

DIAGNOSTICO DEL SECTOR MICROEMPRESARIAL
EN EL CORREGIMIENTO DE TAGANGA, SANTA MARTA D. T. C. H.
(DEPARTAMENTO DEL MAGDALENA)

NOMAR ALFONSO ARRIETA DAVILA
DENISE MARIA ROJAS PADILLA

Directora
EDEL MARTINEZ GARCIA
Economista Agrícola
Especialista en Docencia Universitaria

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTA MARTA, D. T. C. H.

2001

DIAGNOSTICO DEL SECTOR MICROEMPRESARIAL
EN EL CORREGIMIENTO DE TAGANGA, SANTA MARTA D. T. C. H.
(DEPARTAMENTO DEL MAGDALENA)

NOMAR ALFONSO ARRIETA DAVILA
DENISE MARIA ROJAS PADILLA

Memoria de Grado presentada como requisito para optar el título de
Administrador de Empresas con Énfasis en Finanzas y Sistemas

Directora
EDEL MARTINEZ GARCIA
Economista Agrícola
Especialista en Docencia Universitaria

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTA MARTA, D. T. C. H.

2001

Notas de aceptación

Presidente

Docente evaluador

Docente evaluador

Santa Marta,

DEDICATORIA

Hoy al haber escalado otro peldaño más y al haber culminado otra etapa de mi vida, dedico este proyecto a:

JEHOVÁ, quién alarga sus manos desde las alturas para guiar el sendero de mi existencia, por que su bondad amorosa es hasta tiempo indefinido.

Mi madre RUTH CECILIA, por haberme traído al mundo, enseñar mis primeros conocimientos y sentar bases para avanzar por los caminos de la vida.

La memoria de mi hermana MARIA VICTORIA "MARIVI" y mi amigo HIGIDIO DE LA HOZ (Q. E. P. D.), por que de encontrarse conmigo se sentirían orgullosos de mis logros.

DANIELITA, por ser la flor más hermosa del jardín de mi vida.

DENYS BEATRIZ, más que una amiga ha sido una hermana, que en todo momento está cerca, infundiéndome valor con sus oportunos consejos y brindándome apoyo incondicional, gracias por creer en mi, aceptarme tal como soy y ayudarme a salir adelante.

CHELA, por creer en mi, por acompañarme, darme constantes voces de aliento y estímulo, gracias por tu colaboración, comprensión y apoyo incondicional ya que has sido la mejor forjadora de este logro.

Mis hermanos HERNAN JOSÉ y ELKIN ALEJANDRO, a quienes quiero mucho.

ÑEÑY, con mucho cariño, por que siga luchando por su salud y total recuperación.

NOMAR ALFONSO, por haber compartido conmigo el feliz término de esta investigación.

LAURA y DORIS, no importa la distancia por que aún así, estamos más cerca de lo que pensamos.

Mis familiares.

Todos mis amigos y compañeros.

DENISE MARIA

DEDICATORIA

Hoy al haber escalado otro peldaño más y al haber culminado otra etapa de mi vida, dedico este proyecto a:

DIOS, quién alarga sus manos desde las alturas para guiar el sendero de mi existencia, por que su bondad amorosa es hasta tiempo indefinido.

Mi madre SUSANA DÁVILA, por haberme traído al mundo, enseñar mis primeros conocimientos y sentar bases para avanzar por los caminos de la vida.

Mis hermanos ROGELIO, ENRIQUE y MAYOLIS ARRIETA DÁVILA, por su compañía y estímulo que me ayudaron a seguir adelante.

Mi sobrino LUIS ANTONIO ARRIETA Y., a quien quiero mucho.

La memoria de LUIS ANTONIO ARRIETA C., MARIBEL ARRIETA DÁVILA, CLEOFÉ DÁVILA, CLAUDINA DÁVILA y VICTORIANO OROZCO (Q. E. P. D.), por que de encontrarse conmigo se sentirían orgullosos de mis logros.

A todas las personas con quienes compartí buenos y malos momentos, que son muy importantes para mi y que jugaron un papel trascendental en mi vida con su amor, cariño y comprensión.

DENISE ROJAS, por haber compartido conmigo el feliz término de esta investigación.

Mis familiares.

Todos mis amigos y compañeros.

Mi mismo, por sembrar en mí el deseo de superación y hoy poder ofrecer este título a todas las personas que me quieren sinceramente.

NOMAR ARRIETA DÁVILA

AGRADECIMIENTOS

Los autores expresan sus más sinceros agradecimientos a:

Los Microempresarios de Taganga, por suministrarnos la información necesaria para llevar a cabo la realización del presente proyecto.

Edel Martínez García, Economista Agrícola, Especialista en Docencia Universitaria y Catedrática de la Universidad del Magdalena, Facultad de Ciencias Económicas, Programa de Administración de Empresas, Directora de la Memoria de Grado, por su valiosa orientación, colaboración y apoyo a lo largo de esta investigación.

David Numa Florian, Licenciado en Ciencias Agropecuarias, Especialista en Finanzas, Docente de tiempo completo de la Universidad del Magdalena, Facultad de Ciencias Económicas, Programa de Administración de Empresas, Jurado de la Memoria de Grado, por su valiosa orientación y profesionalismo a la hora de realizar correcciones y sugerencias pertinentes.

Martín Ospino Rodríguez, Economista Agrícola, Especialista en Finanzas, Docente de tiempo completo de la Universidad del Magdalena, Facultad de Ciencias Económicas, Programa de Administración de Empresas, Jurado de la Memoria de Grado, por sus valiosos aportes y recomendaciones para el mejoramiento de este trabajo.

Universidad del Magdalena, por ser parte de nuestras vidas, acogernos en su seno y sentar en nosotros las bases que hoy nos permiten ser profesionales.

Ana Gladis, Bibliotecaria del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA),
por su valiosa colaboración.

Todas aquellas personas que de una u otra forma hicieron posible la
realización de este trabajo.

LOS AUTORES

CONTENIDO

	Pág
0. INTRODUCCION	1
0.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
0.2 OBJETIVOS	6
0.1.1 Objetivo General	6
0.1.2 Objetivos Específicos	6
0.3 JUSTIFICACION	8
0.4 FORMULACION Y GRAFICACION DE HIPOTESIS	9
0.4.1 Formulación de hipótesis	9
0.4.2 Graficación de la hipótesis	11
1. MARCO TEORICO	12
1.1 ANTECEDENTES	12
1.2 MARCO CONCEPTUAL	18
1.2.1 El universo microempresarial	26
1.2.2 Tipos de microempresas	28
1.2.2.1 Microempresas de supervivencia o de subsistencia	28
1.2.2.2 Microempresas consolidadas o de acumulación	29

1.2.2.3 Microempresas dinámicas	29
1.3 MARCO LEGAL	32
1.3.1 La microempresa frente a lo legal	32
1.3.1.2 Comercial y de funcionamiento	34
1.3.1.3 Legislación Comercial	36
1.3.1.4 Legislación Laboral	38
2. DISEÑO METODOLOGICO	40
2.1 METODOLOGIA	40
2.2 TIPO DE ESTUDIO	41
2.3 SELECCIÓN Y DEFINICION DE LAS VARIABLES DE ANALISIS	41
2.3.1 Variables dependientes	41
2.3.2 Variables independientes	42
2.4 DETERMINACION DEL UNIVERSO GEOGRAFICO Y TEMPORAL DE ESTUDIO	43
2.4.1 Delimitación temporal	43
2.4.2 Delimitación geográfica	43
2.4.3 Duración estimada	44
2.5 FORMAS DE OBSERVAR LA POBLACION	44
2.6 TECNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACION	45
2.6.1 Recolección de la información	45

2.6.1.1 Fuente de información primaria	45
2.6.1.2 Fuente de información secundaria	46
3. GENERALIDADES	47
3.1 LA MICROEMPRESA A SU INTERIOR	47
3.1.1 La estructura interna de la microempresa	47
3.1.2 La figura del microempresario	51
3.2 MICROEMPRESA Y MERCADOS DE PRODUCTOS	54
3.3 LOS PROGRAMAS DE APOYO A LA MICROEMPRESA	57
3.3.1 Elementos de los programas de apoyo a la microempresa	57
3.3.1.1 El crédito	58
3.3.1.2 La capacitación	66
3.3.1.3 La asesoría	68
3.3.1.4 Apoyo a la comercialización	68
4. INSTITUCIONES DE APOYO A LA MICROEMPRESA EN SANTA MARTA	70
4.1 SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE "SENA"	70
4.2 FUNDACION PARA EL DESARROLLO MICROEMPRESARIA EN EL MAGDALENA "FUNDEMICROMAG"	73
4.2.1 Objetivo general	73
4.2.2 Servicios	73
4.2.3 Programas	74
4.2.3.1 Microempresas	74

4.2.3.2 Grupos solidarios	76
4.2.3.3 Mujer cabeza de familia	77
4.3 ALCALDIA DISTRITAL	79
4.4 ASOCIACION DE MICROEMPRESAS DEL MAGDALENA "ASOMIMAG"	80
5. ANALISIS DE RESULTADOS	82
5.1 UNIVERSO MICROEMPRESARIAL EN TAGANGA	82
5.1.1 Microempresas de Comercio	83
5.1.2 Microempresas de Servicios	86
5.1.3 Microempresas de manufactura	88
5.1.4 Microempresas del sector primario	88
5.2 NUMERO DE TRABAJADORES POR SECTOR EMPRESARIA Y RAMA DE ACTIVIDAD	90
5.3 NIVEL EDUCATIVO DE LOS MICROEMPRESARIOS	93
5.4 ORIGEN Y MARGEN DE CAPITAL DE LAS MICROEMPRESAS	95
5.4.1 Origen del capital de la microempresas	95
5.4.2 Margen de capital con que se iniciaron las microempresas	96
5.5 MICROEMPRESAS QUE HAN REALIZADO CREDITOS Y ORIGEN DE LOS CREDITOS	98
5.6 MICROEMPRESARIOS QUE HAN RECIBIDO CAPACITACION	100
5.7 NATURALEZA DE LA MICROEMPRESA	102
5.8 ESTRATEGIAS PARA IMPULSAR LOS PRODUCTOS	104

5.9 CANALES DE COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS	105
5.10 SEGURIDAD SOCIAL EN LAS MICROEMPRESAS DE TAGANGA	107
5.11 MICROEMPRESAS INSCRITAS EN LA CAMARA DE COMERCIO DE SANTA MARTA	110
5.12 MICROEMPRESAS QUE PERTENECEN A ASOCIACIONES	112
5.13 NIVEL DE INGRESOS POR MES Y MARGEN DE UTILIDAD DE LAS MICROEMPRESAS DE TAGANGA	115
5.13.1 Nivel de ingresos por mes y margen de utilidad	115
6. DISCUSION	121
7. CONCLUSIONES	122
BIBLIOGRAFIA	133
ANEXOS	136

LISTA DE CUADROS

	Pág
Cuadro 1. Frecuencia del universo microempresarial	82
Cuadro 2. Microempresas de comercio	84
Cuadro 3. Microempresas de servicios	86
Cuadro 4. Microempresas de manufacturas	88
Cuadro 5. Microempresas del sector primario	89
Cuadro 6. Número de trabajadores por sector empresarial y rama de actividad	90
Cuadro 7. Nivel educativo de los microempresarios de Taganga	93
Cuadro 8. Origen del capital de las microempresas	95
Cuadro 9. Margen de capital con que iniciaron las microempresas	96
Cuadro 10. Microempresarios que han realizado créditos y origen del crédito	98
Cuadro 11. Microempresas que han recibido capacitación	100
Cuadro 12. Naturaleza de la microempresa	102
Cuadro 13. Estrategias para impulsar sus productos	104
Cuadro 14. Canales de comercialización de los productos	105
Cuadro 15. Porcentaje de las microempresas en las cuales sus trabajadores tienen seguridad social	107

Cuadro 15. Distribución de las entidades de seguridad social en las microempresas de Taganga	108
Cuadro 16. Porcentaje de las microempresas inscritas en la Cámara de Comercio	110
Cuadro 17. Porcentaje de microempresas que pertenecen a asociaciones	112
Cuadro 18. Nivel de ingresos por mes y margen de utilidad	115

LISTA DE FIGURAS

	Pág
Figura 1. Frecuencia del universo microempresarial	83
Figura 2. Microempresas de comercio	84
Figura 3. Microempresas de servicios	87
Figura 4. Número de trabajadores por rama de actividad	91
Figura 5. Nivel educativo de los microempresarios	93
Figura 6. Origen del capital de las microempresas	95
Figura 7. Margen de capital con que iniciaron las microempresas	96
Figura 8. Microempresarios que han realizado créditos y origen del crédito	99
Figura 9. Microempresarios que han recibido capacitación	101
Figura 10. Naturaleza de la microempresa	103
Figura 11. Estrategias para impulsar sus productos	104
Figura 12. Canales de comercialización de los productos	106
Figura 13. Porcentaje de las microempresas en las cuales sus trabajadores tienen seguridad social	107
Figura 14. Distribución de las entidades de seguridad social en las microempresas de Taganga	109

Figura 15. Porcentaje de las microempresas inscritas a la Cámara de Comercio	111
Figura 16. Porcentaje de microempresas que pertenecen a asociaciones	112
Figura 17. Nivel de ingresos y utilidad por mes (en pesos)	116
Figura 18. Margen de utilidad de las microempresas en Taganga	117

RESUMEN

La investigación Diagnóstico del Sector Microempresarial en el Corregimiento de Taganga, Santa Marta D. T. C. H. (Departamento del Magdalena), muestra las condiciones económicas y administrativas en que se desarrollan estas unidades productivas, se enmarco en el objetivo principal de establecer que factores contribuyen o afectan el desarrollo del sector microempresarial en el sector turístico de Taganga.

El estudio tuvo como marco temporal los meses de octubre a diciembre de 2000 y de enero a agosto de 2001. Se realizó un análisis y evaluación de cada una de las variables, con base en los años 1999 y 2000. Se practicaron encuestas a las distintas microempresas del sector, analizando cada una de las variables objetos de estudio.

Los resultados obtenidos muestran las condiciones en que operan los microempresarios de Taganga. Las microempresas dedicadas al

comercio (Restaurantes y Tiendas) obtienen un mayor ingreso y utilidad que las demás actividades microempresariales. La pesca, actividad a la que se dedican la mayoría de los habitantes de Taganga se encuentra en mayor abandono, siendo esta una de las que registra niveles de ingresos más bajos que apenas alcanza para el sustento diario.

Los microempresarios se encuentran desorganizados a pesar de que algunos están conformando asociaciones. La mayor parte no están constituidos legalmente y no llevan una contabilidad que les permita una adecuada toma de decisiones.

0 INTRODUCCION

En el actual estadio del proceso de desarrollo socioeconómico del Distrito de Santa Marta, la microempresa se encuentra representada en casi todos los sectores de la actividad económica local. Tomando como base la clasificación de las actividades económicas podemos ubicar las microempresas en los siguientes sectores económicos: sector primario, sector secundario o manufacturero, sector comercio y sector servicios.

La microempresa es una actividad económica de producción con “escasa” división de trabajo, en el sentido de que la mayor parte de los trabajadores desempeñan más de una actividad del proceso de producción (o de que una proporción apreciable de las actividades del proceso de producción son realizadas en forma conjunta por los distintos trabajadores).¹

¹ PARRA ESCOBAR, Ernesto. Microempresa y Desarrollo. Sena. Bogotá, 1990. p.19.

El sector microempresarial del corregimiento de Taganga es una fuente generadora de empleo; una región como esta que no posee muchas fuentes de trabajo, por lo general sus habitantes acuden o buscan aliviar sus problemas así sea de forma marginal o informal.

Taganga al no contar con un sector industrial consolidado, generador de empleo, podría decirse que se ha apoyado en el sector microempresarial para solucionar en parte el problema de desempleo existente en la región.

Esta investigación resalta la situación actual que atraviesa el sector microempresarial en el corregimiento de Taganga, mostrando las condiciones económicas y administrativas en que se desarrollan estas unidades productivas.

0.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La ciudad de Santa Marta y sus corregimientos, entre estos Taganga, muestra cierto nivel de subdesarrollo fundamentado especialmente en el sector microempresarial, debido a la negligencia existente en algunas instituciones que impiden que estos programas sean bien dirigidos y se conviertan en una herramienta que impulse la generación de empleos e ingresos para la región.

Dentro de este contexto se presenta además una bifurcación entre el sector rural y el urbano, lo cual no permite una integración entre ellos dificultando aún más el desarrollo de la región.

La economía del sector industrial es incipiente debido al poco interés que presentan los industriales para radicar sus centros pilotos en este municipio. No se ha explotado la potencialidad del transporte existente

dado por la estructura de un puerto marítimo natural, una zona franca, vías aéreas y terrestres que facilitarían la comercialización de los productos.

Se puede señalar que la gran mayoría de las microempresas del corregimiento de Taganga disponen de escaso capital, operan en pequeña escala, ocupan mano de obra poco calificada y el número de trabajadores no sobrepasan las cinco personas. Generalmente hay una escasa acumulación de capital, la rentabilidad y la productividad son bajas. El comercio y la prestación de servicios en un alto porcentaje es a nivel local.

En pro de recuperar este importante sector de la economía se están desarrollando políticas y estrategias que permitan dar un impulso a las microempresas. En el plan de gobierno de la Administración actual² plantea apoyar la creación de la micro, pequeña y mediana empresa, que genere valor agregado a los productos o servicios y se gestionará que los productos elaborados surtan en primera instancia la demanda local.

Se trabajará decididamente en fortalecer la generación de empleo urbano y rural, mediante la gestión para implementar estrategias múltiples, como la creación de Empresas Asociativas Productivas, apoyo a las Incubadoras de Empresas que generen nuevas fuentes de trabajo y el fomento a las Pymes, propendiendo en constituir las en asociaciones que les permitan ser más competitivas.

Se apoyará a través de las ONGs de reconocida trayectoria en el desarrollo de programas de capacitación y asistencia técnica para la generación del empleo e ingresos y de desarrollo productivo en el sector agropecuario, agroindustria y en general en el sector primario de la economía. El gran interrogante que asiste esta investigación es en que situación se encuentra el sector microempresarial del corregimiento de Taganga?

Además responder las siguientes inquietudes:

² GNECCO ARREGOCÉS, Hugo. Plan de Desarrollo de Santa Marta, D. T. C. H. Santa Marta, 2001.

- ¿Qué factores influyen o afectan el desarrollo de la microempresa en Taganga?.
- ¿Qué políticas de acción han desarrollado las instituciones de apoyo a la microempresa para impulsar y fortalecer este sector?.

0.2 OBJETIVOS

0.2.1 Objetivo general. Establecer que factores contribuyen o afectan el desarrollo del sector microempresarial en el sector turístico de Taganga.

0.2.2 Objetivos específicos.

- Determinar la estructura organizacional de los microempresarios.
- Medir el nivel educativo de los microempresarios del corregimiento de Taganga.

- Determinar en cual actividad microempresarial se concentra el mayor porcentaje de mano de obra.

- Determinar la capacidad real y potencial que tiene el sector para absorber la fuerza de trabajo disponible.

- Identificar canales de concertación en los procesos organizativos de los microempresarios.

- Analizar la política gubernamental para este sector.

- Determinar la generación de ingresos de las microempresas.

- Establecer la utilización en porcentaje de la población económicamente activa (P.E.A.).

- Conocer el nivel de capital manejado por los microempresarios.

- Determinar el ingreso per cápita del sector microempresarial.

0.3 JUSTIFICACIÓN

El distrito de Santa Marta muestra una inestabilidad en su economía, acentuándose más en algunos sectores. Entre estos tenemos el corregimiento de Taganga el cual en los últimos años ha tratado de tomar un impulso en el sector microempresarial como una posible salida para su desarrollo económico, convirtiéndose ésta en una de las pocas fuentes de trabajo de la región.

Mediante esta investigación se puede analizar la situación en que se encuentran los diversos microempresarios de los distintos sectores económicos del corregimiento de Taganga, buscando de esta manera se formulen o se presenten alternativas que permitan una posibilidad de crecimiento económico tales como la organización de los microempresarios en asociaciones que les facilite la obtención de crédito,

toma de decisiones. Que se vinculen a fundaciones como Fundemicromag, cuyo objetivo es el desarrollo del sector microempresarial.

Además presenta pautas para que la universidad en forma activa participe en el desarrollo económico de este sector turístico. Igualmente sirve de base para futuras investigaciones al plantearse alternativas para mejorar ciertos aspectos tales como la planeación, organización, la inversión y la proyección de este sector que impiden o retardan el desarrollo económico y social de los microempresarios y la región.

0.4 FORMULACIÓN Y GRAFICACIÓN DE HIPÓTESIS

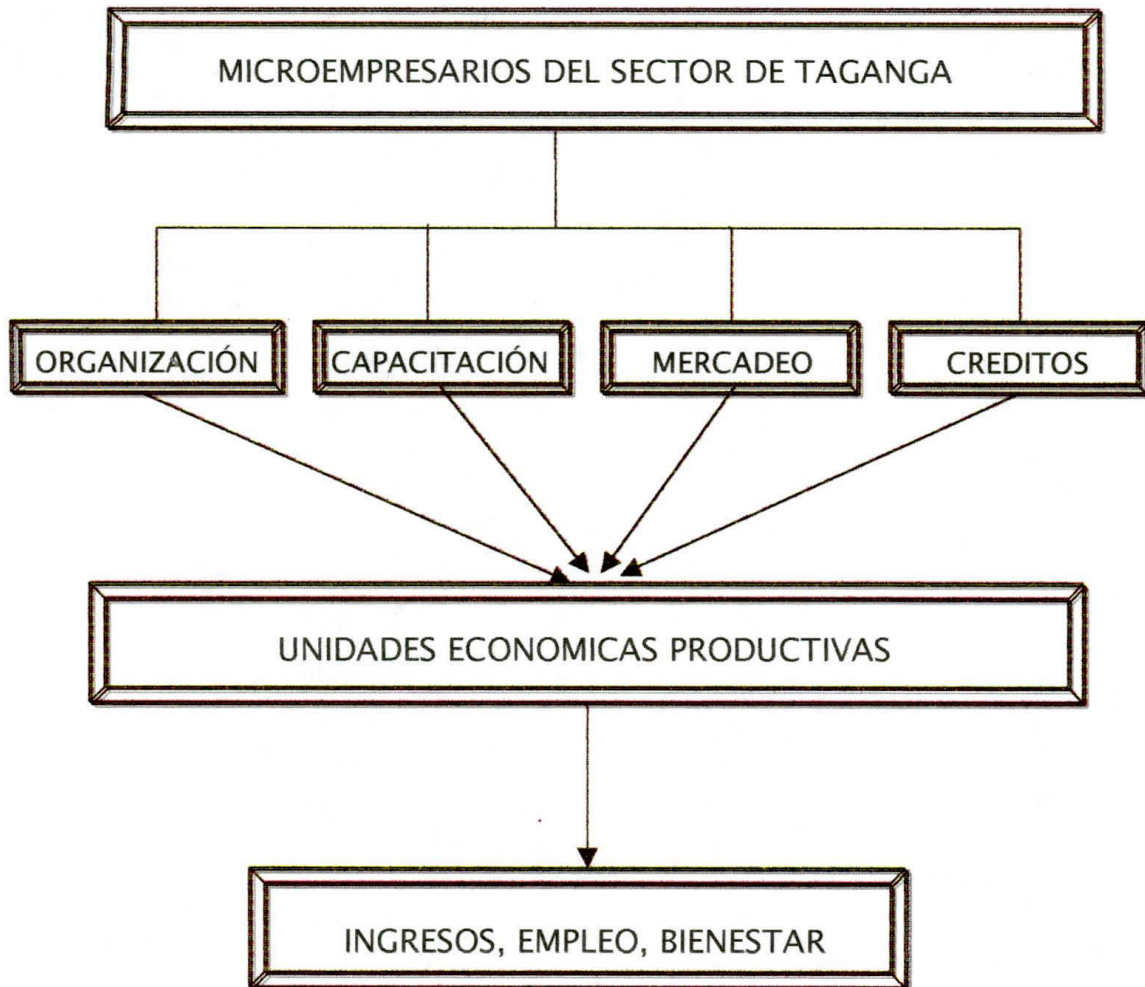
0.4.1 Formulación de hipótesis. A solo tres kilómetros hacia el lado norte del distrito de Santa Marta, se encuentra ubicado el corregimiento de Taganga, una comunidad de tradición indígena con vocación pesquera y de naturaleza turística.

A final de la década de los setenta con la construcción del primer hotel en el pueblo se proyectó aún más, como un lugar ideal para el descanso por las características propias de su bahía como la tranquilidad y su hermosura.

Actualmente existe variedad de microempresas, pero en su mayoría no cuentan con la organización, recursos o la tecnología adecuada para prestar un mejor servicio y proyectarse a turistas locales, nacionales e internacionales a gran escala.

Las microempresas del sector de Taganga con una mejor organización, capacitación y conocimiento de las ventajas de los créditos y el mercadeo, serían unidades económicas altamente productivas y por ende generadoras de mayores ingresos , empleos y bienestar para la región.

0.4.1 Graficación de la hipótesis



1 MARCO TEORICO

1.1 ANTECEDENTES

Las microempresas son establecimientos empresariales dedicados a la producción, el comercio o la prestación de servicios, en casi todas las ramas de la actividad económica.

La microempresa es un hecho social y económico. Social porque surge como producto de las condiciones particulares de desarrollo de los países, la cual a medida que crece y se expande va trascendiendo su realidad inmediata para convertirse en un fenómeno social generalizado que comienza a demandar la atención de todos los estamentos; y económico porque nace debido a las necesidades económicas suscitadas por el

proceso de industrialización que no han sido satisfechas o no pueden ser suplidas por grandes inversiones.

La mayoría de las microempresas han sido establecidas durante el período de la industrialización acelerada de los años posteriores a la segunda guerra mundial, produce o distribuye bienes que son novedosos en la economía nacional y utiliza tecnologías nuevas para su elaboración o comercio. Un número mínimo de microempresas es rezago de formas de producción previas al desarrollo industrial, con carácter eminentemente artesanal y muy cercana a las actividades primarias.

La microempresa no es un fenómeno propio del subdesarrollo, ya que estas pequeñas unidades existen en todas las economías con particularidades propias de los procesos económicos y sociales nacionales.

En Japón, Canadá, Estados Unidos, México, países europeos y del sudeste asiático; una parte importante de la producción urbana es desarrollada en

pequeños establecimientos que reúnen características básicas de microempresas. En dichos países generalmente se les denomina “artesanías”, concepto que equivale al de microempresa. Estas tienen una presencia creciente en los procesos productivos a través de la subcontratación con grandes firmas y un papel importante en la producción de bienes por encargo del consumidor final.

En Estados Unidos y Canadá, donde además de la producción de bienes de consumo adecuados a las especificaciones establecidas por el cliente, la microempresa ha tenido un importante desarrollo en los últimos años alrededor de la industria electrónica.

En México las cifras revelan que las microempresas manufactureras han mantenido su participación en el Producto Interno Bruto (P. I. B.) en un 23% durante el período 1999–2000, a pesar de que el número de empresas del sector industrial se duplicó en ese período.

En Colombia el término microempresa fue utilizado por primera vez a finales de los años setenta. Buscando designar actividades económicas que además de su muy reducida escala tenían características empresariales particulares que no permitían asimilarlas a los conceptos tradicionales de pequeña y mediana empresa y que requerían atención específica.

Dada la importancia que el sector microempresarial tiene para el desarrollo social y económico del país, en marzo de 1984 el CONPES aprobó por primera vez un Plan Nacional para el Desarrollo de la Microempresa. Este plan se orientó básicamente hacia tres estrategias: capacitación administrativa, asesoría y crédito. Ejecutados bajo la responsabilidad de organismos gubernamentales y entidades privadas dedicadas al apoyo de la microempresa.

A nivel de la costa Atlántica se cuenta con organismos no gubernamentales que buscan el desarrollo de las condiciones de vida de la región, expresada especialmente en los incrementos del ingreso real y del empleo en los

hogares costeños. Entre estas podemos mencionar la Fundación Mario Santo Domingo, dedicada a desarrollar programas en el departamento del Atlántico y en la ciudad de Cartagena, la Fundación para el desarrollo Industrial, Comercial y Artesanal de la Guajira -FUNDICAR- en Riohacha, la Fundación para el Desarrollo de Córdoba -FUNDECOR- en Montería, la Fundación para la Investigación y el Desarrollo de Sucre -FIDES- y el Centro de Estudios y Promoción Popular - CEPROP - en Sucre; Corporación Financiera de la Mujer -CORFIMUJER- en el Cesar y la Fundación para el Desarrollo Microempresarial del Magdalena - FUNDEMICROMAG -, creada por la Cámara de Comercio de Santa Marta en septiembre de 1991.

Las microempresas en Santa Marta se remontan a muchos años de anterioridad, pero la organización de estas pequeñas unidades se institucionalizó a partir de 1984 con los Programas de Promoción Profesional Urbana (P. P. P. U); con el cual se orientó a los microempresarios de la zona urbana desde el punto de vista tecnológico,

administrativo y contable; y el de Promoción Profesional Rural (P. P. P. R.), que brinda capacitación empresarial y organizativa, asesoría técnica, requerimientos permanentes en orientación y coordinación de recursos financieros a los microempresarios del sector rural del departamento del Magdalena. Este programa se llevó a cabo en coordinación con la Corporación Financiera Popular, Banco Popular, el I. P. C., Cámara de Comercio, Caja Agraria, hoy Banco Agrario y entidades bancarias particulares interesadas por el programa.

La creación de una microempresa generalmente constituye un aporte al desarrollo económico, social y cultural de una región. En los últimos años la ciudad de Santa Marta muestra un incremento en el sector microempresarial con un cierto nivel de subdesarrollo debido a que estas empresas se ven afectadas por los inadecuados programas microempresariales del municipio.

Muchos de los sectores del distrito presentan un lento desenvolvimiento industrial, comercial y de servicios a través de las actividades desempeñadas por los microempresarios. Entre estas tenemos al corregimiento de Taganga, la cual no posee datos exactos sobre la evolución de microempresas, muchas de las existentes son microempresas de subsistencia o supervivencia y no de desarrollo de la región debido a la falta de cualquier otra alternativa de empleo.

1.2 MARCO CONCEPTUAL

Desde sus orígenes, el concepto de microempresa pretendió diferenciarse del de sector informal. Esta diferencia se ha afianzado paulatinamente, de tal modo que hoy puede afirmarse que microempresa y sector informal no son conceptos equivalentes.

En los años 50 y 60 ya habían surgido una serie de conceptos para denominar el fenómeno de la informalidad y resaltar sus principales

características empíricamente observadas, que poco a poco fueron siendo conceptualizadas. Dentro de los criterios que fueron aceptados como bases para una definición económica del sector informal, destacan los dos siguientes:

- **Carácter residual:** Se trata de actividades económicas que por alguna razón no suelen registrarse mediante las técnicas de medición tradicionales.

- **Quedan excluidas las actividades delictivas y las actividades domésticas.**

Dentro del sector informal de la economía encontramos actividades muy variadas: trabajadores, por cuenta propia, empleados de servicio doméstico, industrias de muy pequeña escala, comerciantes ambulantes, comerciantes establecidos en un local, etc. Dejando a un margen las actividades ilegales, podemos dividir el resto en dos grupos:

a) Unas que son actividades individuales muy precarias, con las que se busca generar ingresos, cuya razón de ser fundamental es la supervivencia. A modo de ejemplo, podemos referirnos a la persona que vende

cigarrillos en un semáforo o a aquel que aparca coches en la puerta de un restaurante. Estas actividades son muy numerosas en América Latina, y constituyen un medio de vida para muchos millones de personas.

b) Otras que se pueden considerar como pequeñas unidades de producción, comercio o prestación de servicios, y en las que se pueden distinguir elementos de capital, trabajo y tecnología, aunque todo ello esté marcado por un carácter precario. Estas actividades están un poco más allá de la pura supervivencia y hay algunos elementos que hacen que se les pueda dar el carácter de empresas de muy pequeño tamaño: cierto espíritu empresarial por parte del dueño, algún trabajador o colaborador aparte del dueño, algún valor añadido en el producto o en el servicio, existencia de activos fijos aunque sean mínimos, etc.³

El concepto de microempresa atañe a unidades económicas de producción, comercio o prestación de servicios que tienen las siguientes características básicas:

- Son empresas, puesto que combinan capital, trabajo, tecnología y una específica capacidad de gestión, están sometidas a las fuerzas del

³ CARPINTERO, Samuel. Los programas de apoyo a la microempresa en América Latina. España, 1998. P. 57,58.

mercado y sujetas a los condicionamientos de productividad y competitividad propios de la estructura económica general.

- El empresario es trabajador en las actividades propias de la empresa y no solo administrador. Por ello se afirma que tienen una incipiente separación entre capital y trabajo.
- La calidad del producto o servicio depende básicamente de la habilidad del trabajador.
- Tiene una baja capacidad de acumulación de capital, debido a condicionamientos tecnológicos y de mercado.
- Los procesos propios de su actividad son individualizados o en pequeñas series y sus volúmenes de productos para la venta son reducidos, lo cual les permite adaptarse a las modificaciones en los hábitos y requerimientos individuales de la demanda.

- Se acomodan mal a las normas tributarias, laborales, urbanísticas de seguridad social y organización gremial, que han sido diseñadas para empresas que tienen otras condiciones de acumulación de capital, características internas distintas y condicionamientos externos diferentes.

Igualmente existe una definición cuantitativa de lo que es una microempresa según los siguientes parámetros:

- Un número reducido de trabajadores igual o inferior a diez en las empresas de producción o a cinco en las empresas comerciales.
- Activos fijos inferiores a los ciento cincuenta millones de pesos (\$150.000.000).
- Ventas mensuales inferiores a dos millones de pesos (\$2.500.000).

- La condición de que el propietario posea sólo una empresa y esta sea la fuente predominante de sus ingresos (o si tuviere otras, que en conjunto no sobrepasen los volúmenes mencionados de activos y ventas).

- Escasos conocimientos de gestión.

- Limitado acceso al sector financiero formal.

- Bajo nivel de tecnología.

- Falta de registro legal.

Se debe entender que estos parámetros varían para cada rama de actividad, pero sirven como indicadores para efectos de la selección.

Con el fin de complementar la caracterización hecha hasta el momento, Samuel Quintero presenta una definición de microempresa, la cual

recopiló de un libro publicado en 1997 por el Departamento Nacional de Colombia:

“Se trata de una unidad socio económica permanente, de producción de bienes o servicios orientados prioritariamente al mercado, frente al cual tienen un mínimo de regularidad, en la que no existe separación clara entre la propiedad sobre los medios de producción y la fuerza de trabajo aportada por el propietario y en la que una parte de las actividades del proceso de producción son realizadas por operarios, que en su mayoría ejecutan más de una de ellas.

Las microempresas (...) ejercen la función de ocupar espacios sociales y económicos que deja la gran empresa, reemplazan los objetivos empresariales que el sector moderno es incapaz de cumplir y como puente del flujo migratorio de un gran torrente de mano de obra compuesta por jóvenes desocupados que se capacitan empíricamente con potencial de

vincularse a la gran industria y por mano de obra veterana que es expulsada o retirada de la gran industria”⁴

Cabe señalar que, hasta hace algunos años, las microempresas eran vistas simplemente como estrategias individuales de supervivencia precaria, generadas por los pobres al margen de la racionalidad económica y sin que existan condicionamientos para poder emprenderlas. A lo largo de estos años este enfoque ha dejado paso a una visión más positiva, que considera la microempresa una actividad económica de pequeña escala. De esta forma, los microempresarios son vistos como productores, comerciantes o prestadores de servicios que forman una parte integral de la economía y que contribuyen al crecimiento económico.

1.2.1 El universo microempresarial. El universo microempresarial es muy heterogéneo. Esta heterogeneidad es lo que permite que las

⁴ URBENEL ARBOLEDA, J. Una misión posible: Políticas y programas de apoyo a la microempresa en Colombia , citado por CARPINTERO, Samuel. Los programas de apoyo a la microempresa en América Latina. España: Deusto, 1998. p. 59.

microempresas estén representadas en todos los sectores de la actividad económica.

Parra toma como base la clasificación de las actividades económicas propuestas por el DANE, ubicándolas de la siguiente manera:

– Sector primario:

- Producción agropecuaria minifundista (campesina).
- Pequeña minería.
- Pesca artesanal.

– Sector secundario (manufacturero):

- Fabricación (procesamiento) de productos alimenticios.
- Fabricación de prendas de vestir (confecciones).
- Fabricación de artículos de cuero, excepto calzado.
- Fabricación de calzado de cuero.
- Fabricación de artículos de madera, excepto muebles (carpintería).

- Fabricación de muebles y accesorios.
 - Imprentas, editoriales e industrias conexas.
 - Fabricación de objetos de barro, loza y porcelana.
 - Industrias básicas de hierro y acero (cerrajería y ornamentación)
 - Industrias básicas de metales no ferrosos.
 - Otras industrias manufactureras (artículos de mimbre y otras fibras).
- Sector comercio:
- Comercio al por menor
 - Tiendas de barrio
 - Ventas ambulantes
 - Restaurantes, cafés y otros establecimientos que expendan comidas y bebidas.
- Sector servicios:
- Servicios de transporte
 - Servicios de reparación y mantenimiento

- Servicios eléctricos y
- Servicios electrónicos
- Servicio de mecánica automotriz
- Servicio de reparaciones domésticas
- Otros servicios⁵

1.2.2 *Tipos de microempresas.* En general, podemos agrupar a las microempresas de la siguiente manera:

1.2.2.1 *Microempresas de supervivencia o de subsistencia.* Han comenzado debido a la falta de cualquier otra alternativa de empleo. Son unidades dedicadas a actividades muy simples, debido a la carencia de una mínima acumulación, son empresas inestables, con medios de trabajos simples y trabajadores pocos calificados, que frecuentemente combinan las actividades y medios productivos de la empresa con los del hogar. Muchas suelen cerrar después de algunos años de funcionamiento. En la mayoría

⁵ DANE. "Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas", citado por PARRA ESCOBAR, Ernesto. Microempresa y desarrollo. Bogotá. 1985. p. 18,19.

de los países latinoamericanos, la mitad de las microempresas pueden incluirse en este primer grupo, dentro del cual hay pequeños negocios de muy diverso tipo.

1.2.2.2 *Microempresas consolidadas o de acumulación.* Se trata de pequeños negocios que han consolidado una participación en el mercado. La productividad monetaria medio del trabajo es superior a las necesidades inmediatas de consumo de sus trabajadores. Esta abarca desde autoempleo hasta empresas con más de cinco trabajadores. Tienen potencial de crecimiento, pero pocas llegan a transformarse en empresas del sector moderno de la economía. En América Latina existe entre un 30 y un 40% de este tipo de microempresa.

1.2.2.3 *Microempresas dinámicas.* Esta clasificación comprende a pequeños negocios que se encuentran en una zona intermedia entre la microempresa y la pequeña empresa. Tienen potencial de transformación en pequeñas empresas del sector moderno. Este grupo es minoritario, y

comprende un 5% de las microempresas; a veces se encuentran con el problema de ser demasiado grandes para los programas de apoyo a la microempresa, pero a la vez no cumplen todos los requisitos que exigen las instituciones del sector financiero formal. Estas microempresas demandan de las instituciones de microfinanciación servicios adicionales al crédito.

Atendiendo a otros criterios, se podrían clasificar las microempresas de la siguiente forma:

a. Según las relaciones de trabajo.

- Individual.
- Familiar.
- Con miembros extra familiares.
- Asociativas.

b. Según las relaciones de propiedad.

- Personales.



- Familiares.
- Asociativas.

c. Según la duración del trabajo.

- Permanentes.
- Temporales.
- Ocasionales.

d. Según su participación en el proceso productivo.

- Integrales.
- Especializadas.

e. Según la ubicación.

- Urbanas.
- Rurales.
- Semiurbanas.

1.3 MARCO LEGAL

La modernización de la sociedad y la economía colombiana inicialmente se había hecho a espaldas de la microempresa sin brindarle un marco institucional adecuado a sus características. La legitimidad política y económica del estado se ha afincado, exclusivamente, en los sectores directamente involucrados con él en el proceso de modernización industrial: grupos empresariales que concentran el capital y trabajadores vinculados a las empresas de mayor acumulación, circunstancias estas que determinan el hecho de que los microempresarios tengan que surgir o subsistir evadiendo algunas normas legales existentes por no tener el tratamiento adecuado a esta situación.

Como resultado de esta parcial modernización la microempresa carece de protección y de canales institucionales de comunicación con el estado. La legislación, los sistemas de seguridad social y las políticas económicas está orientada hacia los sectores directamente representados en el proceso de

modernización, dejando a la microempresa en condiciones de libre funcionamiento, sin apoyo y con mínimos controles.

Por supuesto, tal desprotección acarrea severas desventajas económicas, políticas y sociales a la microempresa y a sus trabajadores. La falta de un ordenamiento legal accesible a la microempresa, su condición de ilegalidad como suele afirmarse no responde a la escogencia voluntaria de los microempresarios ni es deseable para ellos. Inclusive el precario pago de impuestos de la microempresa no compensa los costos, los riesgos y la desprotección provenientes de su inexistencia en la legislación y en la política económica.

Hasta el momento no existen mecanismos adecuados ni medidas municipales relativas a los permisos de operación y condiciones de ubicación de los vendedores callejeros que generalmente contribuyen al deterioro del espacio, a la vez que estimulan excesos de oferta que tienden a disminuir los ingresos medios de los microempresarios y los hacen

altamente vulnerables a la manipulación política, la persecución y el chantaje.

1.3.1 La microempresa frente a lo legal.

Obligaciones legales de las empresas en Colombia.

Es importante resaltar algunos elementos de las obligaciones legales que toda microempresa debe cumplir de acuerdo con la legislación nacional.

1.3.1.2 Derecho Comercial y de Funcionamiento.

- *Patente de Funcionamiento.* Todo establecimiento requiere para funcionar, un permiso expedido por la Alcaldía. El no tenerlo da lugar a sanciones y a chantajes por parte de funcionarios públicos, lo que perjudica a la microempresa y generaliza el uso estas prácticas que no ofrecen salidas positivas a la evasión.

- *Registro Mercantil.* Se realiza en la Cámara de Comercio y tiene por objeto llevar la matrícula de los comerciantes y de los establecimientos de comercio, así como la inscripción de todos los actos, libros y documentos que la ley exija. El incumplimiento de este requisito puede conducir a sanciones, y en muchas ocasiones da lugar a que se presenten extorsiones por parte de funcionarios estatales, obligando al microempresario a tramitarlo, el cual se encuentra con una serie de exigencias que no está en condiciones de cumplir como es la presentación de la Declaración de Renta, el NIT y el pago de impuestos.

Sin embargo se reconoce la importancia del Registro Mercantil porque:

- Permite darse a conocer.
- Facilita los trámites para la obtención de créditos con entidades financieras.
- Amplia el mercado para la comercialización de sus productos.
- Puede obtener información actualizada sobre líneas de comercialización.

- Posibilita una salida legal a la microempresa cuando se presentan serias dificultades económicas o situaciones de quiebra.

1.3.1.3 Legislación Tributaria. Es el conjunto de normas y leyes que regula todo lo relacionado con impuestos, catastro, fortalecimiento y democratización del mercado de capitales que son administrados por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (D. I. A. N.)

- ***Impuesto de Industria y Comercio.***

- Cierre del establecimiento, lo que obliga a trabajar a puerta cerrada manteniendo la clandestinidad de la microempresa.
- No otorgamiento de la licencia de funcionamiento.
- Dificultad para contratar con las entidades estatales e imposibilidad para participar en las licitaciones.

- ***Impuesto de Renta y Complementarios.*** El impuesto sobre la Renta y Complementarios es un tributo de carácter obligatorio que deben los

contribuyentes, con el fin de participar con sus recursos en las cargas del Estado, que consiste en entregar a este un porcentaje de sus utilidades en un período gravable, para sufragar las cargas públicas.

- *Impuesto al Valor Agregado "I. V. A."*. Es un impuesto que se cobra en el momento de vender los artículos producidos, importados y comercializados por ellos.

También deben cobrarlo las personas que presten algunos servicios gravados como: parqueaderos, clubes sociales y deportivos, reparaciones, seguros, restaurantes, hoteles, servicio telefónico, computación y procesamiento de datos y otros.

- *Retención en la Fuente*. Es un mecanismo de recaudo anticipado de los impuestos de Renta y Complementarios, por el cual una persona deduce a otra un porcentaje determinado del valor por pagar al contado o a crédito, en compras o servicios, con el fin de consignarlo en un banco autorizado

para recaudar impuestos en nombre de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales "DIAN".

1.3.1.4 Legislación Laboral.

- *Tipos de contratos.* El tipo de contrato más generalizado dentro del sector microempresarial es el que se hace en forma verbal, pago a destajo y por labor realizada que se remunera semanalmente. En muchas ocasiones dependiendo de la temporada y circunstancias el pago no alcanza los niveles del salario mínimo legal vigente.

La atención a los problemas de salud en muchas ocasiones las asume el trabajador, esto dependiendo de la organización y situación económica de la microempresa.

- *Estabilidad de los trabajadores.* En general es baja y está determinada por los siguientes factores: bajos salarios, falta de seguridad social,

fluctuaciones de la microempresa en su nivel de producción y falta de capacitación técnica de los operarios. Cuando se presentan problemas económicos en la microempresa, el propietario le da un preaviso en forma verbal estipulando la terminación del contrato.

La aplicación de estas obligaciones al sector microempresarial es muy gravosa debido a que esta no cumple y no puede cumplir con la totalidad de las exigencias legales.

Teniendo en cuenta la crisis económica por la que atraviesa el país, si una microempresa decide cumplir con todos los requisitos legales, saldría del mercado por incapacidad de competir.

2 DISEÑO METODOLÓGICO

2.1 METODOLOGIA

Para toda investigación es de fundamental importancia que los hechos y relaciones que establece, los resultados obtenidos o nuevos conocimientos tengan el grado máximo de exactitud y confiabilidad. Para ello la metodología es un procedimiento general para lograr de una manera precisa el objetivo de la investigación. De ahí, que en el presente estudio se establecen los métodos y técnicas para realizar la investigación, refiriéndose a la descripción de las unidades de análisis, las técnicas de observación y recolección de datos, los instrumentos, los procedimientos y las técnicas de análisis.

2.2 TIPO DE ESTUDIO

El presente estudio es de tipo analítico–descriptivo ya que está basado en el análisis y la descripción de las variables que permitirían determinar la situación actual de los microempresas del corregimiento de Taganga, y además se señalan diferentes factores que influyen en el desarrollo de este sector de la economía.

2.3 SELECCIÓN Y DEFINICION DE LAS VARIABLES DE ANÁLISIS

2.3.1 Variables dependientes.

- *Ingresos.* Dinero o equivalente monetario que es ganado o recibido como contrapartida por la venta de bienes y servicios.
- *Empleo.* La suma de la población ocupada y desocupada por sectores de producción.

2.3.2 Variables independientes

- **Capacitación.** Es la acción de habilitar a una persona para que adquiera conocimientos pertinentes en un área determinada para ser aplicados en situaciones concretas.
- **Organización.** Afronta la tarea de combinar en forma óptima una gama de actividades (estratégicas, administrativas y operativas) con un conjunto de personas y recursos técnicos y materiales, y de establecer las relaciones que deben mantener las personas en la realización de sus labores.
- **Créditos.** El crédito es una cesión temporal de bienes, servicios o dinero que el propietario transfiere al usuario del crédito. Etimológicamente, la palabra crédito proviene del latín *credere*, que significa “creer”, por lo que la confianza es el primer elemento del crédito.

- *Mercadeo*. Es la actividad humana dirigida a satisfacer necesidades y deseos por medio de un proceso de intercambio de productos.

2.4 DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO GEOGRÁFICO Y TEMPORAL DEL ESTUDIO

2.4.1 *Delimitación temporal.* La investigación se realizó en el corregimiento de Taganga, Distrito de Santa Marta, en el período histórico de enero de 1999 a diciembre de 2000.

2.4.2 *Delimitación geográfica.* El trabajo de investigación se llevo a cabo en el corregimiento de Taganga, ubicado en una ensenada a cuatro metros sobre el nivel del mar con ligeras pendientes, con un área de 16 kilómetros cuadrados aproximadamente, rodeada por dos grandes cerros, a 3 kilómetros del municipio de Santa Marta, Departamento del Magdalena (Colombia), la cual se encuentra enmarcada dentro de las siguientes coordenadas geográficas: 11° 15' 18'' de latitud norte del Ecuador y 74°

13' 15'' de longitud oeste del meridiano de Greenwich, tiene una altura de seis metros sobre el nivel del mar.

Sus límites son: al norte: La ensenada de San Antonio de Bonito Gordo. Al noroeste: La Barra y Ojo de la Aguja, Granate y Punta Gorda. Al sur: con la Punta de Petacas, Playa de Vaca y el Cerro de la Cuesta. Al este: El cerro del Vigía.

2.4.3 Duración estimada. El tiempo estimado para la realización de este trabajo fue de catorce meses, comprendidos entre los meses de Octubre, Noviembre, Diciembre del año 2000 y Enero, Febrero, Marzo, Abril, Mayo, Junio, Julio y Agosto de 2001.

2.5 FORMAS DE OBSERVAR LA POBLACIÓN

Se analizó la actividad microempresarial del sector de Taganga a través de los diferentes instrumentos que se utilizaron para la recolección de la

información y con base en ellos se muestra las condiciones económicas y administrativas en que se desarrollan estas empresas.

2.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS A UTILIZAR PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Como método y con el propósito de lograr los objetivos planteados, la información se obtuvo a través de un censo a toda la población de los microempresarios del sector.

2.6.1 Recolección de la información

Fuentes de información

2.6.1.1 Fuente de información primaria. A fin de recoger, ordenar, tabular y analizar la información necesaria para el desarrollo de este trabajo, y por tanto lograr la comprensión del objeto de estudio, se

utilizaron algunas técnicas destinadas a cumplir con los objetivos de la investigación.

- *Encuesta.* Se recurrió a los propietarios de las microempresas existentes, a través de encuestas en las cuales se busca obtener información sobre aspectos como: Si pertenecen a asociaciones que fomenten el desarrollo del sector, como están organizados los microempresarios, si reciben capacitación microempresarial, si tienen la facilidad de obtener créditos.

2.6.1.2 Fuente de información secundaria. En este punto, se tuvo en cuenta el material bibliográfico hallado en la Universidad del Magdalena, en el SENA comercial, se visitó instituciones como Fundemicromag, Alcaldía de Santa Marta y Cámara de Comercio. Consultas por Internet y otras informaciones obtenidas de diferentes publicaciones como revistas, folletos y periódicos que estuvieron relacionados con el tema.

3 GENERALIDADES

3.1 LA MICROEMPRESA A SU INTERIOR

3.1.1 La estructura interna de la microempresa.

- *El capital.* La acumulación de capital en las microempresas es en extremo restringida, siendo predominante el proceso de reposición del capital invertido. La escasez de capital implica que el microempresario no puede disponer de la más avanzada tecnología y por lo tanto su productividad tiende a ser inferior a la de la empresa industrial.

Generalmente esta situación es resultado del hecho de que los propietarios del capital aportan simultáneamente su fuerza de trabajo, sin distinguir las remuneraciones respectivas al factor capital y al factor trabajo. Esta

combinación de capital-trabajo, que para muchos es una característica de la microempresa, para el microempresario significa no contabilizar el costo de oportunidad del capital, esto muestra como las microempresas cumplen fundamentalmente el papel de generación de empleo y su entrada o salida a los mercados de empleo y su entrada o salida a los mercados dependen de la capacidad de generar un ingreso de trabajo para el microempresario.

- *La tierra.* En la microempresa urbana el factor tierra determina una importante diferenciación al interior del universo microempresarial: para el microempresario propietario que trabaja en casa significa un ahorro importante de costos; para el arrendatario, una renta por lo general gravosa sobre todo en las grandes ciudades.

- *El trabajo.* Es preciso distinguir entre el sector microempresarial en conjunto y las microempresas individuales. La afirmación de que la microempresa es una gran generadora de empleo se refiere directamente al sector en conjunto y no a las unidades microempresariales. Es el

conjunto el que en los últimos años ha generado y en la actualidad está generando empleo en forma dinámica, aun cuando sus unidades individuales, una vez establecidas, se estanquen en la generación de nuevos puestos de trabajo.

Si bien el sector microempresarial es fuente generadora de empleo y aporte a la solución del desempleo, la mayoría de las microempresas ofrecen un trabajo inestable por que estos son de regular calidad y el trabajador no se halla protegido para solucionar sus problemas más apremiantes debido a los bajos salarios y a la falta de seguridad social.

- *La producción.* Como se mencionó anteriormente la microempresa opera fundamentalmente en la producción de alimentos, calzado, cuero, ornamentos metálicos, objetos de barro, confecciones, imprentas; en la rama de servicios en la reparación de bienes y servicio de transporte; en el comercio al por menor (pequeñas tiendas, restaurantes y otros). Estas

actividades son las más favorecidas por las políticas de apoyo y fomento de la microempresa.

La planeación que realiza el microempresario para el proceso de producción es débil, debido a la estrechez de sus condiciones económicas que lo obligan a vivir concentrado en el trabajo diario, como consecuencia del cortoplacismo de origen cultural que lo encierra en un horizonte de inmediatez; sólo en muy raras ocasiones elaboran planes de producción de mediano y largo plazo.

La organización de la producción es simple. El microempresario monopoliza las funciones directivas sin que sea advertible una línea descendente de autoridad; mantiene una relación directa con cada uno de sus empleados y trabajadores. El fuerte del microempresario es en el ejercicio de las funciones de dirección de la ejecución de las distintas actividades del proceso productivo.

- *Mercadeo.* Definitivamente el mercadeo es débil en la microempresa.

Por lo pronto, una orientación “mercadeo” es prácticamente inexistente en el sector microempresarial y lo normal es la orientación “producción” bajo el supuesto de que “lo que se produce se vende”. Además, el microempresario en muy pocos casos investiga su mercado y planea su acción de mercadeo; se limita a ejecutar personalmente la actividad de ventas sin una estrategia definida, sino en forma habitual, golpeando de puerta en puerta en casa de los clientes conocidos. Control y evaluación de esta acción, al menos en forma refleja, le son prácticamente ajenos.

3.1.2 La figura del microempresario. Detrás del “microempresario” que se describe posteriormente, hay un hombre o una mujer decididos a luchar por su situación personal, dispuestos a vencer la pobreza y a mejorar la sociedad que les rodea, por lo general deprimida.

Se puede decir que lo que realmente existen no son microempresas, sino microempresarios. No sólo porque el promotor de esa unidad económica

es su activa más importante, sino porque las microempresas nacen, crecen y desaparecen con gran facilidad. La persona por el contrario, permanece y es capaz de poner en marcha nuevos negocios.

El microempresario no es ciertamente el empresario clásico que invierte su capital en una empresa rentable buscando maximizar sus ganancias. Mucho menos el moderno gran empresario que antepone la seguridad de su capital a cualquier consideración empresarial. El microempresario suele ser una persona con espíritu de iniciativa, conocedor de un oficio, que para salir adelante se ve obligado a establecerse por su cuenta y afrontar el reto de sacar adelante su propio negocio. Suele carecer de unos conocimientos mínimos de gestión administrativa y de otros aspectos relacionados con el mundo de la empresa: Marketing, organización de la producción, planificación estratégica. Uno de sus principales problemas suele ser la excesiva visión a corto plazo.

El microempresario crea su propia unidad económica como:

- Fuente de empleo ante la ausencia de puestos de trabajo.
- Instrumento para elevar los escasos ingresos que percibe en su puesto de trabajo.
- Una forma de obtener independencia después de años de trabajo asalariado como empleado u obrero bajo el mando del patrón.

Dentro de los microempresarios se distinguen tres grandes grupos:

- a) **Microempresario-gerente.** Es aquel que dedica la mayor parte de su tiempo a la gestión de la microempresa y cuenta con trabajadores para elaborar la producción o prestar el servicio.
- b) **Microempresario-productor.** Es el caso de los microempresarios que combinan actividades de gestión administrativa y de producción, pero que tienen tendencia a dedicar más tiempo a los procesos productivos, descuidando los procesos de planificación-organización y proyección del desarrollo de la microempresa.

c) *Microempresario-operarios*. Son aquellos que dedican su tiempo exclusivamente a la producción, y que en general poseen las máquinas indispensables para mantener volúmenes de producción alcanzables sólo por él o con la colaboración de un mínimo de operarios.

3.2 MICROEMPRESA Y MERCADOS DE PRODUCTOS

No hay aún estudios rigurosos sobre las prácticas específicas de comercialización de las microempresas manufactureras. Los estudios relacionados con las microempresas de comercialización tienen más valor descriptivo que analítico. Existe, sin embargo, una importante experiencia de fracasos y éxitos en el establecimiento de mecanismos especializados de comercialización.

La característica más importante de la relación de la microempresa con los mercados de productos es que, salvo excepciones escasas y transitorias, se desenvuelve en condiciones de altísima competencia, en los cuales los

precios son fijados por el mercado, de tal modo que son imposibles las prácticas usuales de la industria monopólica u oligopólica.

La alta competencia tiende a establecer precios que apenas permiten remunerar los factores y minimizan la disponibilidad de ingresos operacionales para cubrir los costos de mano de obra. En estas condiciones las utilidades son escasas o nulas, porque finalmente se apropian de ellas los intermediarios comerciales o son transferidas a los consumidores finales a manera de impuestos.

Por lo general la microempresa manufacturera se ve obligada ofrecer a su cliente plazo de pagos posteriores a la entrega del producto, que exceden los períodos promedios en cada rama a través de la consignación o los cheques posfechados. Esta es una práctica que usualmente no tiene excepciones cuando el comprador del microempresario es intermediario y no consumidor final, como es el caso del gran comercio organizado y de las empresas constructoras. Dichos plazos constituyen, simultáneamente,

una ventaja comercial de la microempresa y uno de sus más importantes problemas.

Las microempresas comerciales que son por lo general ventas callejeras con lugar fijo o carrito, tienda de barrio y establecimiento de distribución domiciliaria. Las microempresas comerciales generalmente cumplen una función de distribución importante gracias a su capacidad para adaptarse a las disponibilidades y flujos de ingresos de franja de demanda marginales al comercio de mayor escala y por sus ventajas al acercamiento al cliente.

Entre los mecanismos más importantes de adaptación a las condiciones de ingresos cabe destacar el fiado y el fraccionamiento de productos. El fiado, que practican las tiendas de barrio, los vendedores de puerta a puerta entre otros, es una forma de crédito personal que carece de instrumentos de respaldo pues se basa en la confianza mutua y se adapta a los flujos de ingreso, propiciando el oportuno abastecimiento de los consumidores populares, especialmente en los sitios de residencia. El fiado carece de

tasa directa de interés, pero tiene como contra prestación la “fidelidad del cliente” y el pago de precios que suelen ser superiores a los de establecimientos que no utilizan esta modalidad. El fraccionamiento de productos como la venta de cigarrillos sueltos también es un mecanismo de adaptación a los restringidos ingresos populares. Probablemente ambos procedimientos son una alternativa a las dificultades del gran comercio para atender demandantes de baja solvencia y a su atraso y precariedad en el establecimiento de sistema de ventas domiciliarias y créditos, que son usuales en otras economías.

3.3 LOS PROGRAMAS DE APOYO A LA MICROEMPRESA

3.3.1 *Elementos de los programas de apoyo a la microempresa.* Los elementos más comunes de cualquier programa de apoyo a la microempresa son:

- El crédito.
- La capacitación.

- La asesoría.
- Apoyo a la comercialización.

El peso que tiene cada uno de estos elementos en cada programa concreto depende mucho de la institución.

3.3.1.1 El crédito. Según Carpintero “ Los motivos por los que las personas que desarrollan su actividad dentro del sector informal necesitan tomar dinero prestado son muy variados; es más una misma persona suele necesitar prestamos por razones muy diversas a lo largo de su vida”⁶

Algunas de las razones principales por las que las personas de escasos recursos de los países latinoamericanos suelen pedir un crédito son las siguientes:

- Financiar las actividades de sus pequeños negocios; es decir, toman prestado para capital de trabajo.

⁶ CARPINTERO, Op. Cit., p.67.

- Llevar a cabo pequeñas inversiones; es decir, invierten el crédito en activos fijos.
- Mejoramiento de la vivienda.
- Cubrir los costos de ciertas obligaciones familiares o sociales.
- Hacer frente a emergencias de diferentes tipos, como por ejemplo catástrofes naturales.

Tipos de crédito. Se distinguen dos tipos diferentes de crédito. La diferencia entre los dos no tiene que ver tanto con la cantidad solicitada o con los plazos o cuestiones similares, sino más bien con el papel que desempeña el crédito en esa microempresa.

a) *Crédito de subsistencia.* Es el préstamo que se solicita con la finalidad de mantener el negocio en funcionamiento, sin que existan por el momento perspectivas claras de que esa microempresa vaya a crecer. Se tratan de microempresas más bien pequeñas, con volúmenes de

explotación reducidos. Las cantidades solicitadas dependen mucho del tamaño de la microempresa, pero normalmente no son elevadas.

b) *Crédito de desarrollo.* Es el crédito que se solicita para llevar a cabo alguna acción relacionada con el crecimiento de la microempresa. Puede tratarse de una inversión en equipos, adquisición de un pequeño local, o para incrementar los suministros necesarios.

Posibles fuentes de crédito. Sitios a que pueden acudir los microempresarios en busca de un préstamo:

- *El sistema bancario.* La banca formal en la práctica se encuentra poco disponible para estas personas. Las razones son múltiples: por un lado, razones que podríamos llamar de índole social: los bancos argumentan que se llegan productores informales, los bancos pueden perder sus clientes de alto nivel económico y social.

Existen además razones de carácter económico:

- a) La gestión de los créditos en el sector informal es costosa, ya que se trata de cantidades muy bajas. Por tanto, la rentabilidad en la administración de estos créditos es muy baja.

- b) Los bancos comerciales exigen garantías y, normalmente, los integrantes del sector informal suelen carecer de ellas.

Sin embargo, hay algunos bancos comerciales que tienen una cartera de crédito dirigida a microempresarios.

Existen otras posibilidades adicionales para que el microempresario realice créditos:

- *Sector financiero informal.* Las principales fuentes de crédito dentro del sector informal son:

1. *Prestamistas.* Son todas aquellas personas que realizan préstamos, funcionando al margen de la legalidad: no llevan ningún tipo de registro de los préstamos, trabajan en la calle y están muy cercanos a los entornos en los que se desenvuelven los microempresarios. Los créditos los realizan a muy corto plazo y cobran unos intereses muy por encima de lo legal.

2. *Asociaciones de crédito.* Son pequeños grupos de crédito, en los que los miembros contribuyen con una pequeña cantidad que depositan regularmente (semanal o mensualmente). Los miembros de la asociación se van turnando para recibir los préstamos que se van otorgando en función del capital disponible.

El sector informal, especialmente los prestamistas, son la principal fuente de crédito para los integrantes del sector informal urbano de la economía, debido a la cercanía, la simplicidad de los trámites y lo reducido de los

costes de transacción no financieros como el coste del desplazamiento, y el tiempo perdido de trabajo.

- *Instituciones de microfinanciación.* Son instituciones que gestionan carteras de crédito para el sector informal. Dentro de este grupo se encuentran instituciones muy distintas entre si, tanto por su filosofía, tamaño, modo de gestión, origen de los fondos que manejan. Entre estos podemos distinguir tres grandes grupos:

a) *ONG especializadas en microempresa.* Muchas fundaciones y asociaciones sin ánimo de lucro han sido tradicionalmente un medio para llevar a cabo actividades filantrópicas por parte de miembros prominentes de la sociedad civil.. Esta estructura organizacional ha sido empleada para prestar servicios muy variados a la sociedad: ayuda alimentaria de emergencia, salud, educación, etc. Estas organización fueron tomando conciencia de la necesidad de apoyar a las microempresas, y comenzaron a experimentar con fondos de crédito. A

lo largo de las dos últimas décadas ha ido creciendo el número de ONG que llevan a cabo programas de microempresa y en la actualidad existe un número elevado de estas instituciones en cada uno de los países de América Latina.

b) *Cooperativas de crédito (<credit unions>)*. Más conocidas como <credit unions> son el paradigma del esfuerzo colectivo por parte de un segmento de la población (generalmente de bajos ingresos) para acceder a unos servicios que ni el sector privado ni el público les proporcionan.

Los servicios que ofrecen las cooperativas de crédito son los depósitos de ahorro y el crédito a corto plazo. Para acceder al crédito, es necesario disponer de algunos ahorros en la entidad, de tal forma que esos ahorros sirven como una forma de garantía. En muchos casos, la cantidad máxima del crédito depende de la cantidad depositada como

ahorro. Los créditos suelen otorgarse a tipos de interés por debajo de los de mercado.

Las cooperativas de crédito tienen algunos inconvenientes importantes, que hacen que no sean el instrumento idóneo para atender la gran demanda de créditos por parte de los microempresarios.

- Tienen a ser pequeñas y, por tanto, su capacidad de atender a un número de microempresarios es muy limitada.
- Los tipos de interés subvencionados y los altos rendimientos que ofrecen en algunos casos por los ahorros, limitan su capacidad para generar capital y crean, en ocasiones, problemas de liquidez.
- Suelen ser muy conservadoras y tradicionales, y operan con carteras de bajo riesgo. Carecen, por tanto, de una estrategia orientada al crecimiento.

- Los procedimientos de control de la morosidad, de manejo de cartera y de gestión de la información interna son muy mejorables.

3.3.1.2 *La capacitación.* Casi todas las personas que intervienen en la dirección de programas de apoyo a la microempresa coinciden en afirmar que la preparación técnica y gerencial de los microempresarios puede mejorarse notablemente. Sin embargo, es escasa la demanda de capacitación por parte de los microempresarios, y reducido el número de aquellos que están dispuestos a pagar por recibir dicha capacitación.

Una buena parte de los problemas microempresariales se originan, al menos parcialmente, en la debilidad de la formación que posee el microempresario para el manejo de su empresa. Debilidad que es apenas natural puesto que su única formación consistió en la experiencia directa, sea como empleado de una empresa industrial, sea como asalariado o familiar del propietario de una microempresa.

Por eso, la primera acción de un programa de desarrollo microempresarial consiste en una apropiada capacitación, tal como lo realiza el Sena y las distintas fundaciones empeñadas en esta labor.

-Objetivos y contenido. La capacitación busca como objetivo central formar al microempresario como empresario, hacer de él un gerente eficiente, un buen administrador de su negocio. El contenido esencial de la capacitación microempresaria lo constituyen los conocimientos y destrezas necesarios para que el microempresario desempeñe eficientemente las funciones de administración y gestión (planeación, organización, dirección, control y evaluación) en las cuatro áreas de actividad empresarial: producción, mercadeo, contabilidad y finanzas.

El microempresario es una persona que vive sumergida en el trabajo material, ajena a actividades intelectuales; por eso la capacitación tiene que ser eminentemente práctica, activa, creativa, progresiva, participativa y

motivadora; centrada en la solución de sus problemas concretos, con los contenidos teóricos que requiere el nivel de complejidad de su empresa.

3.3.1.3 La asesoría. Es un complemento muy útil a las sesiones de capacitación, ya que permite orientar de forma concreta a los microempresarios sobre la forma de gestionar sus pequeños negocios o sobre determinadas cuestiones relacionadas con la capacitación técnica. No obstante, el gran problema de la asesoría es su elevado costo.

3.3.1.4 Apoyo a la comercialización. Este elemento puede considerarse el más reciente dentro de los programas de apoyo a la microempresa. Aunque se están desarrollando acciones en este sentido desde hace bastantes años, todavía se encuentra en fase de experimentación. Uno de los puntos cruciales de la estrategia de apoyo a la microempresa está en saber dar una salida adecuada a sus productos. Este aspecto reviste desde hace algunos años una importancia especial, como consecuencia de las

reformas económicas que se están llevando a cabo en la mayor parte de los países latinoamericanos.

4. INSTITUCIONES DE APOYO A LA MICROEMPRESA EN SANTA MARTA

4.1 SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE "S. E. N. A."

Por efecto de acontecimientos internacionales como la crisis económica de 1930 y la Segunda Guerra Mundial, la situación de Colombia como país exportador de materias primas e importador de productos industriales y manufactureras, cambia hacia una política de producción interna basada en la sustitución de importaciones y el fomento a la inversión extranjera para el desarrollo de la industria nacional.

El crecimiento industrial planteó una gran demanda de capacitación tanto para nuevos trabajadores como para los ya vinculados a la producción y para dar respuesta de manera coherente a esta necesidad, se crea el

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE, mediante Decreto 118 de 1957 y a partir de la Experiencia del Instituto de Capacitación Obrera.

EL SENA surge entonces como una institución del Estado Colombiano para ofrecer capacitación técnica y asesoramiento. Desde su creación la entidad ha tenido enfoques y coberturas que un proceso de desarrollo se pueden sintetizar así:

1957 a 1968 Cobertura restringida de sus acciones de formación, puesto que se limitaba a atender al sector moderno de la economía utilizando para sus acciones solamente los centros fijos.

1969 a 1974 Se aumenta la cobertura de servicios con el incremento de alumnos por grupo y la creación de los programas de Promoción Profesional Popular Urbana y Rural.

1975 a la actualidad. Se introducen nuevos métodos de Formación Profesional con base en la individualización y la desescolarización (MAE, FIS, TICATAC). Se realiza una apertura al medio económico y social que se manifieste en la atención a sectores marginados, la preparación para la participación, el desarrollo comunitario y la asesoría a la microempresa.

El SENA es un establecimiento público con personería jurídica, patrimonio independiente y autonomía administrativa, adscrito al Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, encargado de cumplir la política social del Gobierno en el ámbito de la promoción y de la formación profesional del trabajador colombiano.

Ha trabajado con microempresas desde 1980; y ha establecido convenios de capacitación y asesoría con la Alcaldía Distrital, Fundemicromag, Asomimag, a nivel local y Conamic a nivel Nacional pero aplicable en el Distrito a través de Asomimag.

4.2 FUNDACION PARA EL DESARROLLO MICROEMPRESARIAL EN EL MAGDALENA “FUNDEMICROMAG”

Institución sin ánimo de lucro, con Personería Jurídica N° 1002 de la Gobernación del Magdalena. Creada por la Cámara de Comercio de Santa Marta en septiembre de 1991, reconocida por el Departamento Nacional de Planeación, en el Plan Nacional para el Desarrollo de la Microempresa y por la Secretaria de Educación Distrital, como entidad de educación no formal, según Resolución 195 del 22 de diciembre de 1995.

4.2.1 *Objetivo General.* Promover el desarrollo del Departamento mediante el fomento de la micro, pequeña y mediana empresa en los sectores de industria, comercio, servicio y agroindustrial.

4.2.2 *Servicios.* Fundemicromag ofrece los servicios de:

- Capacitación.
- Asesorías.

- Crédito.

4.2.3 Programas.

4.2.3.1 *Microempresas.* Consiste en una serie de actividades relacionadas con algunos de los elementos principales: Crédito, capacitación y asesoría.

- *Capacitación básica.* Curso de Administración Microempresarial, con una intensidad de 85 horas, consta de los siguientes módulos:

Principios de Administración.

- Administración del Recurso Humano.
- El método simple de cuentas.
- El empresario y el mercadeo.
- Elaboración de proyectos de inversión.
- Los estados financieros.
- Los costos y los gastos.

- Análisis de la contabilidad
- Legislación tributaria.
- Legislación laboral.

- *Capacitación complementaria.*
 - Técnicas de Ventas.
 - Presupuesto.
 - Análisis Financiero.
 - Servicio al Cliente.
 - Comercio exterior.
 - Otros.

- *Asesoría.* Fundemicromag ofrece los servicios de asesorías integral y especializadas; las integrales comprenden asesorías administrativas y contables; las especializadas comprenden elaboración y evaluación de

proyectos de inversión, constitución y legalización de una empresa, estudio de mercado, etc.

- *Crédito.* El programa realiza crédito de manera individual destinado a capital de trabajo con el objeto de fomentar la producción y cuyo monto depende de la capacidad de pago.

- Requisitos del crédito. Tener un negocio propio (comercio, industria o servicio), poseer infraestructura, edad entre los 18 y 60 años, haber recibido capacitación y asesoría y asistir a la reunión de información.

4.2.3.2 Grupos Solidarios. La conformación de un Grupo Solidario debe estar basado en valores como la amistad y el respeto, la confianza y el deseo de lograr un bienestar con todos los integrantes.

- Requisitos:

- Ser mayor de 18 años.

- No ser familiares.
- Tener mínimo cuatro y máximo seis personas interesadas en conformar un grupo.
- Participar en las reuniones de información.
- Tener un negocio con una antigüedad mínima de seis meses, y poseer activos fijos relacionados con la actividad.
- Vivir en el mismo barrio o trabajar en la misma zona.

- Dirigido a: Pequeños comerciantes, pequeños productores, servicios.

4.2.3.3 Mujer Cabeza de Familia. Se considera Mujer Cabeza de Familia, aquella que teniendo compañero o no es la que genera mayor ingreso en el hogar y que además se ocupa de las tareas domésticas siendo la imagen de autoridad y eje cultural y social a partir del cual se desarrolla la familia. La conformación de las parejas solidarias debe estar basada en el principio de la amistad, solidaridad y conocimiento previo.

- Requisitos.

- Ser Mujer Cabeza de Familia.
 - Ser mayor de 18 años.
 - No ser familiares.
 - Realizar una actividad económica independiente con cierta estabilidad de donde provenga la mayor parte de los ingresos de la familia, la cual debe tener una antigüedad mínima de seis meses.
 - Poseer activos fijos relacionados con la actividad.
 - Conformar parejas basadas en el principio de la solidaridad, la amistad y conocimiento previo.
 - Vivir en el mismo barrio o trabajar en la misma zona.
 - Participar en las reuniones de información.
- Dirigido a:
- Pequeñas Comerciantes (Vendedoras independientes, propietarias de tiendas, dueñas de puestos en plaza de mercado).
 - Pequeñas Productoras (Confeccionistas, panaderas, artesanas).

- Servicios: Educativos, restaurantes, procesadores de alimentos, peluquería y belleza.

4.3 ALCALDIA DISTRITAL

El programa de la Alcaldía nace el 15 de febrero de 1995 como Proyecto de Fomento Microempresarial, ofreciendo programas de capacitación y asesoría en convenio con el SENA y crédito a través de un acuerdo realizado con CORFAS⁷, pero debido a la negligencia política existente en nuestra ciudad por parte de la Administración Distrital desaparece CORFAS en 1997 y declina el Proyecto de Fomento Microempresarial, nace entonces, el Instituto de Fomento Microempresarial y Artesanal "INFIMAR" mediante Decreto 615 del 29 de julio de 1997.

El gerente encargado de este Instituto logra descentralizarse y hacer convenios con el Ministerio de Desarrollo, SENA y el IFI pero debido al

⁷ CORFAS, fue una entidad que se creó con el fin de realizar un fondo rotatorio para el apoyo al crédito en las microempresas.

manejo político que se le dio a INFIMAR no logró materializar ningún convenio y también desaparece. Muy a pesar de conocer el PNDM, no ejercieron ningún tipo de acción y estrategias a fin de aplicarlo y obtener muy buenos resultados.

En 1998 declina INFIMAR y a finales de 1999 nace nuevamente la Gerencia de Proyecto Microempresarial que solamente cumple un requisito protocolario, ya que no presta ningún tipo de servicio al microempresario.

4.4 ASOCIACION DE MICROEMPRESARIOS DEL MAGDALENA “ASOMIMAG”

Nace por Personería Jurídica 0652 del 16 de Julio de 1985 de la Gobernación del Magdalena, con quien logra convenios con el fin de prestar el servicio de capacitación al Microempresario.

Asomimag ofrece servicios de capacitación y asesorías para el desarrollo de las microempresas. Durante su existencia ha formado y fortalecido

numerosas asociaciones microempresariales. Han gestionado, igualmente, la cooperación de los diferentes entes estatales para brindar a sus afiliados capacitación y formación por medio de talleres y seminarios.

Es una de las Instituciones que más se preocupó durante su gestión por dar a conocer a cada uno de los Microempresarios de la región, la ejecución del PNDM, esto, debido a que su manejo fue administrado por microempresarios.

Logran establecer convenios a nivel nacional con Conamic, SENA, Ministerio de Desarrollo, pero debido a la negligencia existente en la oficina de Desarrollo Empresarial del SENA, estos convenios declinan y por tal razón “declina” Asomimag.

5. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Realizado el estudio, análisis e interpretación de la información suministrada a través de las encuestas aplicadas a los propietarios de las microempresas en Taganga, se encontró los siguientes resultados:

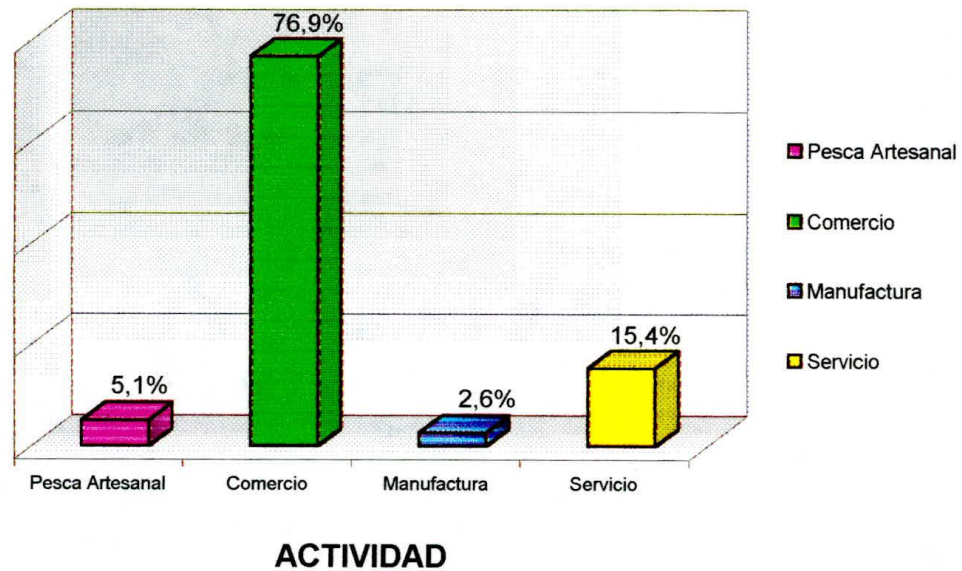
5.1 UNIVERSO MICROEMPRESARIAL EN TAGANGA

Cuadro 1. Frecuencia del universo Microempresarial

ACTIVIDAD	FREC.	PORC. %	ACUM.
Pesca Artesanal	2	5.1	5.1
Comercio	30	76.9	82.0
Manufactura	1	2.6	84.6
Servicios	6	15.4	100.0
Total	39	100.0	

Fuente: Los autores.

Figura 1. Frecuencia del universo microempresarial



El cuadro 1 presenta la distribución del universo microempresarial encontrado en Taganga, el cual está representado con un 76,9% (30) por el sector comercio, el 15,4% (6) por el sector servicio, el 5,1% (2) para la pesca artesanal y con un 2,6% (1) para el sector manufacturero.

De las 39 microempresas objeto de estudio se encontró que las que corresponden al sector comercio tienen una mayor proporción con respecto a los otros tres sectores, siendo el de menor participación el sector manufacturero.

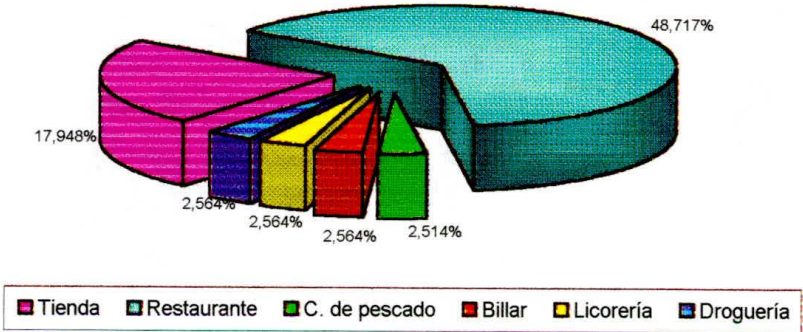
5.1.1 Microempresas de comercio. Entre estas hay: Tiendas de barrio, restaurantes, comercio al por menor.

Cuadro 2. Microempresas de comercio

ACTIVIDAD	NUMERO DE MICROEMPRESA	% POR ACTIVIDAD
Tienda	7	17,948
Restaurante	19	48,717
Comercializadora de pescado	1	2,514
Billar	1	2,564
Licorería	1	2,564
Droguería	1	2,564
TOTAL	30	76,90

Fuente: Los autores

Figura 2. Microempresas de comercio.



El cuadro 2 muestra que de 30 microempresas dedicadas al comercio, 19 son restaurantes con un 48.717% de participación entre las 11 actividades económicas de los diferentes sectores. Las 7 tiendas se encuentran representadas por un 17.948%, una comercializadora de pescado con un 2.564%, un billar representado por el 2.5645 y una droguería con un 2.564% de participación por actividad.

La actividad de mayor participación son los restaurantes localizados en su mayoría a la orilla del mar, los cuales responden a una necesidad de atención al cliente. Su ubicación permite al consumidor conseguir alimentos y bebidas mientras disfruta del mar.

Las tiendas se pueden clasificar dentro del grupo de microempresas de supervivencia o subsistencia, ya que fueron creadas ante la escasez de empleo. Cubren en buena parte las necesidades del nativo y visitante, algunas muestran inestabilidad por el escaso capital con que cuentan y por la actual situación económica que atraviesa el país.

La comercializadora de pescado, denominada Asociación Femenina de Taganga “ASOFETAG” está conformada por 12 mujeres, las cuales formaron esta asociación con el fin de enfrentar con éxito el mercadeo del producto a propios y visitantes.

Las demás microempresas (billar, licorería y droguería), son actividades de comercio a la que menos se dedican los microempresarios, en parte por la poca demanda de los turistas y propios debido a los productos y servicios que ofrecen.

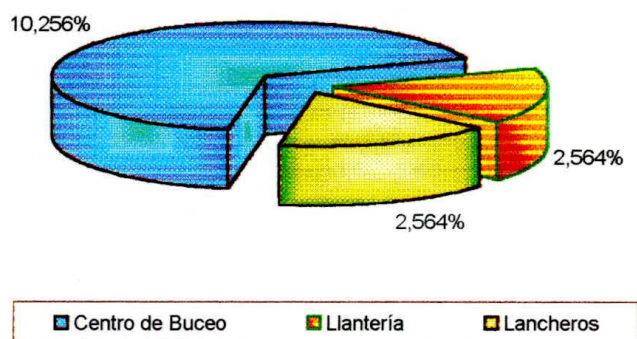
5.1.2 Microempresas de servicios. Representadas por: Centros de Buceo, Lancheros y Llantería.

Cuadro 3. Microempresas de servicios

ACTIVIDAD	NUMERO DE MICROEMPRESA	% POR ACTIVIDAD
Centros de Buceo	4	10.256
Llantería	1	2.564
Lancheros	1	2.564
TOTAL	6	15.4

Fuente: Los autores

Figura 3. Microempresas de servicios



El cuadro 3 describe que 6 microempresas se dedican al sector servicio de los cuales el 10.256% (4) son Centros de buceo, se encontró una llantería que representa el 2.564% de participación por actividad; esta fue creada como medio de supervivencia por su propietario, ofreciendo sus servicios al público en general.

Una microempresa que ofrece el servicio de transporte a los turistas locales y nacionales que visitan playas aledañas a la ensenada de Taganga, esta microempresa está conformada como: Asociación de Lancheros de

Taganga “ASOLANTAG” la cual aporta un 2.564% de participación por actividad. Como se observa la actividad de mayor participación son los Centros de buceo, los cuales fueron creados ante la necesidad del turista de explorar el mar, ya que a nivel nacional tiene renombre por su belleza natural.

5.1.3 Microempresa de manufactura

Cuadro 4. Microempresa de manufactura

ACTIVIDAD	NUMERO DE MICROEMPRESA	% POR ACTIVIDAD
Taller de herrería	1	2.6
TOTAL	1	2.6

Fuente: Los autores

Al igual que la llantería, el taller de herrería fue montado por su propietario como medio de subsistencia.

5.1.4 Microempresa sector primario (Pesca artesanal). Dedicados a la captura y venta de los productos extraídos del mar.

Cuadro 5. Microempresa del sector primario

ACTIVIDAD	NUMERO DE MICROEMPRESA	% POR ACTIVIDAD
Pesca artesanal	2	5.1
TOTAL	2	5.1

Fuente: Los autores

El cuadro 5 muestra que 2 microempresas se dedican a la pesca en Taganga, lo cual representa un 5.1% de participación entre las 11 actividades.

La razón de que Taganga presente 2 microempresas del sector primario, siendo su comunidad tradicionalmente pesquera es a que una de estas, está organizada como: Asociación de Chinchoreros de Taganga, la cual representa a 136 microempresarios del sector; mientras que la otra empresa la conforma un solo microempresario dedicado a la misma actividad.

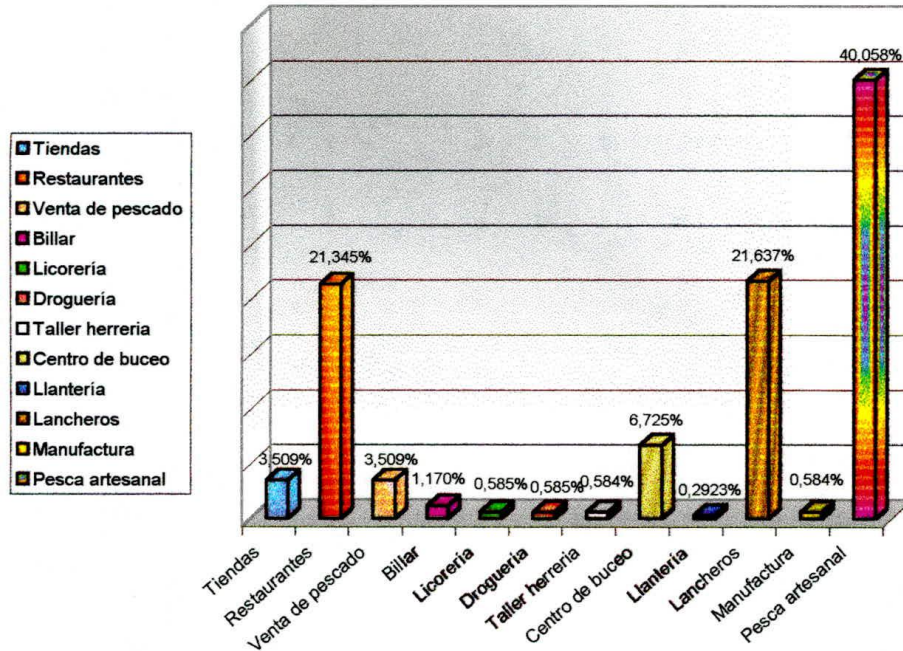
5.2 NUMERO DE TRABAJADORES POR SECTOR EMPRESARIAL Y RAMA DE ACTIVIDAD.

Cuadro 6. Número de trabajadores por sector Microempresarial y rama de actividad.

SECTOR EMPRESARIAL Y RAMA DE ACTIVIDAD	TRABAJADORES	
	NUMERO	%
A. SECTOR COMERCIO	105	30,701
1. Tiendas	12	3,509
2. Restaurantes	73	21,345
3. Comercializadora de pescado	12	3,509
4. Billar	4	1,170
5. Licorería	2	0,585
6. Droguería	2	0,585
B. SECTOR SERVICIO	98	28,654
1. Centro de buceo	23	6,725
2. Llantería	1	0,2923
3. Lancheros	74	21,637
C. MANUFACTURA	2	0,584
D. PESCA ARTESANAL	137	40,058
E. TOTAL TRABAJADORES	342	100

Fuente: Los autores

Figura 4. Número de trabajadores por rama de actividad.



El cuadro 6 muestra que las 30 microempresas que se dedican al comercio, concentran el 30.701% (105) de mano de obra; generando dentro de estas un mayor promedio los restaurantes con un 21.34%, es decir 73 trabajadores. El menor porcentaje de mano de obra está representado por la licorería y la droguería con un 0.585%, o sea 2 trabajadores por microempresa.

El sector servicio concentra el 28.654% (98) del total de los trabajadores de la región; generando un mayor promedio los lancheros con un 21.637% (74) trabajadores), los cuales se encuentran agremiados en la Asociación de Lancheros de Taganga "ASOLANTAG". La llantería cuenta con un solo trabajador (propietario) el cual representa un 0.293%. El sector manufacturero es el de menor participación con 2 trabajadores, lo cual representa un 0.584%.

El sector primario, representado por la actividad de la pesca artesanal es el sector que concentra mayor porcentaje de mano de obra con un 40.058% (137 trabajadores), respondiendo esto a las características geográficas de la región y a su tradición de comunidad pesquera.

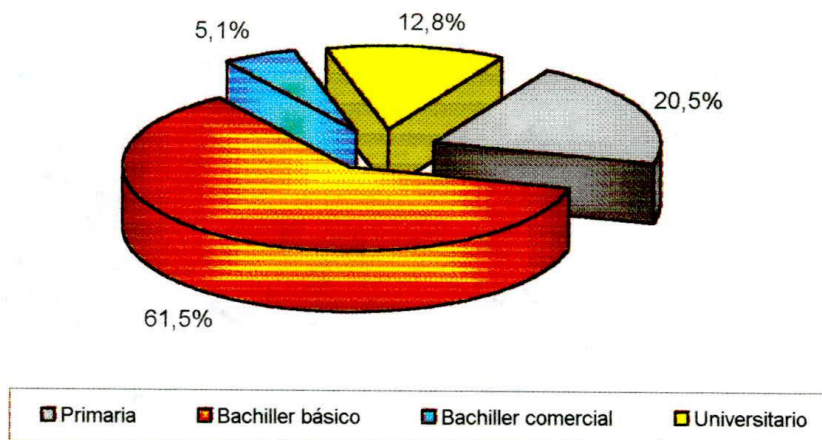
5.3 NIVEL EDUCATIVO DE LOS MICROEMPRESARIOS DE TAGANGA

Cuadro 7. Nivel educativo de los microempresarios

NIVEL EDUCATIVO	NUMERO DE MICROEMPRESARIOS	PORCENTAJE
Primaria	8	20.5
Bachiller básico	24	61.5
Bachiller comercial	2	5.2
Universitario	5	12.8
Total	39	100.0

Fuente: Los autores

Figura 5. Nivel educativo de los microempresarios



De acuerdo con la información suministrada por los microempresarios, se encontró que un 61.5% (24 microempresarios) lograron terminar el bachillerato o alcanzaron estudiar hasta un grado de la básica secundaria; un 20.5% (8) estudiaron hasta la primaria, el 5.2% (2) son bachiller comercial y el 12.8% (5) alcanzaron un nivel de estudio universitario.

Aunque se tenga la creencia de que los microempresarios son en gran proporción analfabeta; el presente estudio revela que los microempresarios de Taganga no muestran una particular tendencia a ser personas con bajo nivel educativo, ya que el 61.5% logró terminar la básica secundaria, además muestra cierto nivel de educación universitaria por parte de algunos de ellos.

5.4 ORIGEN Y MARGEN DE CAPITAL DE LAS MICROEMPRESAS

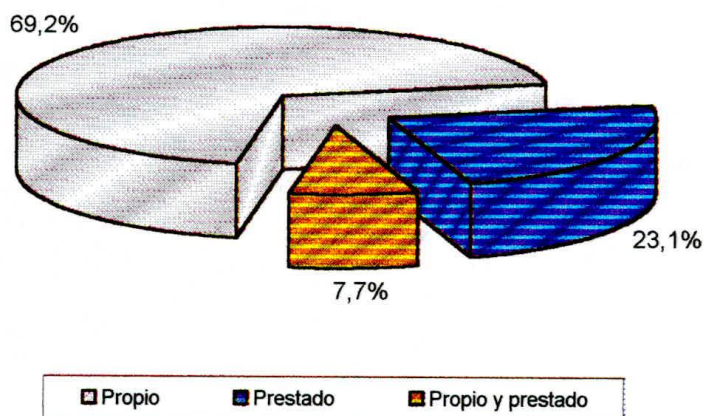
5.4.1 Origen del capital de las microempresas

Cuadro 8. Origen del capital de las microempresas.

ORIGEN DE CAPITAL	NUMERO DE MICROEMPRESAS	PORCENTAJE
Propio	27	69.2
Prestado	9	23.1
Propio y prestado	13	7.7
Total	39	100.0

Fuente: Los autores.

Figura 6. Origen del capital de las microempresas



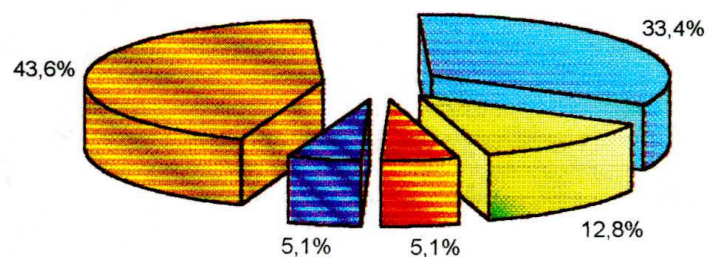
5.4.2 Margen de capital con que se iniciaron las microempresas

Cuadro 9. Margen de capital con que iniciaron las microempresas

CAPITAL (Millones)	NUMERO DE MICROEMPRESA	PORCENTAJE
Menos de 1.000.000	17	43.6
Entre 1.000.001 y 2.500.000	13	33.4
Entre 2.500.001 y 5.000.000	5	12.8
Entre 5.000.001 y 8.000.000	2	5.1
Más de 8.000.001	2	5.1
TOTAL	39	100

Fuente: Los autores

Figura 7. Margen de capital (millones) con que iniciaron las microempresas



■ Menos de 1 ■ Entre 1 y 2.5 ■ Entre 2.5 y 5.0 ■ Entre 5.0 y 8.0 ■ Más de 8

En el cuadro 8 se observa que de las 39 microempresas, el 69.2% (27) se crearon con capital propio; el 23.1% (9) iniciaron con capital prestado y el 7.7% (3) fueron montadas con capital propio y prestado.

El cuadro 9 muestra que de las 39 microempresas el 77% (30), iniciaron su actividad con un capital que no supera los 2.5 millones de pesos. El 12.8% (5) inició con un capital entre 2.5 y 5.0 millones de pesos; el 5.1% (2) se creó con un capital entre 5 y 8 millones de pesos y el 5.1% (2) restante se originó con un capital que supera los 8 millones de pesos.

En su mayoría las microempresas iniciaron con un capital propio, mínimo, que es incapaz de asumir el riesgo del negocio, de garantizar una liquidez mínima indispensable para funcionar adecuadamente. Esta ausencia o escasez de capital propio explica las deficiencias para el desarrollo de esta actividad, lo que implica que el microempresario no pueda disponer de la más avanzada tecnología y por lo tanto su productividad es inferior a la de la pequeña y mediana empresa.

Los microempresarios también tienen que enfrentarse con la insuficiencia del capital de trabajo para atender los requerimientos de su actividad como existencia de inventarios de insumos, materias primas, requerimiento de mano de obra, requerimiento de atención de obligaciones financieras.

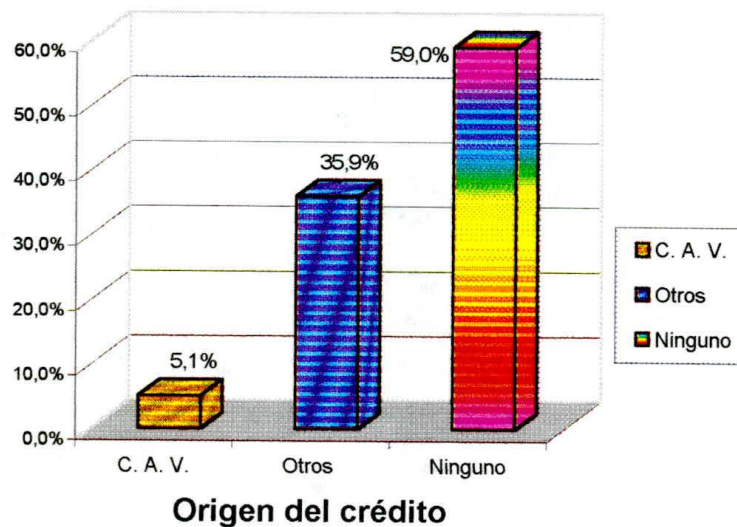
5.5 MICROEMPRESAS QUE HAN REALIZADO CREDITOS Y ORIGEN DE LOS CREDITOS

Cuadro 10. Microempresarios que han realizado créditos y origen del crédito

ORIGEN CREDITO \ CREDITO	NUMERO DE MICROEMPRESA	PORCENTAJE	ACUMULADO
C. A. V.	2	5.1	5.1
Otros (Prestamistas)	14	35.9	41
Ninguno	23	59	100
TOTAL	39	100	

Fuente: Los autores

Figura 8. Microempresarios que han realizado crédito y origen del crédito.



Del total de las microempresas encuestadas en Taganga el 41.1% (16) ha realizado crédito. Dentro de estas, 2 han solicitado crédito ante una Corporación de Ahorro y Vivienda, y las 14 restantes han acudido al mercado extra bancario.

Uno de los principales obstáculos con los que se ha enfrentado los microempresarios en Taganga es la falta de acceso al crédito, debido a que en la mayoría de los casos, el sector financiero formal no atiende las necesidades de la gente que vive en condiciones de “pobreza” que ha de

ayudarse a si misma a través del auto empleo, exigiendo garantías que normalmente los microempresarios no pueden cumplir. Tradicionalmente los microempresarios no han sido reconocidos como sujetos de crédito, o capaces de ahorrar, por esto, se ven forzados a acudir a los prestamistas tradicionales, quienes pueden cargarles intereses tan altos como el 10%, haciendo que el pobre permanezca más pobre y transmitiendo esta carga a las futuras generaciones. Por las razones anteriores el 59% de los microempresarios no ha realizado crédito.

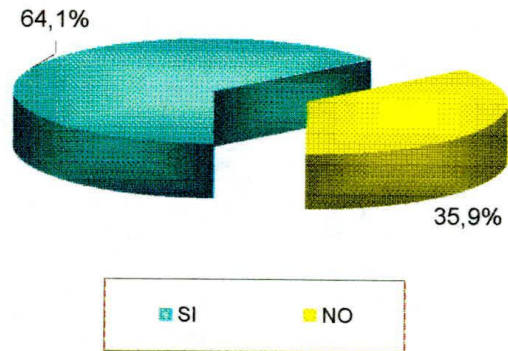
5.6 MICROEMPRESARIOS QUE HAN RECIBIDO CAPACITACION

Cuadro 11. Microempresarios que han recibido Capacitación

CAPACITACION	NUMERO DE MICROEMPRESA	PORCENTAJE
Si	25	64.1
No	14	35.9
TOTAL	39	100

Fuente: Los autores

Figura 9. Microempresarios que han recibido capacitación.



El cuadro 11 muestra que de las 39 microempresas encuestadas el 64.1% (25) ha recibido capacitación. Entre estas se encuentran las Asociaciones: “ASOLANTAG”, “ASOFETAG” y la de los “PESCADORES”. Igualmente Recibieron capacitación los restaurantes ubicados en Playa Grande, siendo en su totalidad mujeres las propietarias de estos negocios que aunque no se encuentran asociadas todas fueron capacitadas. El 35.9% (14) restante no recibió capacitación.

En la capacitación de estas microempresas ha intervenido instituciones como el SENA, Universidad del Magdalena y DIMAR, las cuales han tratado de cualificar mejor a las microempresarios, de forma que consigan obtener un mejor rendimiento de los recursos productivos que tienen a su disposición.

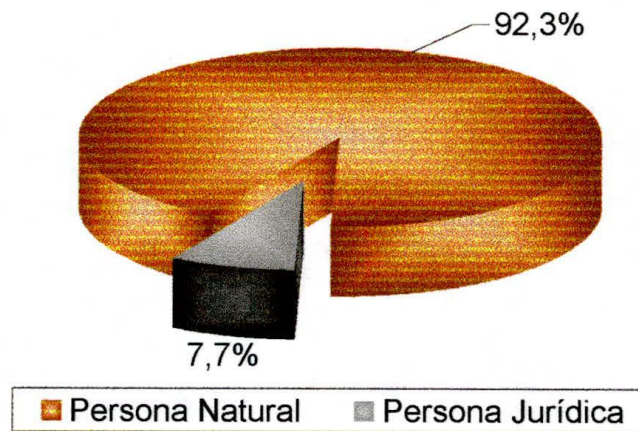
5.7 NATURALEZA DE LA MICROEMPRESA

Cuadro 12. Naturaleza de la microempresa

NATURALEZA	NUMERO DE MICROEMPRESA	PORCENTAJE
Persona natural	36	92.3
Persona jurídica	3	7.7
TOTAL	39	100

Fuente: Los autores

Figura 10. Naturaleza de la microempresa



De acuerdo con la información suministrada por los microempresarios, el 92.3% (36) de estos identifican su microempresa como: Persona Natural, algunas de estas funcionan en la clandestinidad, al no existir registro de ellas en la Cámara de Comercio. El 7.7% (3) restante son de naturaleza Jurídica, correspondiendo este porcentaje a las asociaciones: ASOLANTAG, ASOFETAG Y PESCADORES.

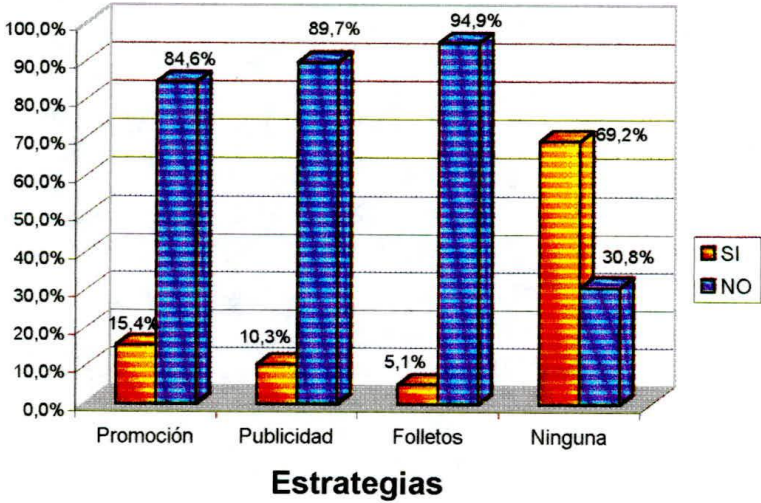
5.8 ESTRATEGIAS PARA IMPULSAR LOS PRODUCTOS

Cuadro 13. Estrategias para impulsar sus productos

ESTRATEGIAS	PROMOCION		PUBLICIDAD		FOLLETOS		NINGUNA	
	FREC	PORCENTAJE	FREC	PORCENTAJE	FREC	PORCENTAJE	FREC	PORCENTAJE
Si	6	15,4	4	10,3	2	5,1	27	69,2
No	33	84,6	35	89,7	37	94,9	12	30,8
TOTALES	39	100	39	100	39	100	39	100

Fuente: Los autores

Figura 11. Estrategias para impulsar sus productos



De 39 microempresas encuestadas en Taganga, el 69.2% no emplea ningún tipo de estrategia para impulsar sus productos. El 30.8% (12) emplea por lo

menos una estrategia, distribuidos de la siguiente manera: El 15.4% (6) emplean la promoción, el 10.3% (4) la publicidad, y el 5.1% (2) folletos.

El universo microempresarial formado en su mayoría por microempresas que solo generan los ingresos necesarios para subsistir, los microempresarios no realizan una investigación de mercado, ni planean estrategias de ventas definidas que le permitan mejorar sus volúmenes de ventas. Sus microempresas están orientadas al producto y no tienen en cuenta las necesidades de sus clientes, ni sus características tales como: edad, sexo, clase social, profesión u oficio y región.

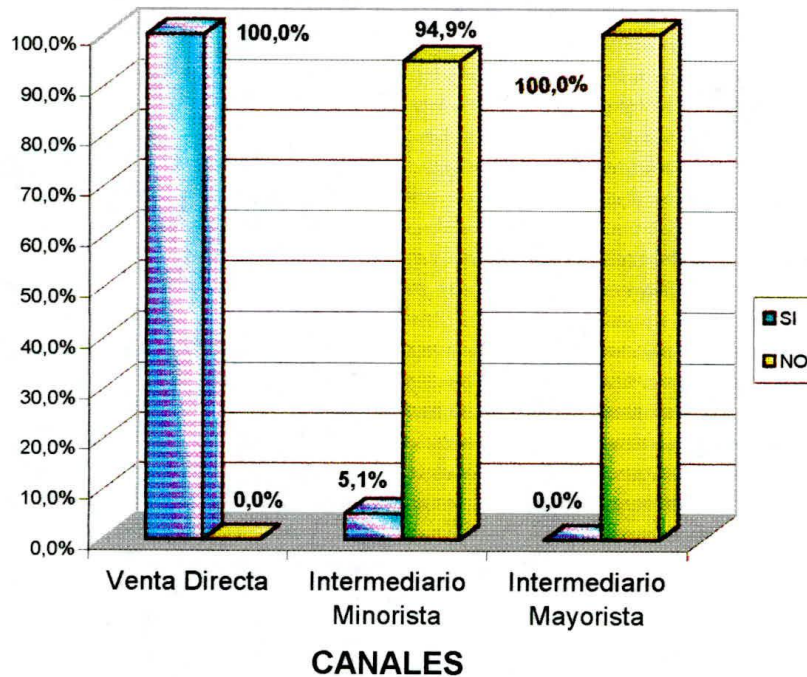
5.9 CANALES DE COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS

Cuadro 14. Canales de comercialización de los productos

	VENTA DIRECTA		INTERMEDIARIO MINORISTA		INTERMEDIARIO MAYORISTA	
	FREC	PORCENTAJE	FREC	PORCENTAJE	FREC	PORCENTAJE
Si	39	100.0	2	5.1	0	0.0
No	0	00.0	37	94.9	39	100.0
TOTALES	39	100	39	100	39	100

Fuente: Los autores

Figura 12. Canales de comercialización de los productos



Del universo microempresarial el 100% (39) emplea como canal para la comercialización de sus productos la venta directa. El 5.1% (2), además de la venta directa emplea intermediarios minoristas y ningún microempresario emplea los intermediarios mayoristas en sus canales de comercialización.

La mayoría de los microempresarios venden sus productos directamente a sus consumidores, en general este canal se caracteriza por una alta

frecuencia en las ventas, en pocas cantidades y un elevado número de compradores. Al no emplear otros canales de comercialización está perdiendo un sin número de clientes potenciales.

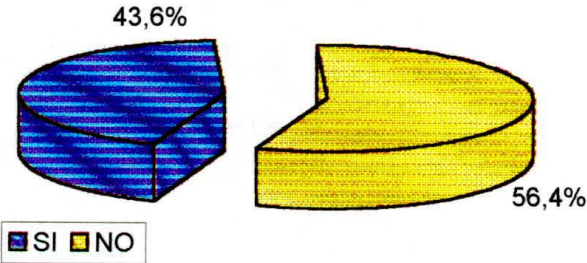
5.10 SEGURIDAD SOCIAL EN LAS MICROEMPRESAS DE TAGANGA

Cuadro 15. Porcentaje de las microempresas en las cuales sus trabajadores tienen seguridad social

SEGURIDAD SOCIAL	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUM
SI	17	43.6	43.6
NO	22	56.4	100
Total	39	100	

Fuente: Los autores

Figura 13. Porcentaje de las microempresas en las cuales sus trabajadores tienen seguridad social



El cuadro 15 muestra que el 56.4% (22) de las microempresas no ofrecen ningún tipo de seguridad social a sus trabajadores. El 43.6% (17) restante están afiliados en forma independiente.

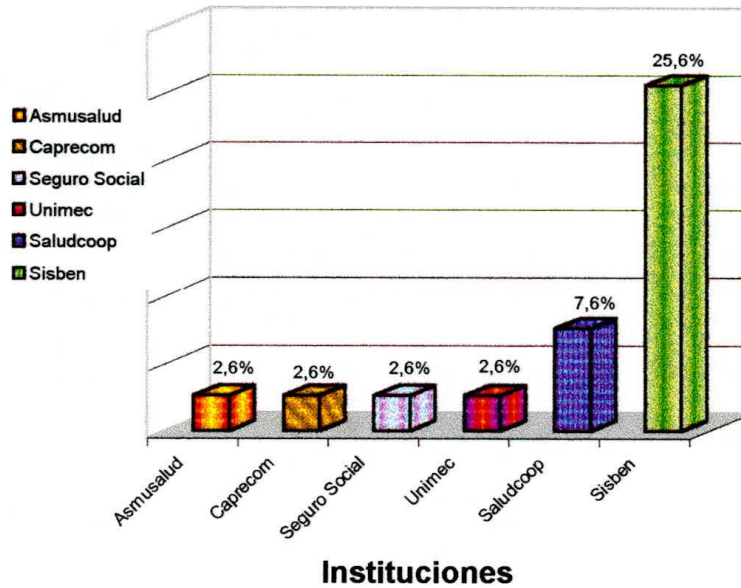
Este resultado revela que la atención a la seguridad social no es el fuerte del microempresario, encontrándose el trabajador empleado y su familia desprotegidos frente a cualquier enfermedad o accidente.

Cuadro 16. Distribución de las entidades de seguridad social en las microempresas de Taganga

ENTIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUMULADO
Asmusalud	1	2.6	2.6
Caprecom	1	2.6	5.2
Seguro Social	1	2.6	7.8
Unimec	1	2.6	10.4
Saludcoop	3	7.6	18
Sisben	10	25.6	43.6
TOTAL	17	43.6	

Fuente: Los autores

Figura 14. Distribución de las entidades de seguridad social en las microempresas de Taganga.



El cuadro 16 muestra las instituciones a las cuales están afiliados en forma independiente los trabajadores de las microempresas, predominando el Régimen Subsidiado (SISBEN) con un 25.6% (10), ante la falta de seguridad social por parte de la empresa y segundo, porque los bajos ingresos que perciben, no les permite vincularse a E. P. S. privadas.

La atención a los problemas de salud y accidente de trabajo de los empleados que carecen de seguridad social, por lo general, se busca un

médico conocido o un centro de salud para que examine al trabajador y se le da dinero para la consulta y la compra de drogas, o bien se utiliza el procedimiento anterior, pero el dinero que se le da al trabajador se considera como un adelanto de su salario.

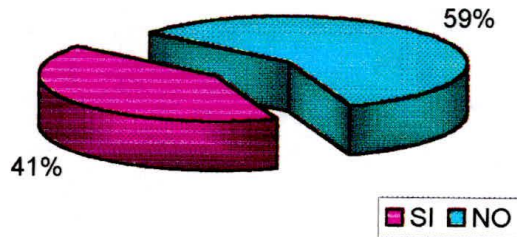
5.11 MICROEMPRESAS INSCRITAS EN LA CAMARA DE COMERCIO DE SANTA MARTA

Cuadro 17. Porcentaje de las microempresas inscritas en la Cámara de Comercio

INSCRITO	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUM
SI	16	41.0	41.0
NO	23	59.0	100
Total	39	100	

Fuente: Los autores

Figura 15. Porcentaje de las microempresas inscritas en la Cámara de Comercio



De 39 microempresas encuestadas en el corregimiento de Taganga, el 41% (16) de estas se encuentran inscritas en la Cámara de Comercio, mientras que el 59% (23) no se encuentran registradas en esta institución.

Muchos de estos microempresarios prefieren permanecer en la clandestinidad, a pesar de las consecuencias desventajosas a que esto conlleva, como exponerse a chantajes que pueden resultar más costosos que la legalización misma. Para ellos la obtención del Registro Mercantil implica una serie de trámites que muchos no podrían cumplir, como: la inscripción de libros y registros contables, presentación del NIT y el pago de impuestos entre otros.

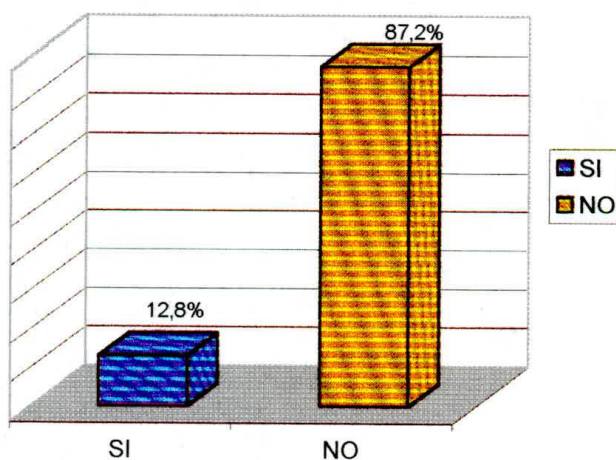
5.12 MICROEMPRESAS QUE PERTENECEN A ASOCIACIONES

Cuadro 18. Porcentaje de microempresas que pertenecen a asociaciones

ASOCIACIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ACUM
SI	5	12.8	12.8
NO	34	87.2	100
Total	39	100	

Fuente: Los autores

Figura 16. Porcentaje de microempresas que pertenecen a asociaciones.



El cuadro 18 muestra que de las 39 microempresas encuestadas el 12.8% (5) pertenecen a algún tipo de asociación, mientras que el 87.2% (34) no están agremiadas.

Algunas de las razones por las cuales el 87.2% de los microempresarios no se encuentran vinculados a ningún tipo de asociación es por que estos se quejan de no disponer de mucho tiempo para dedicarle a la agremiación, y además los beneficios son muchas veces menores que el tiempo invertido en el proceso. Otro factor fundamental es la clandestinidad de la microempresa; las formas asociativas son temidas por los microempresarios pues a través de ellas se dan a conocer “a la luz pública”, y las diferentes instituciones gubernamentales llegan a cobrar sus tributos.

El 12.8% de las microempresas restantes, fueron organizadas en asociaciones con el fin de:

- Prestar servicios eficientes y económicamente
- Tener quien los represente
- Obtener bienestar a nivel individual y familiar
- Organizar el mercadeo eficiente y económicamente
- Conseguir insumos colectivamente
- Obtener capacitación técnica y empresarial

- Ser reconocidos en otras partes
- Obtener crédito
- Unificar criterios
- Pertenecer y trabajar en grupo

5.13 NIVEL DE INGRESOS POR MES Y MARGEN DE UTILIDAD DE LAS
MICROEMPRESAS DE TAGANGA

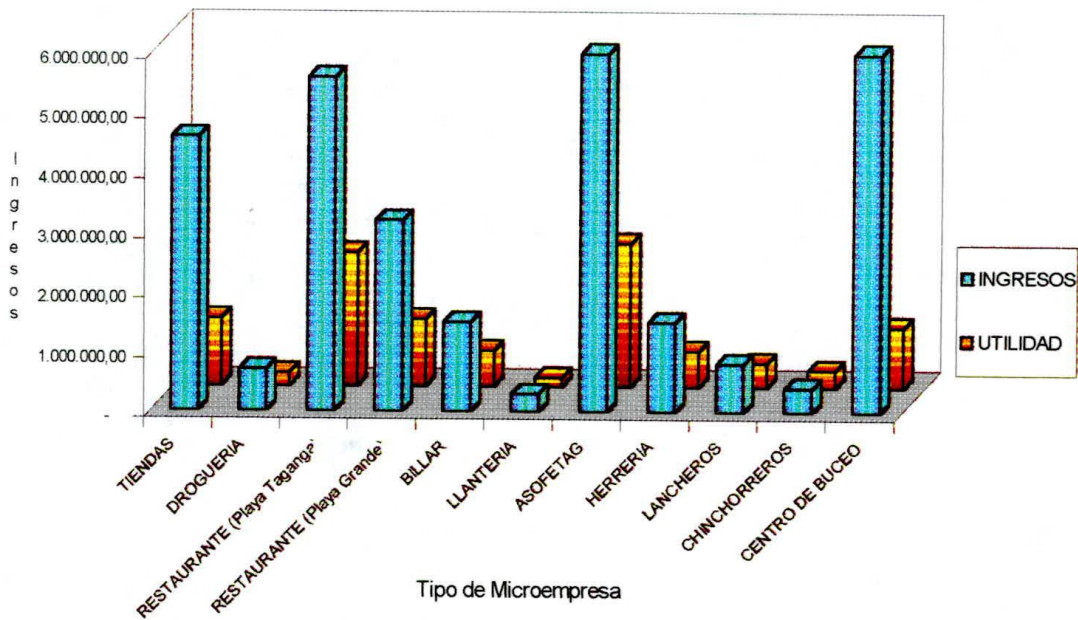
5.13.1 Nivel de ingresos por mes y margen de utilidad

Cuadro 19. Nivel de ingresos por mes y margen de utilidad

MICROEMPRESA	EPOCA DE MAYOR INGRESO	INGRESO MENSUAL	VALOR UTILIDAD	UTILIDAD %
TIENDAS	Enero- Diciembre	4.600.000	1.120.000	20
DROGUERIA		700.000	210.000	30
RESTAURANTES (Playa Taganga)	Vacaciones	5.600.000	2.240.000	40
RESTAURANTES (Playa Grande)	Vacaciones	3.200.000	1.120.000	35
BILLAR		1.500.000	600.000	40
LLANTERIA		300.000	150.000	50
CENTRO DE BUCEO	Enero- Septiembre	6.000.000	1.000.000	16.66
ASOFETAG	Enero- Junio- Julio Diciembre	6.000.000	2.400.000	40
HERRERIA		1.500.000	600.000	40
LANCHEROS (Por microempresario)	Vacaciones	800.000	400.000	50
CHINCHORREROS (Por microempresario)	Subienda	400.000	280.000	70
LICORERIA	Fin de semana	750.000	300.000	40

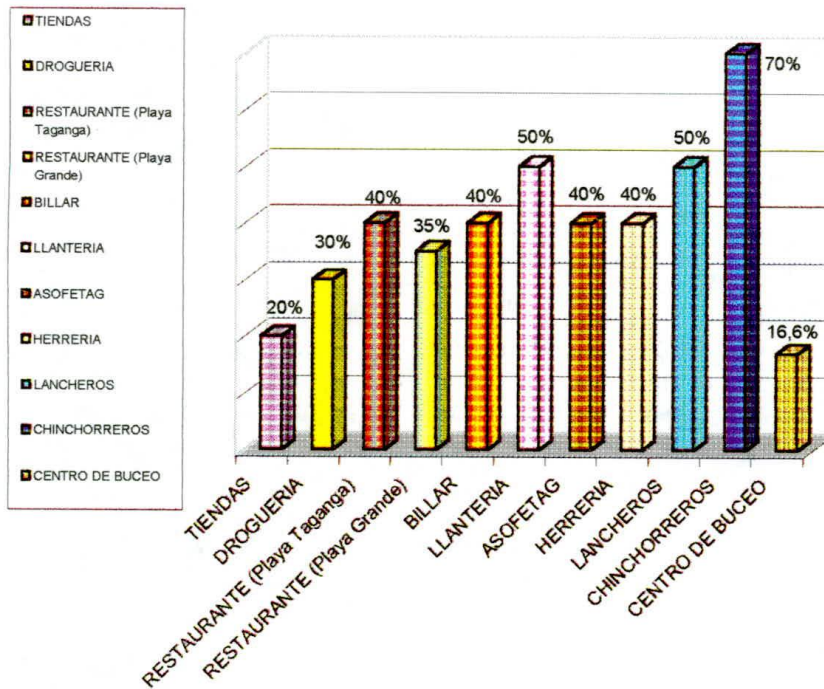
Fuente: Los autores

Figura 17. Nivel de ingresos y utilidad por mes (en pesos)



El cuadro 19 muestra que de las 39 microempresas objeto de estudio se encontró que las que tienen un mayor ingreso mensual son: Los Centros de Buceo (6 millones), Asofetag (6 millones), Restaurantes Playa de Taganga (5.6 millones) y las tiendas (4.6 millones). Las de menor ingreso: La Llantería, Chinchorreros, Licorería y Herrería.

Figura 18. Margen de utilidad de las microempresas en Taganga



Igualmente muestra que las de mayor porcentaje de utilidad son: Asofetag (\$2.4 millones), Restaurantes Playa de Taganga (\$2.24 millones), Tiendas (\$1.12 millones); las de menor utilidad: Lancheros (\$400.000), Licorería (\$300.000), Chinchorreros (\$280.000) y Llantería (\$150.000)

De las distintas actividades se destacan microempresas como Asofetag, que como microempresa genera buenos ingresos pero está conformada por 12 miembros sobre los cuales se reparten las utilidades.

En el sector comercio las tiendas de barrio, microempresas que se dedican a la distribución de bienes de primera necesidad como los de la canasta familiar y no a la producción de estos, los cuales se demandan a diario, la circulación de dinero es alta.

Los restaurantes, los cuales se dedican a la preparación de alimentos, demandados todos los días y con un considerable incremento los fines de semana, la circulación de efectivo es alta.

En el sector servicio: Los Centros de Buceo, por sus características son demandados por los turistas, generando un flujo de efectivo considerable con relación a las otras microempresas, pero los costos en que incurren son altos generando una disminución en su utilidad.

A los Lancheros su utilidad se les incrementa los fines de semana, realizando un sin número de recorridos, también se les genera altos costos que disminuyen su utilidad.

El sector manufacturero presenta unos ingresos mensuales bajos debido al costo de la materia prima y pago de salario al trabajador, lo cual repercute en su utilidad.

El sector primario, integrado en su totalidad por pescadores asociados a la Corporación de pescadores chinchorreros de Tagangal, sus ingresos mensuales dependen directamente de la venta de los productos que extraen del mar, lo cual depende de las subidas y de otros factores como el azar. Estos ingresos son considerablemente bajos permitiéndoles a los pescadores subsistir y esperar que el próximo día sea mejor que el anterior.

Los restaurantes y tiendas son las actividades que tienen posibilidad de ser más rentables y con mayor nivel de acumulación; representando al sector comercio como el más dinámico por crearse en éste mayor acumulación de capital a pesar de contar con un menor capital invertido, con respecto al sector manufactura y servicio, que tienen una mayor inversión de capital y

generan menos ingresos. Lo que muestra que el capital invertido no es quien determina el nivel de ingresos del microempresario sino la mayor rotación de capital.

6. DISCUSIÓN

Una vez realizado el análisis de la información contenida en los cuadros y figuras sobre la situación microempresarial en Taganga, se pudo destacar los siguientes aspectos:

En el análisis del cuadro N° 1 cabe destacar las microempresas del sector comercio como las más sobresalientes de la economía de la región con un 76.9% (30) unidades económicas, los cuales son en su mayoría restaurantes y tiendas. Le sigue en orden de importancia el sector servicio con un 15.4% (6) microempresas.

El sector manufacturero está representado por una microempresa, la cual fue creada como medio de subsistencia. Este renglón de la economía es

todavía incipiente, con pocas expectativas de desarrollo debido a las características del lugar.

El sector primario representado por la pesca, renglón este donde cuenta con un potencial considerable, no ha sido explotado en toda su extensión, solo se perciben algunas formas de pesca artesanal, dirigidas ante todo a satisfacer las necesidades inmediatas de los mismos pescadores a pesar de que se encuentran organizados y funcionando legalmente desde 1900.

Han brillado por su ausencia las políticas encaminadas a fortalecer este renglón importante de la economía regional, como es la pesca y pone a competir a Taganga y otros pueblos más al norte en condiciones de inferioridad con los barcos pesqueros venezolanos dotados de tecnología avanzada, que saquean inmisericordiosamente nuestro patrimonio ictiológico en esta zona del país.

De las distintas actividades microempresariales podemos observar que las que ocupan un mayor número de trabajadores son: la pesca artesanal, los lancheros y los restaurantes; respondiendo a las características del corregimiento en el cual sus habitantes son de vocación pesquera y explotan en cierta forma el turismo ofreciéndoles la venta de alimentos, bebidas y transporte para trasladarse a las diferentes playas de Taganga.

En su mayoría las microempresas se originaron con un capital propio mínimo, lo cual les da la característica de micro-negocio de supervivencia siendo inestables por el poco capital con que cuentan para llevar a cabo su actividad. Esto asociado a su característica de informabilidad les dificulta la consecución de créditos en el sector financiero formal, acudiendo a prestamistas para financiar sus proyectos.

Las microempresas en su mayoría no realizan una adecuada comercialización y mercadeo de sus productos, el microempresario en pocos casos realiza una seria investigación de mercado y menos aún una

planeación de sus actividades, donde lo primordial para él es el producto más no el cliente.

De las distintas actividades microempresariales las de mayor ingreso mensual son: Centros de Buceos (servicio), Asofetag (comercio), Restaurantes (comercio), Tiendas (comercio); siendo las de menos ingreso mensual: La Llantería (servicio). Chinchorreros (pesca), Lancheros (servicio). Esto se debe a que las primeras tienen una mayor rotación de efectivo y la demanda de sus productos y servicios es diario y en ocasiones hasta tres veces por día.

De las anteriores actividades las que reportan mayor utilidad son: Asofetag, los restaurantes, las tiendas y los centros de buceo.

7. CONCLUSIONES

Finalizada la presente investigación y analizados los resultados obtenidos con cada una de las variables, se llegó a las siguientes conclusiones:

- Las microempresas del Corregimiento de Taganga concuerda con las características que se le ha dado en diversos lugares, entre estos la “informalidad”.
- Una buena parte de los problemas microempresariales encontrados se originan por la insuficiencia de recursos económicos para hacer inversiones, ligados a la escasez de crédito, el conflicto armado existente en el país no permite que se incremente la visita de turistas de las diferentes regiones nacionales e internacionales, el pobre apoyo

institucional y la precaria infraestructura para la prestación de un excelente servicio.

- En Taganga, de las distintas actividades económicas existentes, el sector comercio tiene gran presencia con los restaurantes creados ante la necesidad de atención a los visitantes debido a las características naturales de sector turístico. Los sectores de servicio y manufactura son de los menos desarrollados debido a que los nativos no explotan estas actividades y obstaculizan la proliferación de microempresas por personas ajenas a la región.

- En cuanto al sector primario (pesca), no cuenta con tecnología adecuada para desarrollar plenamente esta importante actividad, gracias al olvido en que se encuentra por parte del gobierno distrital que todavía no alcanza a valorar el potencial pesquero de esta región y por lo tanto no se preocupan por ofrecerles una mejor organización y apoyo con programas encargados de fomentar el desarrollo microempresarial.

- A pesar de que algunas microempresas han conformado asociaciones, no se encuentran bien organizadas. La mayoría no cuenta con unas metas bien definidas que les sirvan de guía en la consecución de sus objetivos, tal es el caso de los pescadores, que se encuentran organizados como asociación hace más de un siglo y no se comportan como tal, ya que el producto de la pesca es distribuido exclusivamente entre cada uno de los que participan en la labor de ese día y cada individuo dispone de su parte de la manera que a él más le convenga.

- Las encuestas revelan que las microempresas no ofrecen ningún tipo de seguridad social a sus trabajadores, quedando estos desprotegidos ante enfermedades y accidentes de trabajo. Esto se debe a la idiosincrasia de sus pobladores que le restan importancia a la atención de los problemas de la salud, además la mayoría de las contrataciones son verbales, pago a destajo o por labor contratada que en muchas ocasiones no alcanza los niveles del salario mínimo legal. El patrono y el trabajador llegan a un acuerdo en el cual el empleado acepta trabajar sin seguridad social. Otra

razón a ésta informalidad es el grado de consanguinidad entre ellos o el vínculo de vecindad, que les facilita los acuerdos que realicen sin posteriores consecuencias legales.

- De acuerdo a lo anterior se concluye que el empleo que genera la microempresa en Taganga, aunque desde luego es un aporte a la solución para el desempleo, es de baja calidad, debido a la inestabilidad laboral, bajos salarios y el trabajador no se halla protegido para solucionar sus necesidades más apremiantes.

- En la comercialización y el mercadeo de sus productos influye la cultura de sus habitantes, que así como esperan que los peces queden atrapados en la red, de igual manera esperan en los puestos de sus negocios que sea el turista el que llegue a solicitar los productos o servicios y no buscan la manera adecuada de promocionarse.

- Los niveles de ingresos de la mayoría de las microempresas son exigüos y no se ajustan a las condiciones económicas de sus propietarios, llevándolo en muchos casos a buscar la forma de eludir costos. Esta es una de las razones por la cual la mayoría de los microempresarios no pagan impuestos de industria y comercio, el de renta y patrimonio y Cámara de Comercio.

- El escaso capital con que cuentan en su mayoría los microempresarios de Taganga, las dificultades para la obtención de crédito en el sector financiero formal y la inadecuada organización, no han permitido que los microempresarios mejoren sus condiciones socio-económico y productivas, es decir su estructura orgánica está sujeta al círculo de subdesarrollo.

8. RECOMENDACIONES

Analizados todos los aspectos tratados en la presente investigación y tras un proceso de discusión y conclusión de los mismos, los autores, con el fin de aportar soluciones al problema tratado en el estudio realizado, formulan las siguientes recomendaciones:

- La creación de una ONG, cuyo objetivo fundamental sea el desarrollo de la actividad pesquera impulsándolos para convertirse en una verdadera fuente de empleo y de ingresos, con un desarrollo tal que le permita competir con otras empresas dedicadas a la misma actividad, en la exportación de productos del mar y abastecer el mercado local.

- Asociar a los microempresarios (que no estén agremiados) de acuerdo a su actividad económica y que ellos tributen en forma asociativa y no individual para obtener descuentos en los impuestos.
- Crear un marco legal preferencial al que puedan acogerse los microempresarios que ingresen activamente en un programa de desarrollo de la microempresa, estableciendo condiciones o requisitos para ser aceptado como microempresario.
- La patente de funcionamiento y el Impuesto de Industria y Comercio se deben agilizar en sus trámites, obviando pasos innecesarios que le permitan al microempresario dedicar más tiempo a su unidad de producción.
- Qué la Cámara de Comercio realice estudios sobre los microempresarios de Taganga, para que existan en esta institución registros actualizados.



- Qué las instituciones dedicadas a promover el desarrollo microempresarial, se preocupen más por esta región olvidada, brindándoles capacitación, asesoría, crédito y apoyo a la comercialización.

- Una adecuada atención a la seguridad social para el microempresario, su familia y trabajadores, reduciendo las tarifas establecidas actualmente para trabajadores independientes.

- Qué las instituciones encargadas de fomentar el desarrollo empresarial como Fundemicromag, El Sena y La Alcaldía, adelanten actividades de investigación con el fin de presentar alternativas para el mejoramiento de las condiciones económicas de los lancheros y el fortalecimiento como organización gremial, ya que al igual que la Asociación de Chinchorreros se encuentra en total abandono.

- Qué los restaurantes (sector comercio) se consoliden como organización gremial, estimulándolos en la iniciativa y la aplicación de conocimientos y

destrezas de gestión, que contribuyan al incremento de la competitividad y eficiencia de la comercialización de sus productos.

- Qué los diferentes gremios de los empresarios se unan y en forma grupal den a conocer a Taganga en medios masivos de comunicación local y nacional (televisión, prensa, página webs), y de esta manera aumentar el número de turistas y visitantes de este rincón agradable y acogedor del caribe Colombiano.

BIBLIOGRAFÍA

CADENA, Gustavo. Consideraciones generales sobre la microempresa en Santa Marta. Rev. de la Cámara de Comercio.

CANTILLO MATTOS, Miguel, HENRIQUEZ TEJEDA, Basilio y DANIELS D'ANDREIS, Ariel. Revista Taganga. Primera edición. Santa Marta. 1999. 24 páginas.

CARPINTERO, Samuel. Los programas de apoyo a la microempresa en América Latina. Ediciones Deusto S.A. España 1999. 181 pag.

CHIAVENATO, Idalberto. Introducción a la Teoría General de la Administración. Cuarta Edición. McGraw-Hill Interamericana, S.A. Santafé de Bogotá, Colombia. 1998. Pág. 107.

DIAZ PEREZ, Guillermo y HERRERA SANTIAGO, Lunith. Análisis de la microempresa en la ciudad de Santa Marta. Tesis Universidad del Magdalena. 1985. 120 pág.

GNECCO ARREGOCES, Hugo. Plan de Desarrollo de Santa Marta, D. T. C. H. Santa Marta, 2001.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS. Normas Colombianas para la presentación de Tesis de Grado. Revisión actualizada. Santafé de Bogotá D. C. ICONTEC, 1999. Compendio, ICONTEC- ICFES.

MENDEZ MORALES, José Silvestre. Economía y la Empresa. Editorial McGraw-Hill Interamericana. México 1998. Pág. 222.

MUNERA, Marlene y PERTUZ, Piedad. "Organización de estrategias y procedimientos para organizar microempresas en el municipio de Santa Marta" Tesis de Grado. Universidad Cooperativa de Colombia. Santa Marta.

PARRA ESCOBAR, Ernesto. Microempresa y desarrollo. Sena, Bogotá. D.E. 1985. 101 p.

PLAN REGIONAL PARA EL DESARROLLO DE LA MICROEMPRESA. CORPES Costa Atlántica.

PLAN NACIONAL PARA LA MICROEMPRESA 1994-1998. Documento CONPES 2732, Ministerio de Desarrollo -IFI-. Santa Fe de Bogotá, 1994.

Procesamiento de Datos. Programa Epi Info 6. Versión 6.04a. Julio 1996. En español Noviembre de 1996.

QUINTERO U, Victor. Alternativa microempresarial. CESEC. Facultad de Economía de San Buenaventura, Cali 1989. Pág. 50.

ROSENBERG, J. M. Diccionario de Administración y Finanzas. Grupo Editorial Océano Centrum. Barcelona. 1993. 640 pág.

SENA. Manual para la participación social, Julio 1983.

ANEXOS

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ANEXO A. FORMULARIO PARA ENCUESTA A MICROEMPRESARIOS

Diagnóstico del Sector Microempresarial en el Corregimiento de Tanganga, Santa Marta, D.T.C.H. (Departamento del Magdalena)

El carácter de la investigación es estrictamente académico

1. INFORMACIÓN GENERAL

Nombre de la empresa: _____

Dirección: _____

1. Actividad económica.

- 1 Pesca artesanal 2 Comercio 3 Manufactura
 4 Servicio 5 Turismo

2. Información Laboral.

- 1 N° de trabajadores.
 2 N° de trabajadores familiares.
 3 N° de trabajadores particulares.
 4 N° de trabajadores con que inicio.

3. Salario que reciben sus trabajadores:

- 1 N° de trabajadores que reciben salario mínimo.
 2 N° de trabajadores que reciben menos del salario mínimo.
 3 N° de trabajadores que reciben más del salario mínimo.

Por favor justifique: 3.1 _____

3.3 _____

4. Mano de obra que utiliza.

1. Calificada 2. No calificada.

5. Ha recibido capacitación microempresarial?

1. Si 2. No

 Escriba cual

7. Sabe leer y escribir?

1. Si 2. No

8. Estudia actualmente en algún colegio, escuela, universidad, instituto no formal ?

1. Si 2. No

9. Cual es el nivel educativo más alto que alcanzó?

1. Primaria 4. Bachiller comercial
 2. Normalista 5. Universitario
 3. Bachiller básico

2. INFORMACIÓN ECONOMICA

10. Año en que inició la microempresa.

11. Capital con que inició la microempresa.

1. Menos de \$1'000.000
 2. Entre \$1'000.000 y \$2'500.000
 3. Entre \$2'500.001 y \$5'000.000
 4. Entre \$5'000.001 y \$8'000.000
 5. Más de \$8'000.000

12. El capital con que inicio es:

1. Propio. 2. Prestado

13. Ha realizado créditos?

1. Si 2. No

14. Entidades crediticias que lo han apoyado:

1. C.A.V. 4. Cia. Financiamiento Cial.
 2. Bancos 5. Otros
 3. Cooperativas _____
 Escriba cual

15. Dificultades para la obtención del crédito:

1. Muchos requisitos 3. No tiene codeudores
 2. Intereses altos 4. Otros

 Escriba cual

16. Tipo de empresa.

1. Individual 2. Social 3. Familiar
 4. Otros _____
 Escriba cual

17. El lugar donde desarrolla su microempresa es:

- 1. Local propio
- 2. Local propio compartido con vivienda.
- 3. Local en arriendo
- 4. Local exclusivo para la empresa

18. La naturaleza de su empresa es:

- 1. Persona natural.
- 2. Persona jurídica.

19. Los productos de su empresa los impulsa con:

- 1. Promoción
- 2. Publicidad
- 3. Folletos
- 4. Ninguno

20. Los canales de comercialización para sus productos son:

- 1. Venta directa.
- 2. Intermediario (minorista).
- 3. Intermediario (mayorista).

21. La materia prima la compra:

- 1. Contado
- 2. Crédito
(Pase a la P.# 22)
- 3. Credicontado
- 4. Otros

Escriba cual

22. El pago de los créditos los realiza:

- 1. Corto plazo
- 2. Mediano plazo
- 3. Largo plazo

23. El servicio y/o bien que ofrece lo cobra:

- 1. Contado
- 2. Crédito
- 3. Credicontado
- 4. Otros

Escriba cual

24. El cobro de los créditos los realiza:

- 1. Corto plazo
- 2. Mediano plazo
- 3. Largo plazo

25. Que dificultades tiene para la adquisición de materia prima e insumos?

- 1. Falta de capital.
- 2. Falta de proveedores
- 3. Altos precios del mercado.
- 4. Otros

Escriba cual

26. Que dificultades tiene para la comercialización de sus productos.

- 1. Poco mercado
- 2. Mucha competencia.
- 3. Baja calidad.
- 4. Otros

Escriba cual

27. La situación económica actual del país le ha sido a su microempresa:

- 1. Favorable.
- 2. Desfavorable.
- 3. Indiferente

28. El costo de los servicios públicos ha tenido en su negocio una influencia:

- 1. Favorable
- 2. Desfavorable
- 3. Indiferente

29. Tienen sus trabajadores seguridad social?

- 1. Si
- 2. No

30. A que E. P. S. están afiliados?

31. Está inscrito en la Cámara de Comercio?

- 1. Si
- 2. No

32. Pertenece a alguna organización gremial?

- 1. Si
- 2. No

Cual: _____

ENCUESTADOR

