de las organizaciones, cuyo objetivo es el impulso al crecimiento y desarrollo de la región a través de la expansión y creación de nuevas fuentes de desarrollo empresarial en los (3) tres sectores de la economía, apuntándole a la inversión

nacional y extranjera, lo cual obedece fundamentalmente a la tipificación del desarrollo empresarial en Córdoba, concordante con las políticas contempladas dentro del plan de investigación de la institución como pilar fundamental para la generación de nuevos conocimientos que deben cumplir papel importante al interior de la sociedad. Por esta razón he considerado de vital importancia asumir esta tarea, acerca de “La dinámica y/o el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas en el Municipio de Montería”. Para abordar este trabajo se hace necesario tener claro que estas organizaciones en el Departamento de Córdoba, no han tenido un proceso de desarrollo acelerado, sino más bien ha sido lento y pausado, sobre todo en el sector de servicios, que es el caso de mayor relevancia actual.

Estrategias:

De otro lado, los empresarios se beneficiarán a través de las estrategias resultantes de esta investigación, cuyas propuestas estarán disponibles y permitirle a este sector contar con elementos de juicio para ser más competitivo en el mercado internacional dentro del marco del proceso de la firma de diversos tratados de libre comercio y de la inserción al proceso de internacionalización y por consiguiente de la globalización.

Desde el punto de vista socioeconómico, porque le va a permitir al empresario de Montería y por ende a todos los de la región, contar con unas herramientas eminentemente técnicas que puede aplicar con mucha facilidad para la planificación, ejecución, evaluación, control y retroalimentación de sus actividades económicas, y de esta manera poder mejorar su productividad y a su vez contribuir con el desarrollo regional y aún nacional, a través del incremento del (P. I. B.) producto interno bruto nacional.

Obstáculos

Partiendo del principio, que el proyecto se desarrolla en Montería, en primera instancia se acudió a la Cámara de Comercio de ésta, para obtener el universo de las pequeñas y medianas empresas objeto de estudio, sin embargo surgieron algunos inconvenientes tales como: el sistema de clasificación existente no discrimina las actividades concretas y específicas; en los formularios de renovación y matrícula que diligencian los empresarios, omiten el número de trabajadores o declaran cifras económicas aproximadas, en lo concerniente con el capital suscrito y pagado, siendo este último, uno de los parámetros que sirven para la definición de pequeña y mediana empresa.

Además, el sistema de renovación anual de matrícula mercantil, distorsiona el número o cantidad de los negocios registrados, en el sentido que una misma empresa se reporta al inicio y las veces en que se renueva.

La investigación se desarrolla, teniendo en cuenta dos aspectos fundamentales como son: 1º. La revisión de la literatura en una primera fase, y 2º.- La aplicación del instrumento

(encuesta), y 3º entrevistas con algunos empresarios de la región, propietarios de las pequeñas y medianas empresas legalmente constituidas y registradas en la cámara de comercio de la capital de Córdoba, tomando como marco de referencia el espacio temporal comprendido entre 2003 y 2007, así mismo aprovechando la información del censo de población de 2005, para darle piso jurídico a la información manejada en términos de población, de otro lado la aplicación de la encuesta reportará la información de fuente primaria concordante con el período objeto de la investigación y la aplicación de técnicas en el proceso de producción de ésta.

El sector empresarial cordobés, ha experimentado cambios significativos e importantes en los últimos dos decenios, tal vez con mucho retraso en relación con otras regiones del país, pero de manera significativa, pasando poco a poco de una economía eminentemente campesina, agraria casi de subsistencia, a otras más diversificadas en la cual se presentan manifestaciones muy tangenciales en actividades como la agroindustria con someros avances, de otro lado la prestación de servicio, del transporte terrestre en todas sus modalidades, las telecomunicaciones, el comercio de bienes materiales y los demás servicios complementarios. Surgen así nuevas empresas locales o se establecen algunas con origen en otras regiones del país y con ellas se le imprime algunas modificaciones a la estructura del mercado laboral local y regional, no sólo por nuevas posibilidades de generación de empleo, sino también por el incremento de los niveles de productividad exigidos, además por el estricto seguimiento de que son objeto las empresas por parte de las autoridades que buscan asegurar el cumplimiento de las disposiciones legales vigentes concernientes con esta materia; todos estos cambios que se han mencionado de manera generalizada, no siempre han significado modificaciones al interior de las empresas para garantizarles un adecuado desarrollo y crecimiento con miras a direccionar o jalonar el progreso y el desarrollo económico y social de la región. Sea cual fuere la realidad, lo cierto es que la rotación laboral en las empresas de Montería y el resto del departamento, obedecen fundamentalmente a la gama diversificada de actividades informales que se encuentran dispersas por todas partes, es decir todo lo que tiene que ver con el comercio callejero y otras formas de “rebusque” como suele denominárseles, la informalidad o trabajo disfrazado; de continuar, persistir y mantenerse esta situación las empresas en Montería y Córdoba, seguirán perdiendo su capacidad de liderazgo y sostenibilidad para ser competitivas y por consiguiente sin ningún tipo de futuro para insertarse en el mercado nacional e internacional, pues es imposible ocultar que las autoridades son cada vez más estrictas, exigentes y drásticas en el cumplimiento de las normas que rigen la ley, y por tanto la aplicación de las sanciones son más severas, lo cual trae como consecuencia lógica, el descalabro económico de los pequeños y medianos empresarios; que sin duda se verán en la imperiosa necesidad de cerrar sus negocios y de otro lado la pérdida de imagen

social de las empresas, señaladas como incapaces y poco cumplidoras de sus funciones sociales y obligaciones laborales contractuales.

Antecedentes.

“Desde 1980, hasta hoy día, las pequeñas y medianas empresas han venido jugando un papel muy importante dentro del contexto de la economía colombiana, indudablemente por su contribución a la generación de empleo, a la producción manufacturera y a la demanda de bienes y servicios, así como también al mejoramiento de la calidad de vida de sus asociados, sin embargo, conscientes de las limitaciones que hoy en día existen, en relación con el desarrollo y crecimiento de las Microempresas tradicionales y de punta y con la mejor intensidad que se realicen trabajos de investigación que permitan tipificar de la manera más objetiva y concreta, las posibles soluciones al problema no sólo de las PYMES sino también de las Microempresas, nace aquí la importancia que reviste seleccionar las variables más representativas, que de una u otra manera, mostraran las tendencias más relevantes en el cuerpo de la investigación”(H. Cuadrado 2005)

Marco Conceptual.

La Pequeña y Mediana empresa en Colombia.

La importancia del sector de las PYME (Pequeña y Mediana empresa) ha sido ampliamente reconocida para la economía del país desde hace varios años en términos de la generación de empleo y desarrollo sectorial y regional. De allí el interés de muchos gobernantes en formular políticas, programas y diversas acciones dirigidas a este sector.

Sin embargo, la pequeña y mediana empresa ha sido muy controvertida en términos de políticas, programas y acciones; no se puede hacer abstracción de los contenidos ideológicos que a favor y en contra han circulado no solamente a nivel de Colombia sino de toda América Latina. Ante la perspectiva de ocupación para millares de personas no ubicadas dentro del proceso económico, se pusieron en práctica fórmulas, para garantizarles la vida como trabajadores independientes. La idea de la pequeña y mediana empresa se solidificó como política de Estado y hasta comenzó a estar en la agenda de los movimientos filantrópicos. Tal es el caso en Colombia, de la Fundación Carvajal en 1970, quien fue la primera en utilizar estos términos.

La idea de brindarles servicios de apoyo, tales como capacitación y crédito, se consideró como un elemento crucial para abordar la pobreza y mejorar el nivel de vida de los trabajadores por cuenta propia, sobre todo de aquellos de menores recursos económicos.

En ese orden de ideas, se formuló la Ley 905 de 2004, para la promoción del desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, de donde para todos los efectos de este estudio se toman las definiciones.

La pequeña y mediana empresa, entendida como aquella unidad de producción con un máximo de 50 empleados, y un capital de hasta 5000, para las pequeñas y de 51 a 200 empleos y hasta 30.000 (SMLV) salarios mínimos legales vigentes, para todos los efectos, se entiende por 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. 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.”

Estas políticas de atención se han dirigido, por una parte, hacia la colocación de recursos financieros en cabeza de las entidades privadas que atienden al sector, vale decir las micro financieras y de manera reciente la banca formal, y por otra, hacia aquellas entidades tanto públicas como privadas que brindan capacitación y asesoría, asumiendo que ellas poseen el conocimiento de las características particulares del grupo objetivo y de su riesgo asociado, por tanto son las más idóneas para realizar esta actividad.

A pesar de los estudios existentes, se podría afirmar que persisten vacíos en el conocimiento acerca de la dinámica de las pequeñas y medianas empresas y el perfil de los empresarios y más aun en la coyuntura económica de la última década, vacío que se puede generalizar sin temor a equivocaciones al que existe sobre estas empresas dedicadas a los servicios.

Todo el énfasis se ha puesto en las PYMES, empresas de producción, olvidando el sector terciario que es el predominante dentro de las áreas urbanas y el mayor generador de empleo.

El día 3 de Diciembre de 2007, el periódico Portafolio, publicó un breve artículo donde convergen muchas de las teorías que hemos venido trabajando desde tiempo atrás con relación al sector de las pequeñas y medianas empresarias tanto en Montería, como en Colombia, veamos lo que se encontró

“Evaluar hacia donde va la pequeña y mediana empresa en Colombia teniendo en cuenta las estadísticas, es el objetivo principal del observatorio creado por la CDM.

¿Sabía usted que la gran mayoría de las MYPIMES bogotanas se dedican a ofrecer servicios de telefonía celular e Internet y que el 80 por ciento de estas se encuentran ubicadas en áreas comerciales y universitarias? Eso fue lo que se encontró en el estudio de caracterización de la pequeña industria, el cual también reveló importantes cambios cuantitativos y cualitativos en el sector. Este análisis es uno de los muchos renglones en los

que trabaja el Observatorio de la pequeña y mediana empresa, creado por la Corporación para el Desarrollo de las Microempresas (CDM), como una herramienta importante de investigación para las diferentes entidades públicas y privadas que buscan apoyar la creación de nuevas ideas productivas.

Si bien es cierto que la microempresa representa más del 96 por ciento de las unidades económicas en el país, también se puede afirmar que la pequeña y mediana empresa no son las que generan el mayor número de empleos en Colombia, esto la hace la microempresa que representa un 98.2% del total del empleo en el País.(Fundación Corona -2006) Por esta razón, se decide crear un centro de investigación que cuenta con el apoyo de entidades tan importantes como el DANE, que otorga periódicamente información precisa, utilizada para establecer las características principales de los productos y servicios ofrecidos por las microempresas, explica María Lucía Castrillón, gerente de la CDM.

Una Herramienta Para Todos.

En esencia, el observatorio es muy útil para todo tipo de organizaciones que tienen como objetivo impulsar la creación de nuevos negocios, pero también para las instituciones educativas que se han convertido en las principales generadoras de ideas productivas viables.

Un ejemplo de ello es la universidad Externado de Colombia, que trabajó conjuntamente con el Observatorio para sacar un completo estudio sobre las microempresas de punta, que concluyó que en el estrato 3 se ubica el 42% de estos negocios, que se dedican principalmente a la oferta de servicios de Internet, cabinas telefónicas y papelerías.

La constante actualización de este centro de investigación es la principal razón por la que tomamos como fuente de consulta al Observatorio, que fue una gran ayuda para obtener los resultados. Allí pudimos saber de manera exacta cuál es el rumbo que está tomando la microempresa y cuáles son las tendencias para la realización de proyectos a futuro, resaltó Cecilia Delgado, investigadora de la facultad de ciencias sociales y humanas de la Universidad Externado de Colombia.

Por su parte, Amalia Arango, directora ejecutiva de la corporación Actuar Famiempresas, de Medellín, señala que la experiencia de trabajo que ha obtenido la CDM con más 100 fundaciones que apoyan a estas pequeñas industrias habla por sí sola. Unir esfuerzos con esta entidad es un completo acierto, pues manejan un basto conocimiento estadístico que orienta a cada una de las organizaciones para que brinden un mejor servicio a la personas interesadas en el tema, dijo Arango”.

En el panorama económico actual, es decir teniendo en cuenta las circunstancias macroeconómicas y sectoriales, ¿qué tipo de microempresas se está generando? ¿Quiénes son los nuevos empresarios?

Son precisamente estas preguntas las que motivan parte de la investigación y despiertan el interés para ahondar en este estudio, dado que en los últimos años han venido apareciendo distintos tipos de Pequeñas y medianas empresas en respuesta a la demanda de la población urbana, de diversos servicios derivados de la Informática, y de las Telecomunicaciones, Reproducción de Videos, juegos electrónicos, y de control remoto.

Por otra parte, ¿cuál es el papel que han jugado las políticas estatales de apoyo a la pequeña y mediana empresa, para su surgimiento y sostenibilidad? Entendiendo como objetivo último de las políticas, el fortalecimiento del sector de la microempresa, en términos de creación de empresas y mejor desempeño competitivo de las mismas.

Hasta la década de los ochenta del siglo pasado en sectores tradicionales de la producción manufacturera (confecciones, calzado, marroquinería, cerrajería, carpintería, artes gráficas y otras), del comercio (tienda de barrio, comercio callejero y de servicios (servicios personales, apoyo a la producción y al comercio formal).

En armonía con las condiciones propias de los procesos productivos de estos sub sectores de la economía, la pequeña y mediana empresa se ha caracterizado por:

1. Presencia de relaciones sociales de producción tradicionales, es decir sin división orgánica y con muy escasa división técnica del trabajo
2. Organización y funcionamiento empresarial relativamente informales
3. Orientación hacia mercados tradicionales de escaso dinamismo y exiguo poder de compra
4. Organización semiartesanal de la producción
5. Bajo nivel tecnológico
6. Baja intensidad de capital
7. Baja productividad
8. Baja rentabilidad.

Por su parte, el empresario de la microempresa se ha caracterizado por ser una persona:

- A.- De edad madura
- B.- Con nivel bajo a medio de educación y/o formación profesional
- C.- Con experiencia de varios años en la actividad productiva propia de su empresa
- D.- Con conocimiento del oficio ganado a través de larga experiencia
- E.- Motivado por el deseo de independencia y dar trabajo a su familia y a otros
- F.- Con expectativas de mantener una empresa modesta, capaz de proporcionarle la subsistencia propia y de su familia.

A raíz de la escalada de los nuevos adelantos tecnológicos provenientes de las aplicaciones de la microelectrónica a los campos de la informática (computador, fax, scanner, impresora)

y la telemática (la Internet, la telefonía celular), se han abierto nuevos campos a la micro y pequeña empresa en los cuales están apareciendo unidades de servicios con una lógica al parecer diferente a la de la microempresa tradicional y apoyo a la producción y al comercio formal.

Las Pequeñas y Medianas empresas De Punta un Nuevo Concepto

La se caracteriza por:

- 1) Relaciones sociales de producción capitalistas
- 2) Organización y funcionamiento empresarial formalizado
- 3) Organización “industrial” del proceso productivo
- 4) Orientación hacia mercados modernos con alto o mediano poder de compra
- 5) Alto nivel tecnológico (con capacidad de resolver problemas tecnológicos de los procesos de punta)
- 6) Relativamente alta Intensidad de capital (la requerida para mantener el nivel tecnológico relativamente alto)
- 7) Alta productividad (la que corresponde al alto nivel tecnológico y es requerida para remunerar adecuadamente los factores de producción que aseguran la alta productividad)
- 8) Alta rentabilidad (la que corresponde a una productividad relativamente alta)

El empresario de este sector de punta se caracteriza por:

- 9) Edad joven o de adulto joven
- 10) Nivel educativo y de formación profesional media o alta
- 11) Conocimiento del oficio a través de educación formal y/o formación profesional
- 12) Experiencia en el oficio de escasa duración pero exigente en apropiación y aplicación de conocimientos
- 13) Motivado por el deseo de independencia
- 14) Con expectativas de llegar a tener una empresa pujante que crezca y se desarrolle en el tiempo.

Algunos autores han denominado este tipo de empresas como de punta, dado el carácter de la tecnología que ofrecen.

Un Poco de Historia.

“La pequeña y mediana empresa en Colombia, tiene su origen a partir de 1970, y brinda una coyuntura muy importante para dar impulso a las pequeñas industrias que se formaron

antes de la gran depresión de 1929, lo cual genera un rápido crecimiento para abastecer el mercado nacional. La industria siguió concentrada en la producción de bienes de consumo y los intermedios ocupando la microempresa un segundo lugar". (Argel Espitia, Erica y Gómez Estrella, Dina (2004)

Con el objetivo fundamental de ubicar a las microempresas en el contexto nacional y regional, se considera necesario hacer esta breve reseña histórica, para poder mirar con detenimiento el proceso de desarrollo o estancamiento que han venido registrando durante este último quinquenio.

El inicio de la aparición de la organizaciones empresariales en el municipio de Montería, data más o menos de unos 65 años, es decir 4 años después de fundada la cámara de Comercio de Montería, de todas maneras es importante tener presente que este trabajo recoge todas las inquietudes, necesidades básicas y los diferentes problemas por la que atraviesan los empresarios que se encuentran comprometidos con múltiples actividades económicas, bajo sus tres formas de presentarse al mercado, que por ende pertenecen al sector servicios propiamente dicho, o sea al sector tres (3) de la economía colombiana, puesto que sin duda alguna se presentarán diversas propuestas y alternativas con viabilidad para el crecimiento y desarrollo de este sector, lo cual redundará en beneficio de todos los estamentos de la sociedad que participan en la vida económica de Montería, el departamento, la región caribe y por que no decirlo, hasta trascender el ámbito del nivel nacional e internacional, y de esta manera recuperar el tiempo perdido en el proceso de desarrollo y crecimiento de la economía regional .

Algunos Referentes.

De acuerdo con la investigación realizada por (Castañeda C, Alberto y Cubillos, Rafael L., 2004) denominada *Tercera evaluación de los programas de apoyo a la pequeña y mediana empresa*, "el sector de la pequeña y mediana empresarial ocupa un lugar significativo en la economía colombiana, ya que genera cerca del 18% del PIB urbano y, en promedio, durante las últimas dos décadas, ha representado cerca del 60% de la fuerza de trabajo del país". Su importancia estratégica ha sido apreciada desde tiempo atrás, hasta el punto de que casi cualquier política de desarrollo empresarial y social en Colombia ha tenido vínculos estrechos con su desarrollo; dentro de este marco referente, la Ciudad de Montería y el departamento de Córdoba, no escapa a este proceso y en consecuencia este sector aunque en forma muy tímida aporta al producto interno bruto, pero en otras condiciones de productividad y competitividad, las cosas serían diferentes, por ello no es inmediato ya que: "En los últimos años el mundo ha entrado en un proceso de rápida transformación, los cambios en los sistemas políticos, económicos y en los valores sociales, nos llevan a un punto en que las nociones convencionales no son pertinentes muchas veces.

Uno de los aspectos externos de mayor incidencia es la globalización la cual afecta de manera directa a las empresas. La globalización plantea retos a los empresarios para que pongan a tono sus empresas; les abre nuevas oportunidades de expansión en el exterior y le añade complejidad a la dirección de éstas. También afecta a los gobiernos ya que les imponen restricciones cada vez mayores a la hora de diseñar sus políticas económicas, igualmente la globalización de los mercados incide también en la sociedad civil, y el cambio social y cultural. Este fenómeno ha provocado una creciente e intensa rivalidad internacional en diversos sectores de la economía.

La creciente rivalidad internacional, la aceleración de la innovación tecnológica, el proceso de unión económica europea, el incremento de las importaciones procedentes del Sudeste Asiático, la integración creciente de los distintos mercados financieros internacionales, la aprobación del acuerdo de libre comercio entre Canadá, México y Estados Unidos, o la mayor cooperación económica a nivel internacional son fenómenos de rabiosa actualidad que marcan un auténtico punto de ruptura con la evolución económica internacional hasta hace muy pocos años.

La rivalidad generada, las acciones proteccionistas y la aparición de nuevas tecnologías, han contribuido a que la crisis actual no sea puramente coyuntural sino el reflejo de cambios estructurales que se vienen produciendo en la economía mundial. Hoy la empresa si pretende ser internacional debe hacer un análisis profundo de ventajas competitivas para lograr penetrar en los mercados internacionales, tales como: eficiencia (ventajas comparativas, sistemas propios y economía de escala), flexibilidad (diversificación y operar en otros mercados), aprendizaje (conocimiento de los mercados externos, marketing), marcas, prestigio (ser visible) y acompañamiento a los clientes (seguimiento de sus clientes). Este conocimiento le permitirá tomar decisiones acertadas. Además de lo citado anteriormente, los dueños de empresa tienen que ser consciente del cambio que se debe generar en los aspectos de cómo penetrar en el mercado, estructuras administrativas, visión y estrategias, son fundamentales las habilidades gerenciales de quienes dirigen y las herramientas administrativas para desplegarlas en estas empresas con miras a internacionalizarse o para fortalecerse ante el fenómeno de la globalización. La administración estratégica sería un excelente punto de partida para implementar en este entorno turbulento y dinámico que tienen las empresas.

De otro lado, es importante resaltar que durante los últimos 5 años la Fundación CORONA, en asocio con la Fundación FORD, han llevado a cabo un programa de investigación sobre el sector de las pequeñas y medianas empresas en Colombia, con los objetivos principales de entender aspectos determinantes del comportamiento y de la dinámica de este tipo de empresas, en la cual entran a identificar los impactos de la política pública hacia este sector y en consecuencia logran hacer algunas recomendaciones para su mejoramiento. De ahí la

importancia que representa nuestra investigación al entrar a considerar en forma objetiva la problemática actual del sector en mención en la ciudad de Montería.

Como es de público conocimiento, los empresarios de Montería y los restantes del departamento, al igual que los de muchas otras ciudades capitales y Departamentos, presentan la misma situación y tienen un corte muy similar, pues se constituyen en el epicentro de la economía regional, dadas sus condiciones muy particulares, puesto que no son tenidas en cuenta en forma individual, ya que en última instancia cuando acuden a solicitar recursos del crédito interno ante los organismos que ofrecen financiamiento a estos sectores, que están explotando cualquier actividad económica, se les frena la posibilidad, dado que sólo tienen acceso a los créditos los gremios y agrupaciones asociados, tales como las cooperativas entre otras, por tanto lo que se pretende es que esto no siga sucediendo, por tanto hay que romper con este esquema retardatario. Pues todos presentan la misma problemática y se quejan constantemente por los factores perturbadores que más sienten al interior de sus organizaciones, cuales son la escasez económica, la falta de fuentes financieras con créditos blandos, como para no ir más allá, pues estos son factores fundamentales y determinantes para que éstas puedan cumplir su función dentro del ámbito de la producción local, regional, nacional y aún en el concierto internacional. En nuestro Departamento, “los pequeños y medianos empresarios, no cuentan con un proceso de planeación racionalmente aplicado y adecuado, sino más bien deficiente, tal como lo muestran estudios recientes donde se afirma que el 64%, no busca capacitación en materia de Planificación y administración de empresa”(B.Castillo-2006) normas procedimientos, técnicas y herramientas que contribuyan al fortalecimiento y engrandecimiento de su propio negocio, de otro lado. el alto índice de desconocimiento de las políticas y normas del Estado en todo lo atinente a la creación de empresas y los beneficios que perciben relacionados con impuestos, tasas, contribuciones, subsidios, es decir aspectos que la ley 590 de 2000 les otorga, cuando se trata de crear empresas nuevas, asimismo la ausencia de verdaderos líderes empresariales que representen a los gremios en el nivel central, para que gestionen recursos y apalanquen proyectos de inversión de gran magnitud, tales como puertos marítimos y aeropuertos de talla internacional, así como obras de infraestructura que sirvan de soporte y pilar fundamental para el desarrollo y crecimiento de las micro empresas de nuestra región.

FASE II

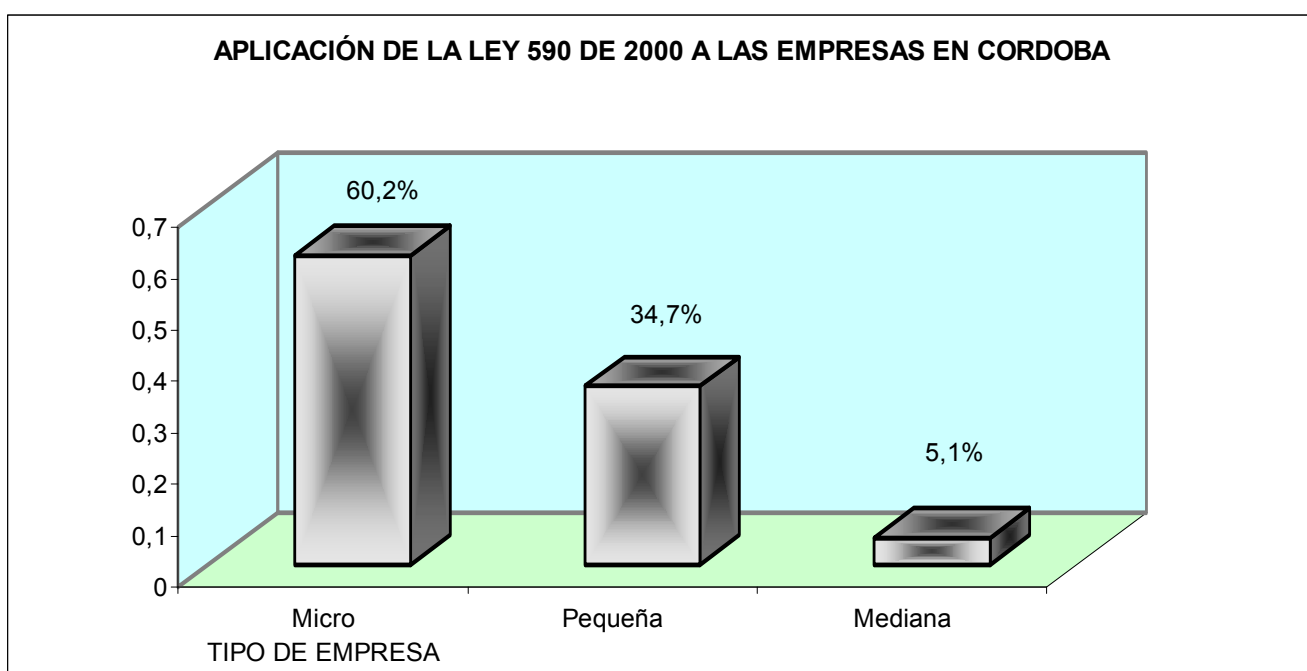
Análisis de Resultados.

En lo concerniente con el análisis de la información de fuente primaria, o sea la suministrada por los empresarios que tienen que ver con el proceso de producción en todo el departamento de Córdoba, se puede apreciar el siguiente comportamiento:

Es importante destacar, que con el nacimiento de la Ley 590 de 2000, las empresas en el país son categorizadas y sólo define tres categorías que son las micro, pequeñas y medianas, como puede observarse, aquí no se mencionan las grandes empresas, en consecuencia a partir de este planteamiento, en Montería se encuentra que el 60.2% son micro, un 34,7% pequeñas y el 5.1% lo reportan las medianas, todo esto nos permite afirmar que la información de fuente secundaria sigue siendo válida en cuanto que los datos de fuente primaria ratifica, la tesis de que nuestra región sigue siendo micro empresarial por excelencia. (ver figura No 1)

Figura No 1

Tipos de Empresas de Acuerdo con La Ley 590 de 2000.

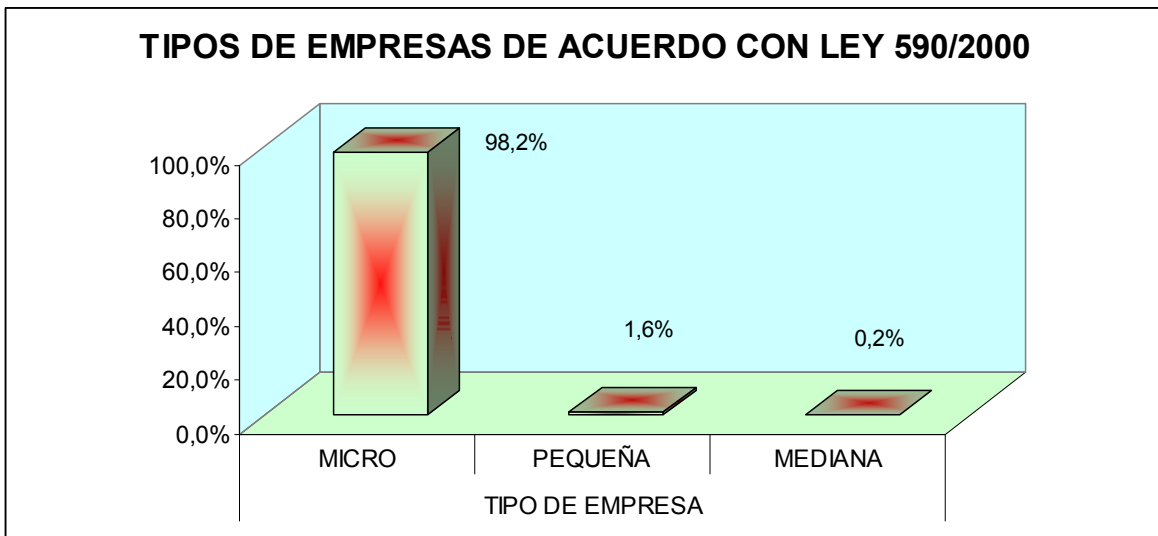


Siguiendo este orden de ideas, se observa con mucha claridad que Montería es por excelencia un Municipio que se caracteriza por contar con un gran número de micro

empresas pues hoy en día, de los 4.864 negocios que se encuentran desarrollando sus actividades económicas, el 98.2% son microempresas dedicadas al comercio en pequeña escala y otras no muy representativas, las pequeñas un 1.6% del total, por último se encuentra la mediana empresa que sólo alcanzan un 0.2% del total. (ver figura 2).

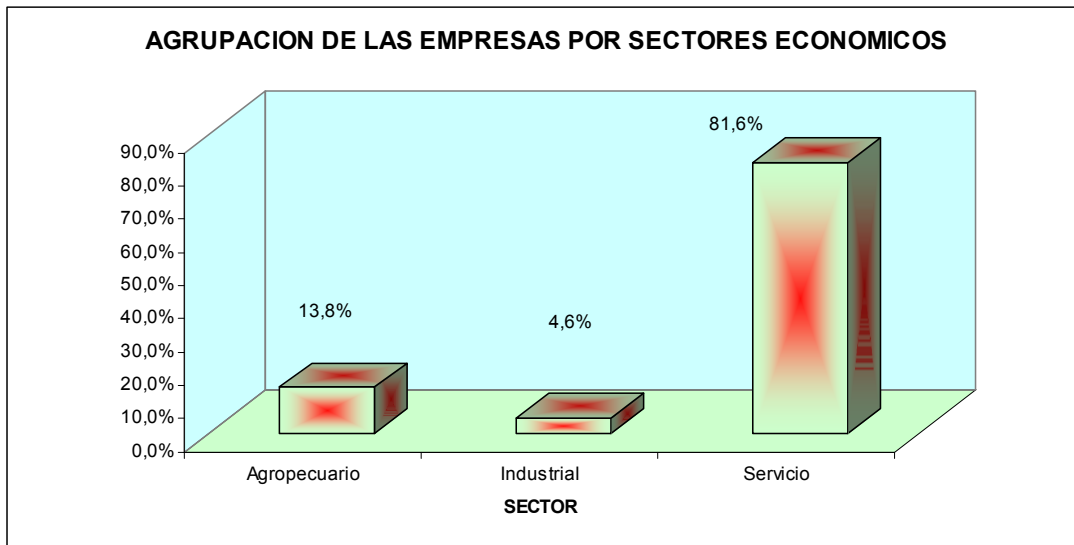
Figura No 2

Tipos de Empresas Existentes en Montería.



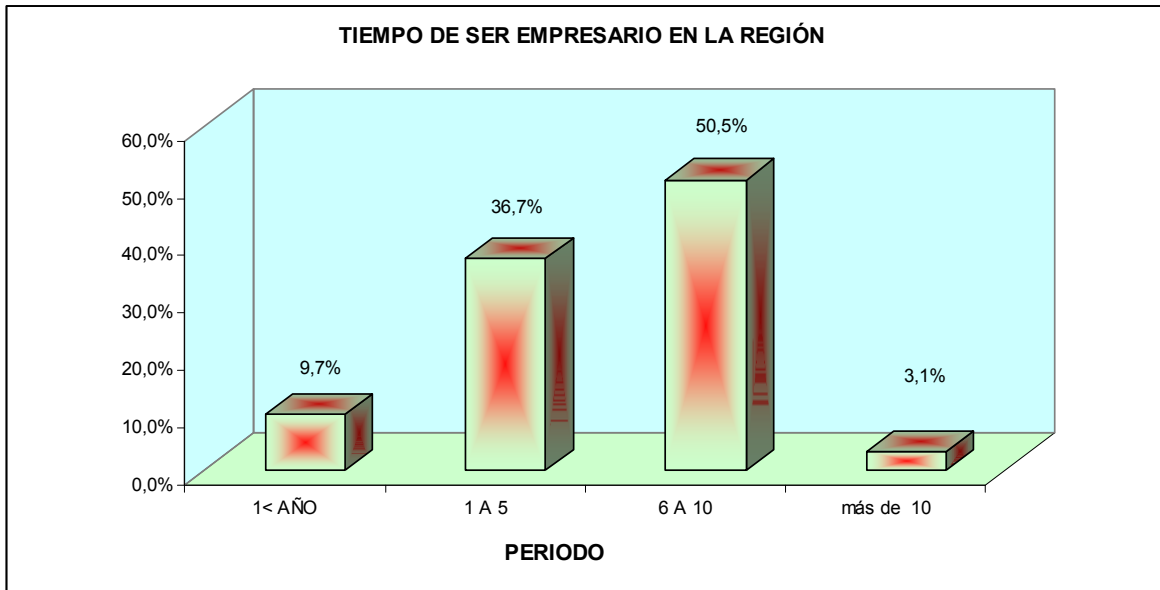
Hoy en día, un número representativo de empresarios le están apostando a todas aquellas actividades económicas relacionadas con el renglón de la comercialización de bienes y servicios, es decir al sector terciario, las cuales representan el 81.6% del total de las empresas, le sigue en su orden el sector agropecuario con un 13.8.% y en tercer lugar actividades del sector industrial muy incipiente en nuestro medio y se presentan en diversas ramificaciones, las cuales alcanzan un 4.6% esto nos permite afirmar que el Municipio en estos momentos centra su atención en lo que tiene que ver con el proceso de desarrollo del sector comercial, y su participación en el crecimiento y desarrollo de la economía regional y nacional, ya que están determinadas indudablemente por un importante y representativo número de estas actividades;(ver figura No 3).

Figura No 3



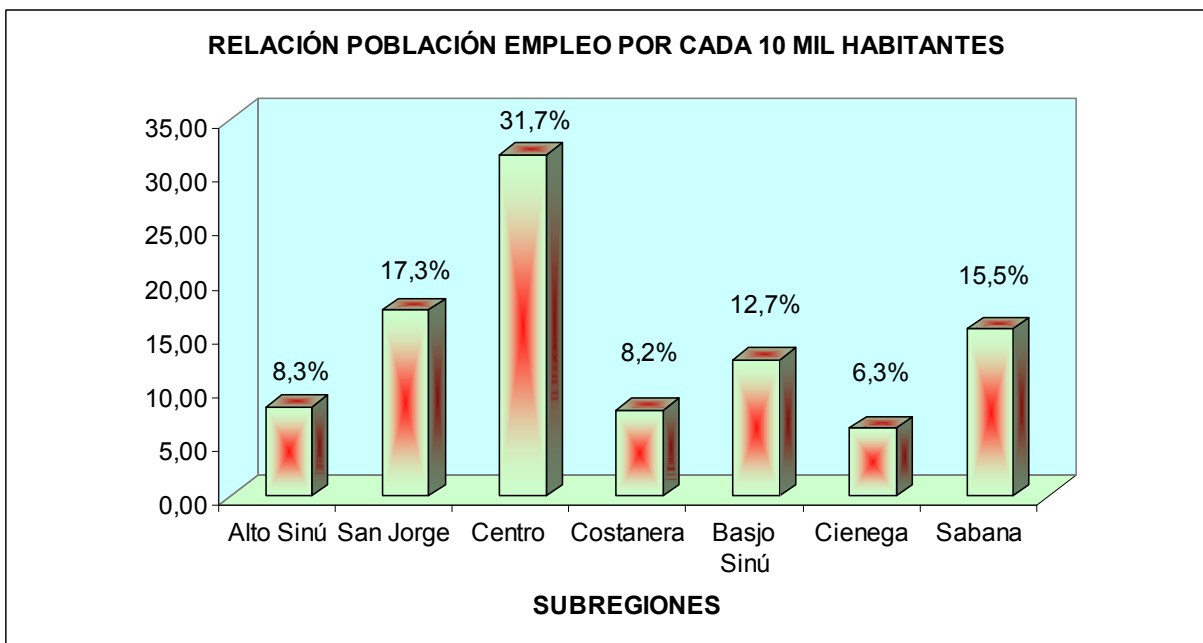
Otro factor importante que arrojó la investigación, se fundamenta en que más de la mitad de las empresas existentes en nuestra localidad, son relativamente jóvenes, cuyo rango comprende entre 6 y 10 años, representado en un 50.5%, es decir más de la mitad de la población muestral, lo cual hace pensar que el sector empresarial actualmente está en manos de empresarios jóvenes, así mismo se observa que las empresas que pasan de más de 10 años representan una mínima parte es decir un 3.1% del total de la muestra.(ver figura No 4)

Figura No 4



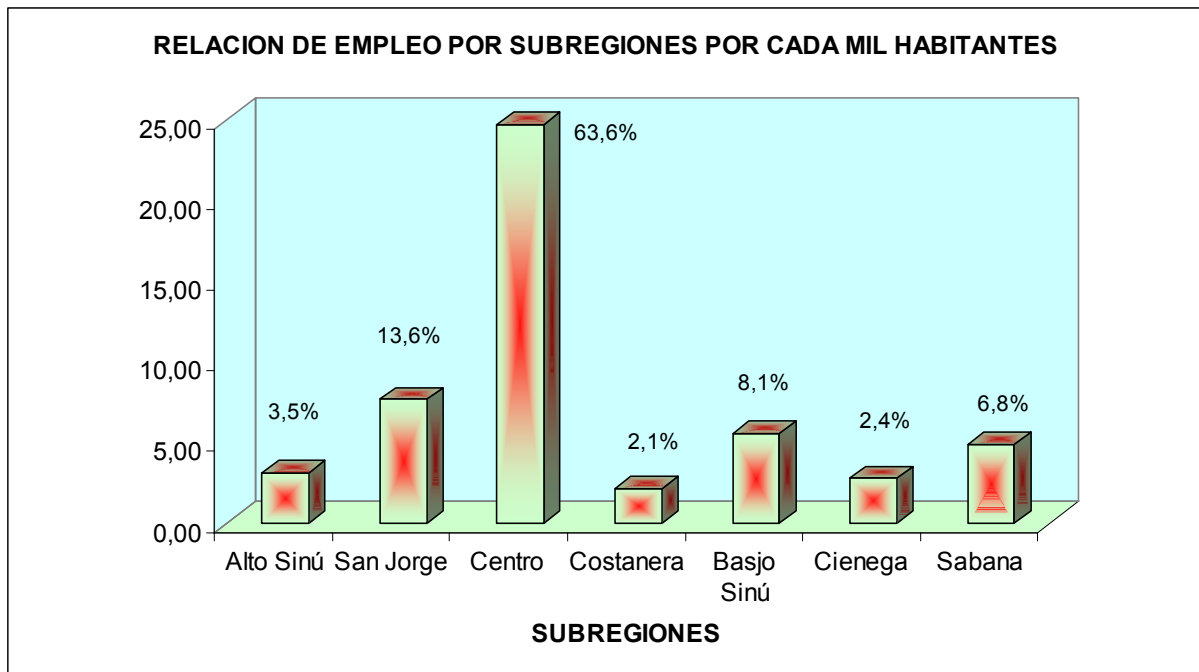
En lo atinente a la generación de empleo por cada diez mil(10.000) habitantes y por subregión de las empresas en Córdoba, se encuentra que el Centro reporta un 31.7% la subregión San Jorge un 17.3% y en tercer lugar está la del Bajo Sinú que representa el 12.7%, éstas como los indicadores más altos, el resto que corresponde a 4 subregiones suman el resto que equivaler al 38.3%, tal como se puede apreciar en la figura No 5

Figura No 5



De igual manera sucede con la ocupación de las personas a nivel de subregiones pero ya con un índice menor es decir por cada mil (1.000) habitantes siguen ocupando los mismos lugares así pues , La subregión Centro (Montería), se manifiesta con 24.7%, la San Jorge reporta el 7.6% y finalmente la subregión Bajo Sinú con 2.7%, todo ello indica que en la medida que va disminuyendo la relación población empleo, éste ultimo tiende a bajar notoriamente, esto nos indica que la suma de las 3 subregiones mas representativas sólo alcanzan un 35% del total y las 4 restantes alcanzan el 65%, cuyo índice no supera el 2 % esto permite inferir, que el empleo generado por las empresas en nuestro Departamento es sumamente bajo, tal como se puede observar en la figura No 6.

Figura No 6



Todo lo antes descrito permite visualizar con mucha claridad que el número de empleo generado por las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Montería es muy bajo, lo que indica que hay que buscarle salida a este grave problema como es el desempleo.