



**ANÁLISIS DEL DESARROLLO EMPRESARIAL DEL SECTOR
ALGODONERO EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR, 1970 – 2010.**



**ANÁLISIS DEL DESARROLLO EMPRESARIAL DEL SECTOR
ALGODONERO EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR, 1970 – 2010.**

Investigadores:

ALCIDES ENRIQUE OROZCO GUTIÉRREZ
Código 2010184110
EDWIN IVÁN VÁSQUEZ PINO
Código 2010184113

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN DESARROLLO EMPRESARIAL
SANTA MARTA – MAGDALENA
NOVIEMBRE – 2013



**ANÁLISIS DEL DESARROLLO EMPRESARIAL DEL SECTOR
ALGODONERO EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR, 1970 - 2010.**

Investigadores:

ALCIDES ENRIQUE OROZCO GUTIÉRREZ
Código 2010184110
EDWIN IVÁN VÁSQUEZ PINO
Código 2010184113

Director:

JAIME ALBERTO MORÓN CARDENAS

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN DESARROLLO EMPRESARIAL
SANTA MARTA – MAGDALENA
NOVIEMBRE – 2013



MOE
00021
91

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
1. Introducción.....	8
Formulación del problema.....	11
Justificación.....	12
Objetivo general.....	13
Objetivos específicos.....	13
2. Antecedentes de la investigación.....	13
3. Bases teóricas de la investigación.....	15
3.1 Desarrollo empresarial.....	15
3.2 Desarrollo económico.....	19
3.3 Factores y determinantes del sector algodonero.....	21
3.4 Evaluación del impacto del desarrollo empresarial en los municipios algodoneros del Cesar.....	25
4. Marco metodológico.....	29
4.1 Tipo de investigación.....	29
4.2 Población del estudio.....	29
4.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	30
4.4 Técnicas de análisis de la información.....	31
5. Resultados de la investigación.....	32
5.1 Resultados del objetivo uno.....	32
5.1.1 Resultados y análisis de las empresas algodoneras (1970-2010).....	33
5.1.2 Resultados y análisis de los empresarios (1970-2010).....	45
5.1.3 Resultados y análisis de las dinámicas del contexto.....	53
5.2 Resultados del objetivo dos.....	54
5.3 Resultado del objetivo tres.....	62
Conclusiones.....	67
Recomendaciones.....	69
Referencias bibliográficas.....	70
Anexos.....	72



LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
1. Año de Constitución de Empresas en el Departamento del Cesar (1970-1992).....	33
2. Año de Constitución de Empresas en el Departamento del Cesar (2005-2010).....	33
3. Año de Constitución de Empresas en el Departamento del Cesar (1993-2004).....	34
4. Activos al momento de la Constitución de la Empresa (1970-2010).....	35
5. Forma de Constitución de las Empresas (1970-1992).....	36
6. Forma de Constitución de las Empresas (1993-2010).....	37
7. Número de Empleados en la actualidad en las empresas (1970-2010).....	39
8. Fecha de creación de empresas (Cesareense).....	39
9. Número de Empleados al momento de creación de las empresas.....	40
10. Número de Empleados en la actualidad en las empresas.....	41
11. Forma Jurídica de las Empresas.....	41
12. Realización de evaluación del proyecto de creación de empresas.....	42
13. Suministro de ayuda de personas y/o organismos para obtener información sobre creación de empresas.....	42
14. Modo de financiación inicial de las empresas.....	43
15. Intención de creación de una empresa.....	44
16. Obtención de un pedido inicial decisivo en su empresa.....	44
17. Ayuda en la tramitación de la documentación de una persona y/o institución al momento de la creación de una empresa.....	45
18. Nivel de Estudios de los Empresarios.....	45
19. Profesión del Empresario al momento de Crear la Empresa.....	46
20. Edad de los Empresarios al momento de Crear la Empresa.....	47
21. Lugar de nacimiento del Empresario.....	47
22. Ciudad de residencia de los empresarios.....	48
23. Antecedentes de Empresarios en la Familia.....	48
24. Antecedentes de empresarios en la familia.....	49
25. Actividad posterior a la creación de su propia empresa.....	49
26. Actividad familiar con relación a la creación de la empresa.....	50

27. Ocurrencia de una idea anterior a la creación de su empresa.....	50
28. Tiempo de constitución legal de la empresa.....	51
29. Asistencia a cursos y seminarios relacionados con creación de empresas.....	51
30. Estrategias para lograr competitividad.....	53
31. Actividad Económicas de las Empresas (1970-2010).....	54
32. Actividad económica de las empresas (2005-2010).....	56
33. Tamaño de las empresas en el Departamento del Cesar (1970-1992).....	59
34. Tamaño de las empresas en el departamento del Cesar (1993-2010).....	59
35. Tamaño de las Empresas según cámara de Comercio (1970-2010).....	60
36. Tendencia de alta tecnología en las Empresas.....	61
37. Medio de comunicación por el cual obtuvo conocimiento de beneficios.....	61
38. Creación de otras empresas.....	62



LISTA DE TABLAS

	Pág.
1. Lista de crecimiento intercensal de 9Colombia y el Cesar	58
2. Esperanza de vida al nacer tasa de natalidad y mortalidad	58



1. Introducción

La globalización plantea la necesidad de comprender fenómenos económicos ligados a la configuración de nuevas vinculaciones entre empresas que transgreden la relación estricta de mercado. Al mismo tiempo que se está desarrollando un aumento en la interdependencia económica entre países, el acceso a las nuevas tecnologías, así como a las cadenas de distribución y comercialización que se van convirtiendo en elementos cruciales de la competitividad.

En este sentido, en Colombia, las áreas de siembra de algodón continúan con tendencia a la baja. La bonanza algodonera de las décadas de 1960 y 1970 de igual manera tuvo efectos positivos sobre la naciente economía cesarense de ese entonces. Según (Bernal, 2004), La aparición de encadenamientos productivos y de una clase media alrededor del algodón evidencia esta relación. Así, durante la temporada 2002 se sembró un total de 40.265 hectáreas en el país, lo cual comparado con las 52.802 hectáreas sembradas en el año 2001 representa una reducción del 24%.

Infortunadamente, el impulso inicial no fue lo suficientemente largo, y el proceso de evolución institucional se detuvo con la caída de los precios, la crisis de créditos y la aparición de actores armados al margen de la ley. Los logros de otras épocas se desvanecieron. Es así, que durante la década de 1980 empezó un proceso de estancamiento, de hecho, se podría pensar en un retroceso institucional, causando escases de producción para la década del 2000.

Por otra parte, durante las últimas décadas, el criterio de que los productores tienen derecho a participar en su propio desarrollo ha ganado gran importancia a través del mundo, hasta el punto de aparecer como estrategia en las teorías de desarrollo. De Schutter (1987) entiende la participación, en términos generales, como la expresión de las necesidades sentidas, la defensa de los intereses comunes y como la manera de influir en las acciones que afectan la realidad de los sujetos.



Por lo anterior planteado, este documento busca analizar el desarrollo Empresarial del sector algodonero en el Departamento del Cesar, 1970 – 2010, haciendo una revisión de la economía del Cesar durante estos años, teniendo en cuenta su actual crisis y sus oportunidades para el futuro. El documento se organiza en primera instancia donde se será un planteamiento del problema, objetivos y justificación de la investigación, hace un breve recuento sobre aspectos históricos y geográficos del departamento.

De lo antes expuesto, se busca y encuentra que en los países en desarrollo, en especial en América Latina, según Basudeb; Ravi y Ostrom, (2006), una parte importante de las empresas desarrollan sus actividades en la informalidad, entendida ésta como el incumplimiento de las obligaciones legales de la empresa (por ejemplo, el pago de impuestos, del registro mercantil o de la afiliación de los trabajadores a la seguridad social).

En este escenario, las empresas no tienen acceso a los mercados financieros ni a los mercados internacionales, entre otros, los cuales son pilares fundamentales del crecimiento empresarial y de la productividad. Por esa razón, por lo general tienen menores niveles de productividad y mantienen una escala de operación inferior a la óptima, generando un menor número de empleos, que usualmente son de baja calidad (bajos salarios). En definitiva, este proceso limita el desarrollo económico, reduciendo las posibilidades de un mayor crecimiento y evitando una reducción más rápida y consistente de la pobreza. Colombia no es la excepción, en el país, 41,1% de la economía son informales, según Bruhun, (2007).

Por lo anterior, la formulación de un buen plan de acción que permita atacar efectivamente este problema tiene como precondition una buena caracterización del sector informal. Tal análisis debe trascender a dimensión cuantitativa; ya que, aunque los datos son una buena aproximación de la realidad, no permiten obtener una caracterización completa de la complejidad del fenómeno.

Al respecto, una característica de la estructura productiva colombiana es la marcada existencia de pequeños establecimientos productivos. El Censo General de 2005, que incluyó un módulo sobre unidades económicas, mostró que, de un total de 1.319.712 empresas censadas, la microempresa representa el 96%. Le siguen la pequeña y mediana



empresa, que representan el 3,84% del total y la gran empresa, con el 0,89. Las microempresas, según el mismo censo, ocupan al 50,64% de los trabajadores en Colombia.

De allí que, se muestra en Colombia un desarrollo empresarial lento, cuando la mayoría de las empresas algodoneras, como es el caso de este proyecto, comenzaron por ser informales, razón por la cual el crecimiento no fue simétrico, presentando falta de estructura, lo que fue notorio según estudios de campo realizado en el Departamento del Cesar, desde el punto de vista del sector algodonero, un fracaso en el desarrollo empresarial, pues lo que se observa, es que las empresas de este sector fueron desapareciendo, proporcionalmente con la minimización excesiva de los cultivos en el periodo comprendido entre (1970 – 2010).

El escenario mostrado, deja ver que la decadencia del cultivo del algodón registrada en este lapso se debió a factores como la caída de los precios del algodón y con ellos el auge económico con el que empezó el Departamento del Cesar durante su creación, que han hecho historia.

Las circunstancias de años anteriores, ocasionan según Gamarra (2005), que el crecimiento económico y social del departamento del Cesar, enfrente duros retos hacia el futuro, asumiendo una dura crisis que contenga: Corrupción, violencia y recesión económica. Estos problemas, que enfrenta un departamento el cual fue considerado como un modelo de gestión y al cual le ha tocado recorrer los picos más pronunciados de los ciclos económicos y sociales, lo que ha llevado a que las empresas quiebren y no existan propuestas y programas de reactivación para fomentar la creación de empresas para cultivar algodón.

En este contexto, la complejidad en las organizaciones del sector algodonero del departamento del Cesar, está representada para Cornejo (2004), por la interacción de variables externas así como culturales, políticos, económicos, ambientales y culturales, incluso ocultas en el contexto organizacional; así como las internas (heterogeneidad en los gerentes, relaciones); el alto grado de relación entre ellas y su dinámica hacen imposible pensar en unos procesos de toma de decisiones ante situaciones complejas.



Sin embargo, la problemática de la investigación recae en analizar el desarrollo empresarial del sector algodonero en el departamento del Cesar, 1970 – 2010.

Por lo que las causas encontradas han sido identificadas como: poca formación empresarial de los empresarios algodoneros, generación de procesos lentos, falta de formalidad en el cultivo y su comercialización, déficit en la legalidad económica, entre otros.

En función a estos aspectos importantes, se conduce esta investigación necesaria para dar sugerencias a los resultados encontrados en ella, puesto que se pueden presentar posibles propuestas que establezcan el desarrollo empresarial alrededor del sector algodonero; creando así como apoyo a nuevas empresas, con una planeación estratégica bien definida con capacidad de permanecer en el mercado, sean competitivos, productivos y protectores del ambiente.

En este sentido, de no realizar este proyecto, la problemática conduciría a un desarrollo reprobable de la economía algodonera actual, llegando a sucumbir el sector por el mal manejo de aspectos legales y económicos que se requieren llevar para generar prosperidad en las empresas. Además, lograr realizar una gran convocatoria en donde converjan instituciones gubernamentales, agricultores, instituciones universitarias, gremios y los ciudadanos en general. De esta forma, el sector algodonero podría ser nuevamente el motor de desarrollo económico y social del departamento del Cesar.

Por todo lo antes expuesto, se observará seguidamente en el trabajo un marco teórico de la investigación junto a los antecedentes que marcan la importancia del estudio. Seguidamente, un marco metodológico para dar visión del tratamiento de la investigación. Y por último los resultados de la investigación donde se muestra lo analizado junto con sus discusiones y comparaciones teóricas, añadiendo, conclusiones y referencias bibliográficas.

Formulación del problema

¿Cómo ha sido el Desarrollo Empresarial del sector algodonero en el Departamento del Cesar, durante 1970 - 2010?



Justificación

Esta investigación tiene como propósito enriquecer conocimientos históricos del cultivo de algodón, que aportes se dieron en los sectores económico, social y político del departamento del Cesar; por qué decayó el cultivo y cuáles fueron sus consecuencias. El desarrollo de las investigaciones anteriores sobre las empresas y la creación de una corriente histórica, hacen que este trabajo se convierta en un aporte teórico a la problemática que reviste este campo de estudio específico en la actualidad.

Desde el punto de vista teórico se justifica la investigación por encontrarse dentro de la problemática marcada desde los años 1970 en el sector algodonero en el Cesar, donde se analizarán las diferentes teorías aplicándolas al contexto algodonero y pudiendo formar constructos nuevos al respecto. En este sentido, no se encuentran estudios actuales en el periodo de tiempo 1970 – 2010 que estudia el desarrollo empresarial del sector algodonero en el departamento del Cesar, de ahí que la investigación sea pertinente para señalar nuevas teorías aplicadas al tema, que sirvan para ser utilizadas por futuros investigadores. La importancia de este trabajo radica en que se puede ver el desarrollo de las organizaciones empresariales en su contexto histórico y en su propia dinámica expuesta por empresarios y protagonistas diversos de la región.

Desde el punto de vista práctico, esta investigación servirá como punto de partida para una serie de documentos que permitan un horizonte claro, permitiendo que el esquema de procesamiento de la información y sus fuentes sobre la época de expansión y crisis que se vivió en el sector algodonero del Departamento del Cesar en un tiempo comprendido entre 1970 - 2010, sirva como una herramienta verídica y eficaz., se busca con ello que profesionales en ciencias empresariales y económicas, enriquezcan el pasado, traerlo a la palestra de la actualidad en lo que tiene de auténtico y así mismo aportar una forma efectiva de comprender los factores políticos, culturales, psicológicos, económicos y sociales que propiciaron el surgimiento y la decadencia del sector algodonero. Desde el punto de vista metodológico, se hace importante trazar caminos y metas para obtener un insumo científico. En este caso, la investigación aborda una base empírica, a través de las fuentes primarias y secundarias y la segunda por un trabajo analítico para poder validar dichas fuentes y dar cuenta de una



investigación total que une y engloba lo empírico con lo positivista, logrando interpretar así el fenómeno que se investiga.

Objetivo general

Analizar el desarrollo Empresarial del sector algodonero en el Departamento del Cesar, 1970-2010.

Objetivos específicos:

- Caracterizar los factores y determinantes del sector algodonero en el departamento del Cesar, desde las empresas, el empresario y la dinámica del contexto.
- Evaluar el impacto del desarrollo empresarial en los municipios algodoneros del departamento del Cesar.
- Proponer estrategias de desarrollo empresarial que permita consolidar, reactivar o que en definitiva desaparezca el cultivo del algodón.

2. Antecedentes de la investigación

Para el desarrollo de la presente investigación se estudiaron los diferentes trabajos elaborados alrededor del tema del desarrollo empresarial del sector algodonero en el departamento, los cuales pueden servir de fuente bibliográfica; material de referencia e insumo para realizar una mayor profundización hacia los factores que influyeron en el surgimiento, auge y crisis del sector algodonero en el departamento del Cesar, como también, determinar el impacto en el desarrollo empresarial.

En este sentido, en el plano internacional se destaca la contribución del autor D'Abreu (2007), este trabajo aportó la mayor información en relación al surgimiento y el desarrollo de estos grupos en el mundo económico contemporáneo, destacando su origen y situación jurídica en Colombia, así como la identificación de grupos de sociedades en el ámbito nacional y regional.

Por otro lado, CFE (2006), aportó las referencias para establecer el desarrollo económico con apoyo a las mipymes en el departamento del Cesar, en cuanto a sí los



gobiernos de turno dictaron alguna norma que permitiera fortalecer financieramente a los cultivadores y comercializadores del algodón, si se presentó tejido empresarial alrededor del cultivo del algodón y cómo fue. Si se utilizaron los avances científicos para realizar mejoramiento de semillas, suelos, e innovaciones tecnológicas.

Otra investigación es la Bonet (1998), la cual permitió observar el aporte al presente trabajo bajo la caracterización que hace de la evolución de la superficie cultivada del algodón en el Departamento del Cesar frente al total nacional. Finalmente nos presenta unas estadísticas de producción del municipio de Codazzi.

Por otro lado, se encontró la investigación de Espinal (2005), la cual apoyo, porque presenta una radiografía de la situación de la cadena productiva del algodón en Colombia, sobre todo la posición del departamento del Cesar y sus aportes a este sector a nivel nacional, en el periodo 1991 al 2005, en donde presenta unas cifras e indicadores de los comportamientos de los eslabones industriales. Como está Colombia, en el contexto mundial, la posición en América y que países manejan la producción mundial. El análisis detallado de la importancia del cultivo del algodón frente a otras opciones agrícolas, en materia de generación de empleos, demostrando que es un excelente generador de empleos.

Como antecedentes de escritos realizados a nivel nacional, se encontró el documento de Jorge García (2005) el cual sirvió de apoyo para analizar las políticas gubernamentales que se implementaron en ese período para el sector algodonero, qué impacto tuvieron, especialmente los precios y los incentivos para la producción, quienes aprovecharon estas políticas, y si hubo proteccionismo en el periodo que se estableció las importaciones del algodón.

De igual manera, se encuentra la investigación de Guerra (2009), realizó una investigación que contiene gran cantidad de elementos históricos que permitirán hacer un análisis comparativo entre los empresarios del municipio de Codazzi y los del resto de los municipios algodoneros del departamento.



Otro antecedente, es el de Montiel (2011), el cual realizó una investigación que sirvió para orientar los lineamientos para proponer a la gerencia de cada empresa que contribuyan al desarrollo económico del departamento del Cesar, promover la calidad y el desarrollo del sistema de vigilancia tecnológica en sus respectivas empresas. De igual manera, la investigación presentada apoya el desarrollo del presente estudio, en las orientaciones hacia el desarrollo económico de empresas familiares en Colombia, desde una perspectiva teórica, por lo cual el aporte de este antecedente proporciona la importancia de la variable de estudio desarrollo económico.

En otro contexto, luego de haber realizado una revisión de antecedentes, que dan valor al estudio que se presenta, se aborda una serie de teorías que dan base a la investigación en cuanto a las variables que se tratan, así como, a las bases teóricas que sustentan cada objetivo específico y que ayudan a la presentación de resultados.

3. Bases teóricas de la investigación

Para realizar un análisis de las diferentes situaciones desde el punto de vista del método científico es necesario fundamentar la investigación bajo las bases teóricas elaboradas por diferentes autores que brinden soporte teórico, y que permitan desarrollar posteriormente un marco metodológico en función del presente trabajo de investigación desde las perspectivas administrativas y económicas, por ello se observa a continuación:

3.1 Desarrollo empresarial

El desarrollo empresarial es según Kalmanovitz (2001), un proceso que integra la capacidad de países; en este caso Colombia y sus regiones para generar o crear riqueza; con el fin de promover y mantener bienestar social y económico de sus habitantes. El mismo autor expresa, que el desarrollo económico de Colombia a pesar de las transformaciones positivas pasadas y recientes de la estructura institucional no satisface las necesidades de la sociedad, ya que los problemas que hoy tiene el país tendrían que ver con la forma como históricamente se organizaron las instituciones.



En este sentido, Zapata (2005) plantea que el papel principal del empresario es asegurar las rentas de los diferentes factores productivos, por lo tanto debe soportar el riesgo de la actividad económica empresarial. También expresa que el empresario adquiere los factores de producción a precios ciertos (conocidos), y debe hacer previsiones futuras sobre el ingreso y la demanda, la cual es incierta, tanto en la cantidad que podrá vender como en el precio que lo hará. Sigue manifestando Zapata, el empresario corre el riesgo al elaborar las previsiones sobre la demanda de sus productos y al precio que venderá, si se cumple o no, estará en función de ello, no alcanzar los objetivos significaría obtener pérdidas, debido a que el empresario tiene unos costes ciertos y unos ingresos inciertos, que dependerán del cumplimiento de las previsiones.

Ahora, en cuanto a las instituciones, éstas establecen los límites concebidos por el hombre emprendedor empresario para estructurar su propia interacción. Están constituidas por restricciones formales (reglas, leyes, constituciones), restricciones informales (patrones de conducta, convenciones, códigos de comportamiento autoimpuestos, etcétera) y sus respectivas características de aplicación. Juntas definen la estructura de incentivos de las sociedades y específicamente de las economías. En este sentido, las modificaciones que se realizarían, ocurren porque los individuos perciben la posibilidad de una ventaja al reestructurar los intercambios (políticos o económicos).

El origen de este cambio de percepciones puede ser exógeno a la economía, por ejemplo, un cambio en el precio o la calidad de un producto competitivo en otra economía que altera la percepción de los empresarios en cuanto a oportunidades lucrativas. Pero en el largo plazo la fuente principal del cambio es el aprendizaje de los individuos y los empresarios de las organizaciones.

Al respecto, según North (1990), hay dos fuerzas que condicionan la pauta de cambio institucional: los retornos crecientes y los elevados costes de transacción característicos de los mercados imperfectos. Con retornos crecientes las instituciones importan y pautan el desarrollo económico a largo plazo. Pero en la medida en que los mercados



sean competitivos, la pauta a largo plazo es eficiente en el sentido de producir crecimiento económico. Los retornos crecientes característicos de un marco institucional que desincentiva la actividad productiva crearán, sin embargo, organizaciones y grupos de interés dispuestos a defender dicho marco.

En este sentido, tales organizaciones y grupos tenderán a capturar el Estado. De este modo, los retornos crecientes unidos a los mercados imperfectos promoverán el dominio del Estado por los militares, el fanatismo religioso o las organizaciones distributivas; pero apenas incentivarán el crecimiento y la diseminación del conocimiento útil de cada actor al respecto del manejo del crecimiento empresarial desde una economía basada en el conocimiento estructural de las necesidades del ciudadano.

Los modelos subjetivos de los actores evolucionarán en este caso, hacia formas ideológicas que racionalizarán la estructura de la sociedad y hasta justificarán sus pobres resultados. Economía y política se reforzarán así en un círculo vicioso que tiende a perdurar las organizaciones y el sistema de incentivos vigente. En este sentido, North (1991) considera que los escritos de la CEPAL y la teoría de la dependencia, al intentar explicar el pobre rendimiento de las economías latinoamericanas por condiciones y factores externos a las mismas, constituyen un buen ejemplo no sólo de racionalización de las economías existentes sino de refuerzo del marco institucional correspondiente a las mismas. Ahora bien, el descubrimiento de la pauta de desarrollo institucional de cada país remite necesariamente a su historia, es decir, al proceso incremental de construcción de las instituciones existentes. Es la historia la que explica también por qué un mismo y fundamental cambio en los precios relativos afectará dos sociedades diferentemente: la adaptación marginal provocada por tal cambio plasmará en soluciones u opciones políticas diferentes, dado el diverso poder de negociación y los modelos mentales diversos de los actores operantes en cada marco institucional.

Por otro lado, Schumpeter (1996) planteó que la actividad de los empresarios pueden agruparse en dos grandes clases: aquéllos que se limitan al mantenimiento de la organización y la estructura recibida y aquéllos que promueven la creación de nuevas estructuras. Son estos últimos quienes debieran llamarse en exclusiva, empresarios, ya

que sólo ellos son capaces de apreciar nuevas oportunidades de progreso para la Sociedad y para ellos mismos.

Según este autor, todo empresario tiene como principal obstáculo para poner en marcha su Empresa el tener que convencer al banquero de que el nuevo modo, para el que pretende financiación, es mejor que lo que ya existe. Una vez que lo consigue y obtiene el financiamiento, el resultado para la economía es muy positivo, ya que aumenta el flujo de bienes y servicios que circulan en el Mercado.

Schumpeter (1996), considera que los empresarios aparecen en grupo y no continuamente, de manera individual: por el hecho de que la aparición de uno o más empresarios facilita la de otros, y éstos a su vez la de nuevos grupos, cada vez en mayor número. Se realiza entonces, un proceso de desarrollo a partir del surgimiento de las innovaciones, de manera sucinta sería lo siguiente: la aparición de los nuevos empresarios surge en periodos difíciles, en situaciones no expansivas y con muchas dificultades, porque son pocos los hombres que poseen esas cualidades de dirección, pero a medida que algunos de los pioneros avanzan, otros empresarios los siguen, ahora con menos obstáculos y bajo el estímulo del futuro éxito hasta que se hace familiar a la innovación y es ampliamente aceptada.

Al aparecer condiciones de menores obstáculos y un proceso de desarrollo cada vez más aceptadas, son menores las cualidades de dirección necesarias para llevar a cabo otras innovaciones, y será menos pronunciada la aparición en grupos de los empresarios, y tanto más suave el movimiento cíclico. La aparición de las nuevas combinaciones es lo que explica fácil y necesariamente los factores fundamentales de la expansión y se expresa por una mayor inversión de capitales, siendo las industrias de medios de producción las que presentan un estímulo anormal; también aparece en masa un nuevo poder de compra y un alza de precios que caracteriza al auge, y es acompañado con una disminución del desempleo y un alza de salarios y de tasa de interés, un aumento de costos y un efecto de olas secundarias y la expansión de la prosperidad por todo el sistema económico.

Si los empresarios surgen en masa, también sus productos aparecen en masa, ya que se producen mercancías muy semejantes, y de ahí que aparezcan en el mercado en forma casi simultánea; esta oferta masiva causa una disminución de precios y finaliza el auge,



y ello puede conducir a una crisis y a una depresión. Schumpeter explica, que el proceso del ciclo económico en países como Colombia por medio del estímulo inicial de las innovaciones, que surgen en situaciones no expansivas, proceso que pasa por el auge hasta caer en crisis y en depresión, advierte que el auge crea de sí mismo una situación objetiva que, despreciando todos los elementos fortuitos y accesorios, pone fin al auge, conduciendo con facilidad a una crisis, y necesariamente a una depresión, y de ahí a una posición temporal de firmeza relativa, y de ausencia de desarrollo de estructuras productivas eficaces y eficientes.

En otro contexto, una vez observado bajo autores el desarrollo empresarial como primer paso de la teoría, se sigue la investigación con el desarrollo económico bajo autores que dan valor al estudio que se presenta.

3.2 Desarrollo económico

El desarrollo económico en los decenios recientes ha sido enorme. Infortunadamente, la riqueza y la prosperidad se han generado de forma desigual. Esta desigualdad está provocando los problemas sociales y la inestabilidad política en casi todas las regiones del mundo. El fin de la guerra fría y la rápida integración de la economía mundial no han resuelto los problemas persistentes de la pobreza extrema, el endeudamiento, el subdesarrollo y los equilibrios comerciales Roca (2009).

Durante buena parte del siglo XX y sobre todo a partir de la reforma financiera de 1923 elaborada por la Misión Kemmerer, la economía ha figurado como una de las cuatro más sólidas de América Latina, después de Brasil, México y Argentina. Salvo algunos intervalos en el siglo XIX, Colombia se ha mantenido al día en el servicio de la deuda externa, incluso en la década de los ochenta en que la crisis de la deuda devastó aún más la mayoría de las economías latinoamericanas. En esta década perdida la economía colombiana mantuvo su crecimiento en un promedio del 5% anual. En el periodo de las grandes inflaciones, y de las hiperinflaciones, que vino después de la Segunda Guerra Mundial, y que duró cerca de cuarenta años, la economía colombiana mantuvo niveles de inflación tolerables, siendo el más alto el 36% anual, a principios de la década de los setenta. Roca, (2009)



Al entrar los noventa se inició un nuevo periodo económico conocido como apertura, que buscaba insertar al país en el proceso de globalización económica y como parte llamado Consenso de Washington (1989). La recesión mundial destacada por la globalización y por la crisis de los países asiáticos, ha causado estragos en América Latina y afectado a manera grave a Colombia. Si bien se ha logrado la meta de reducir la inflación a un dígito, los índices de desempleo (21%), pérdida de poder adquisitivo (13%), caída de la producción (11%) y del sector agropecuario (15%), señalado por el DANE para 1999, son muy desfavorables. Sin embargo, para los tres primeros meses de 2000 se estimó una reactivación del 6% en la producción industrial. Klauer (2009).

Todo ello, hace que muchos de los esfuerzos en materia de Desarrollo Empresarial se hayan orientado a la promoción de empresas de menor escala. Y es que el tamaño de la empresa, bajo determinadas restricciones tecnológicas y competitivas, influye en su capacidad para innovar, competir, exportar y financiarse en condiciones óptimas. Las ventajas de una empresa para entrar con éxito al mercado, aunque son de diferente índole, están determinadas por la escala de producción.

Las características de oferta, como precio, calidad y oportunidad, al igual que la comercialización no son las mismas para las empresas grandes y pequeñas. Igualmente, el marco legal, social y económico en que desarrollan su actividad productiva empresas de diferente escala no es el mismo.

Al respecto, las limitaciones que introduce la reducida dimensión de las microempresas en aspectos permanentes como la excesiva dependencia de sus fondos propios, la restricción al acceso del crédito bancario, la utilización más financiera que comercial de los créditos de provisión, y la existencia de costos financieros elevados dada su posición objetiva de riesgo.

Además de los problemas financieros se han identificado otras deficiencias estructurales que dificultan el desarrollo del micro y pequeñas empresas y las limitan para aprovechar las ventajas de la globalización: reducidos mercados, bajo desarrollo tecnológico, baja calificación de la fuerza de trabajo, limitaciones para aplicar nuevas técnicas de gestión, precario diseño organizativo y limitaciones para actividades exportadoras. (Barnett, 2005).

Seguidamente, para dar continuidad a la importancia del desarrollo empresarial del sector algodonero, se consideró que debería existir una serie de teorías que sustenten el objetivo uno de la investigación.

3.3 Factores y determinantes del sector algodonero

En este punto se observará la teoría relacionada al primer objetivo específico dirigido a caracterizar los factores y determinantes del sector algodonero en el departamento del Cesar, desde las empresas, el empresario y la dinámica del contexto. Por ello, se presenta el argumento siguiente:

En Colombia, las áreas de siembra de algodón continúan con tendencia a la baja. Así, durante la temporada 2000 se sembró un total de 40.265 hectáreas en el país, lo cual comparado con las 52.802 hectáreas sembradas en el año 1999 representa una reducción del 24%. En el Valle del Sinú, donde se concentra una alta proporción de los agricultores y del área de siembra en Colombia, el área se redujo en 27%. En esta última región los rendimientos de campo en las dos últimas temporadas se han reducido, al pasar de 2.411 kg/ha de algodón con semilla en la temporada 1999, a 1.795 kg/ha en la temporada 2001 y 1,480 kg/ha en la temporada 2002. Lo anterior representa una reducción del 38.6% entre 1999 y el año 2000. (CORPOICA, 2000 a y b).

Al respecto, en las tierras calientes, donde el algodón se daba tanto silvestre como cultivado, muchos hogares se dedicaban a la elaboración de su propia vestimenta. Una región de Colombia tuvo especial importancia en la producción de telas de algodón: Santander. Allá, los artesanos no se limitaban a la elaboración de telas para el uso personal sino que ofrecían los excedentes de su producción al mercado local. Así fue que se desarrolló paulatinamente, a partir de la Colonia, una especialización productiva que hizo que esta provincia abasteciera con sus lienzos de algodón a gran parte de lo que hoy es Colombia.

Por otra parte, durante las últimas décadas, el criterio de que los productores tienen derecho a participar en su propio desarrollo ha ganado gran importancia a través del mundo, hasta el punto de que para fines de los años 90 empezó a aparecer como



estrategia en las teorías de desarrollo. De Schutter (1987), entiende la participación, en términos generales, como la expresión de las necesidades sentidas, la defensa de los intereses comunes y como la manera de influir en las acciones que afectan la realidad de los sujetos.

Por todo lo anterior expuesto, se encontraron algunos factores y determinantes relacionados con el tema de la investigación y se quiere contrastar la teoría de dos autores para luego explicar la posición del investigador. Así pues, se presenta entonces como primera teoría, lo anunciado como factores y determinantes por los autores Plaza (2000) y Velásquez (1998):

a) **La identificación de los problemas o demandas tecnológicas** con la participación de productores, agremiaciones o de entidades del sector agropecuario.

b) **La identificación de las alternativas de solución tecnológica** para resolver la problemática, mediante la recopilación y clasificación, caracterización y valoración, identificación y costeo de los procesos y productos por parte de la institución o de las instituciones de investigación y desarrollo tecnológico.

c) **Determinación por los productores de las alternativas** prioritarias de solución a la problemática. Así mismo, selección de los instrumentos de gestión y la elección de Comités Agropecuarios de Desarrollo Tecnológico (CADET) y la escogencia de las fincas en donde se implementarán los procesos y productos tecnológicos.

d) **La ejecución de la estrategia de transferencia**, a nivel de empresa algodonera o finca con el objeto de que los productores se familiaricen con la tecnología contenida en los procesos o productos, para su posterior divulgación en la etapa de socialización.

e) **La socialización de la tecnología efectuada** por los propios algodoneros y técnicos involucrados en el desarrollo de los procesos y productos, a través de medios interpersonales, grupales y masivos, para que las experiencias sean conocidas, aplicadas y adoptadas por otros algodoneros o productores, y

f) **La evaluación**, cuyo objetivo es medir los efectos (conocimiento, uso y adopción) logrados como consecuencia de la ejecución del proyecto de transferencia y el impacto alcanzado desde el punto de vista socio económico en el sector algodonero de la microrregión o región.



Por otro lado, para el autor Gómez (1981), la evolución que han tenido las empresas del sector algodonero, que a partir del año de 1970 en el departamento del Cesar, se pudo determinar o tener una idea de cómo ha sido el comportamiento empresarial en la región a lo largo de este periodo, que servirá como punto de partida para el trabajo que se presenta.

Por lo que se consideran indicadores importantes en el desarrollo empresarial del sector algodonero en el departamento del Cesar, 1970 – 1975, entendiendo que sólo es el punto de partida el presentado por Gómez (1981) y apoyado por la Cámara de Comercio de los diferentes municipios estudiados, y que en este proyecto se recogerán los actuales datos desde el 1970 al 2010 dándole continuidad a los ya encontrados por Gómez (1981), los cuales son los siguientes:

a) **Constitución de Empresas en el Departamento del Cesar:** la creación de empresas agropecuario tiene un crecimiento moderado desde el quinquenio 1970 al 1975; con un 7% en donde se empieza a evidenciar un incremento en el sector, encontrándose en plena bonanza algodonera.

En este sentido, se observa que en los quinquenios siguientes 1976 – 1980 y el 1981 al 1985; se crearon un 30% en empresas nuevas, lo cual sugiere unas mejores expectativas para los años futuros del sector; posteriormente, 1986 – 1990, en este periodo solo se crearon 9% de las empresas, hay disminución en formar empresas nuevas, uno de los factores sería la crisis en que entro el sector algodonero.

De lo anterior, los quinquenios siguientes 1991-1995 y 1996 -2000, se volvió a aumentar en 26% creando empresas nuevas, pero donde hubo mayor creación de empresas fue en el quinquenio 2001 – 2005, con 20%, se cree que el aumento de la creación de estas; puede ser la política de seguridad democrática, implementada por el gobierno nacional, la cual dió seguridad a los propietarios de fincas y tierras para volver a manejar y controlar de mejor forma sus cultivos y por otra parte puede mencionarse las políticas de crédito agrario otorgadas por instituciones como FINAGRO las cuales representan una alternativa de inversión en el sector con el apoyo del Gobierno. Finalmente en quinquenio 2006 al 2010, solo se crearon un 8%, de empresas nuevas en el sector agropecuario.

Con respecto al número de empresas liquidadas, se evidenció al realizar el análisis de la creación de empresas correspondiente al periodo 1970 – 2010, es necesario decir que muchas personas jurídicas y naturales inscritas en Cámara de Comercio, no han sido renovadas, es decir que aunque se inscribieron y probablemente desarrollaron algún tipo de actividad a la fecha no se podría establecer si continúan ejerciendo algún tipo de actividad, o por el contrario se inscribieron y jamás desarrollaron su actividad económica.

b) **Activos al momento de la Constitución de la Empresa:** el crecimiento de las empresas, teniendo en cuenta los activos al momento de su constitución tenemos que entre el periodo de esta investigación correspondiente entre 1970 – 2010, se crearon con activos entre 1.000.000 hasta 10.000.000 un 47% de empresas nuevas en este sector agropecuario, seguidamente se crearon con unos activos entre 11 millones hasta 20 millones, se crearon el 20% de las empresas; con activos entre 21 millones hasta 30 millones se constituyeron un 15%, con activos entre 31 millones hasta 40 millones, se formaron el 8% de las empresas nuevas; se crearon según los activos entre 41 millones hasta 50 millones, con un 6% y finalmente con unos activos entre 51 millones y superior, se crearon solo un 4% de las empresas nuevas en este periodo, para completar el 100% de la empresas que constituyeron, según los activos, en este periodo.

c) **Forma de Constitución de las Empresas:** Según los datos de la Cámara de Comercio de Valledupar, el 43% son personas naturales, un 18% a sociedades en comanditas simples, un 14% a sociedades limitadas, la empresas asociativa de trabajo con un 9%, lo cual refleja la poca visión del sector como empresarios activos los cuales en su mayoría cultivaron y exportaron el algodón de la manera tradicional sin innovar en la producción de la fibra, todavía utilizando los esquemas de décadas pasadas.

d) **Tamaño de las Empresas en el Departamento del Cesar:** La concentración de empresas se encuentra en Valledupar con un 52% de participación, luego está el municipio de Aguachica con el 36% y en menor porcentaje Codazzi con el 5%, Bosconia y Becerril con 2%, cada una; con el 1% Copey, San Diego y Astrea.

e) **Número de Empleados en la Actualidad en las Empresas:** Según la información contenida en las bases de datos de la cámara de comercio de Valledupar (2012), se encontró que en el 60% de las empresas, su número de empleados en la actualidad oscila de 0 a 5. Que otras empresas tienen entre 6 y 10 empleados

conformando el 15%. Seguidamente unas empresas tienen entre 11 y 15 empleados se ubican con 11%. Con 16 y hasta 20 empleados se ubican con un 9% y finalmente las empresas que tienen entre 21 y 30 se encuentran con un mínimo porcentaje del 5%.

f) **Actividad Económica de las Empresas:** con respecto a este indicador, predomina la agricultura y ganadería con 35%. Le siguen el cultivo de algodón, comercializadora de insumos de productos agrícolas; comercializadora y producción de productos agrícolas, con 11%; servicios agrícolas con un 8%; seguidamente fumigación aérea y asistencia técnicas con un 7% cada una; con actividades de transporte de cargas terrestre y comerciales con un 5% cada una.

Por todo lo descrito, la investigación que se presenta se inclina hacia los indicadores que anuncia el autor Gómez (1981), por permitir estructurar cada paso importante sobre el desarrollo empresarial del sector algodonero en el Departamento del Cesar, 1970 – 2010. Por lo cual se realizará el desarrollo de este estudio basado en la utilización de los indicadores marcados para mostrar resultados de las evidencias encontrada.

3.4 Evaluación del impacto del desarrollo empresarial en los municipios algodoneros del Cesar.

En este punto se observará la teoría relacionada al segundo objetivo específico dirigido a evaluar el impacto del desarrollo empresarial en los municipios algodoneros del departamento del Cesar. La sociedad cesareña, tradicionalmente una sociedad rural, pobre y aislada de las corrientes del comercio, se ha ido transformando lentamente y en las últimas décadas la comunidad ha ido migrando hacia los centros poblados según Gamarra (2005). Para mediados del siglo XX, la población dentro de las cabeceras municipales era minoritaria (26,8%). Para 2000, dicha situación se había revertido, la mayoría de la población estaba en las cabeceras municipales (62,9%), según Gamarra (2005), en su estudio para el Banco de la República.

La bonanza algodonera de las décadas de 1960 y 1970 tuvo efectos positivos sobre la naciente economía cesareña de ese entonces. La aparición de encadenamientos productivos y de una clase media alrededor del algodón evidencian esta relación (Bernal, 2004). Infortunadamente, el impulso inicial no fue lo suficientemente largo, y



el proceso de evolución institucional se detuvo con la caída de los precios, la crisis de créditos y la aparición de actores armados al margen de la ley. Los logros de otras épocas se desvanecieron. Es así que, durante la década de 1980 empezó un proceso de estancamiento, de hecho, se podría pensar en un retroceso institucional.

A mediados de los 90s, las exportaciones de carbón le dieron al departamento un nuevo sector jalonador de la economía. Si bien no todos los recursos que generan estas exportaciones regresan al departamento, el carbón ha generado efectos positivos sobre la economía cesareña, especialmente sobre su área de influencia directa. Estos beneficios se traducen por medio de impuestos, contribuciones y regalías, y con la creación de nuevos puestos de trabajo (directos e indirectos).

En este orden de ideas y a pesar de su estancamiento y rezago, la agricultura y el sector pecuario no han dejado de jugar un papel importante en la economía departamental. De esta forma, y teniendo en cuenta la historia y aptitudes productivas del departamento, se puede afirmar que gran parte del desarrollo de la economía cesareña deberá pasar por la generación de valor agregado alrededor de su producción agrícola y pecuaria.

En el mismo contexto, el proceso de urbanización de Cesar, sin embargo, ha sido más lento que el nacional. Según el mismo estudio, para el 2005 la proporción de población de Cesar en las cabeceras municipales era menor que a nivel nacional (67,2% en comparación 72,6% de Colombia). Lo anterior muestra que, a pesar del proceso de concentración de la población, el Cesar sigue siendo un departamento con un alto grado de ruralidad, afirma Gamarra (2005).

En este aspecto, la fecha de creación de las empresas de cultivo del algodón, está enmarcada por la instauración de éstas en fechas anteriores al año 1970 y concretamente según las encuestas realizadas a los empresarios del sector, 2 de los 15 entrevistados la crearon en estas fechas, esto demuestra que fue determinante para la creación del departamento del Cesar 1967.

Por todo lo anterior, Umaña (2005), expresa la Teoría de las Decisiones, la cual provee un marco conceptual para analizar los problemas que involucra tomar ciertas acciones bajo la presión de la incertidumbre y sobre los resultados que se obtendrán. Estos

problemas de toma de decisiones (en un cultivo o en un sistema de producción agropecuaria) se pueden separar en cinco componentes, como los siguientes:

a. Eventos Naturales: La principal fuente de incertidumbre para la toma de decisiones de un productor agropecuario se origina en los eventos que pueden ocurrir en la naturaleza o en los estados que esta puede adquirir. Por ejemplo, no sabemos al sembrar si este va a ser un buen año en términos de inundaciones, sequía, etc. La incertidumbre también puede ser el resultado de actividades humanas (costo futuro de ciertos recursos, precio del producto a la cosecha). En este caso específico en control biológico de plagas, un evento natural que involucra la toma de decisiones bajo incertidumbre es el ataque de una plaga.

b. Acciones disponibles: Cuando una persona que toma decisiones se enfrenta a un estado natural desfavorable tiende a dedicar al menos algunos recursos para tratar de reducir las consecuencias negativas que puedan surgir. Ejemplo: construir diques anti-inundaciones, tener acceso a sistemas de riego, aplicar una medida de control contra una plaga, comprar un seguro o como es el caso de muchos agricultores de subsistencia, sembrar cultivos asociados e intercalados para reducir el riesgo de ataques de plagas.

Debido a la naturaleza del sistema algodonero, expresa Umaña (2005), las opciones que tiene el agricultor son secuenciales. La decisión frente a un posible ataque de la plaga puede ir desde decidir si se cambia el cultivo (rotar) o se siembra el mismo al año siguiente, con base en la experiencia anterior. Una vez decidido si rotar, puede haber otra opción disponible como sembrar una variedad que sea resistente al ataque de la plaga.

Posteriormente se tiene la opción de sembrar tardíamente o temprano, si la experiencia del agricultor o el conocimiento que se tiene de la plaga permiten saber que el ataque se puede reducir de acuerdo a la época de siembra. Una vez se ha sembrado, si se presenta el ataque, las acciones disponibles para el agricultor pueden ser: aplicar una medida de control con los costos que esto involucra o simplemente no aplicar y correr el riesgo que la plaga consuma el cultivo.

c. Posibles Resultados: Se pueden expresar fácilmente como una matriz de pérdidas y ganancias. La decisión depende de los objetivos personales y la percepción subjetiva de la persona que toma la decisión.

d. Distribución de probabilidad de los resultados: Al tomar decisiones bajo incertidumbre la herramienta más útil es la información. Una manera de convertir la probabilidad de los resultados asociados con una estrategia a un valor esperado en pesos, es usar la probabilidad de ocurrencia como "peso".

e. Evaluación: En la cual, si la probabilidad de ataque es mínima se puede tomar la decisión de producción con la cual, al agricultor quiere maximizar sus ganancias, aplicando las acciones disponibles con la cual aumenta su productividad

La anterior teoría de las decisiones, se puede ver claramente en la realidad del país, según Umaña (2005), debido a la crisis por la que pasó el sector algodonero como causa del fenómeno natural llamado el fenómeno del niño. Como causa de este fenómeno climático, se generó en los agricultores de algodón altos niveles de incertidumbre, sobre posibles pérdidas de sequía en las regiones de cultivo, por lo que el área sembrada en el segundo semestre de 1997 se redujo en 27.000 hectáreas con respecto al mismo periodo de 1996, con la consecuente disminución en la cosecha.

Por lo que, resultó necesario importar 20.000 toneladas para satisfacer necesidades estimadas de consumo de 42.000 toneladas, en el primer semestre de 1998 por parte de la industria textil. Por lo cual, el país Colombiano y en el departamento del Cesar se vio obligado a fomentar el escalonamiento de la plantación o el empleo de variedades resistentes a la sequía para que un periodo seco no acabara con la cosecha, requiriendo grandes inversiones para ayudar al sector algodonero.

4. Marco metodológico

4.1 Tipo de investigación

En este trabajo de investigación, según Sabino (2007), el objeto es proporcionar un modelo de verificación que permita contrastar hechos con teorías, y su forma es la de una estrategia o plan general que determina las operaciones necesarias para hacerla.

Del mismo modo, se considera esta investigación como documental bibliográfica, este es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos. (Sabino, 1998). Por otro lado, el diseño de la investigación se refiere a la manera, como se dará respuesta a las interrogantes formuladas en la investigación. Por supuesto que estas maneras están relacionadas con la definición de estrategias a seguir en la búsqueda de soluciones al problema planteado.

4.2 Población del estudio

Según Tamayo y Tamayo (2004), la población es el conjunto de un fenómeno de estudio, que incluye todas las unidades de análisis o entidades de población que integran dicho fenómeno y que debe medirse para un determinado estudio integrando un conjunto “N” de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a un estudio o investigación.

Lerma (2004), expresa que la población se define como el conjunto de todos los elementos de la misma especie que presentan una característica determinada o que corresponden a una misma definición, cuyos elementos se le estudiarán sus características y relaciones. Es definida por el investigador así como puede estar integrada por personas o por unidades diferentes a personas.

De acuerdo a lo expuesto anteriormente, la población correspondiente para esta investigación documental está constituida por las empresas creadas del sector algodonero en el departamento del Cesar, 1970 – 2010, que son en total 896 empresas constituidas para el estudio de la investigación. Del total, se tomó una muestra

conveniente de 16 empresas, a las cuales se les aplicó el instrumento de la entrevista para conocer los elementos y factores de los empresarios. Ahora bien, se observa que el tipo de población es finita, por estar la misma constituida por un número específico de participantes, según la base teórica de Lerma (2004) y a estos se les elige por los años de participación.

4.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica para recoger los datos necesarios para la realización de cualquier estudio de investigación se refiera al conjunto de procedimientos utilizados, es decir representa la forma de lograr los resultados. Para realizar una investigación de documental bibliográfica y de campo como la presente, se hicieron necesarias técnicas que permitieron recabar información en forma directa. (Hernández y otros 2006; p. 187).

Por otro lado, tal y como lo establece Méndez (2008), una vez definido el tipo y diseño de la investigación, la siguiente etapa consiste en recolectar los datos pertinentes sobre la variable involucrada en la misma. Esto implica tres actividades estrechamente vinculadas entre sí:

- a. Seleccionar o desarrollar un instrumento o método de recolección de datos, el cual debe ser válido y confiable.
- b. Aplicar dicho instrumento o método para recolectar datos.
- c. Preparar los datos, observaciones, registro y mediciones realizadas para su análisis.

El sistema de recolectar la información se realizó mediante la selección de las fuentes de información que poseían la credibilidad para establecer como medios de lograr una pesquisa confiable e idónea.

a. Bibliográficos:

Se estableció un sistema que permitió la identificación y verificación de todo el material recolectado. Se recolectó y ordenó los datos a través de las fichas o los archivos en la computadora que nos permitió la obtención de la información realmente necesaria para la investigación a partir de la información recolectada. Se compararon los datos adquiridos a fin de dictaminar los ajustes necesarios que permitieran determinar la validez, confiabilidad y exactitud de la información.



b. Estudio de campo.

Dentro de la metodología, la encuesta se presenta como el método más idónea para de individuos que definirán el contexto donde se llevaría a cabo la experiencia y sobre las actitudes de los personas durante el trabajo. El instrumento para la recogida de datos fue el cuestionario complementariamente se recurrió a la investigación documental. La encuesta como técnica de adquisición de información de interés mediante un formulario/cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto o grupo seleccionado en una muestra sobre un asunto dado, utilizándose para ello como instrumento principal, la encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico.

4.4 Técnica de análisis de la información

Para llevar a cabo el análisis de la información, se procedió en primer término a la codificación y tabulación de los datos. Al respecto, los autores Tamayo y Tamayo (2004), indican que la codificación y tabulación es una parte del proceso de análisis de datos, el cual permite la organización y recuento de los mismos, para determinar el número de los casos que corresponde a cada categoría de respuesta.

En este sentido, la técnica estadística utilizada para esta investigación es descriptiva con medidas de tendencia central, para llevar a cabo el tratamiento de la información obtenida a fin de realizar el procesamiento de los resultados arrojados a través de la aplicación del instrumento, el cual permitió la descripción de las variables de estudio lo cual según Hernández (2006), específicamente se realiza a través del uso de las técnicas de medidas de tendencia central.

Dentro del mismo contexto, se utilizó la media aritmética, que permitió la categorización de la variable de estudio, con relación a analizar el desarrollo económico empresarial en el sector algodonero del Departamento del Cesar. En el análisis estadístico de la información se utilizará un computador personal portátil (Toshiba) y el paquete estadístico Excel 2010 para Windows.

5. Resultados de la investigación

5.1 Resultados del objetivo uno

Para dar respuesta a la investigación, se fueron creando los resultados por cada objetivo, en este caso se presentan lo obtenido para el objetivo uno el cual está dirigido a caracterizar los factores y determinantes del sector algodonero en el departamento del Cesar, desde las empresas, el empresario y la dinámica del contexto. En este sentido, se observarán a continuación los siguientes puntos, expresando el discernimiento de lo encontrado bajo los indicadores seleccionados para este estudio. Como investigador se decide que los factores y determinantes elegidos para caracterizarlos son los pronunciados por Gómez (1981) y apoyado por la Cámara de Comercio de los diferentes municipios estudiados y que posteriormente se evaluarán como impacto:

- a. Constitución de empresas en el departamento del Cesar
- b. Activos al momento de la constitución de la empresa
- c. Forma de constitución de las empresas
- d. Tamaño de las empresas en el departamento del Cesar
- e. Número de empleados en la actualidad en las empresas
- f. Actividad económica de las empresas

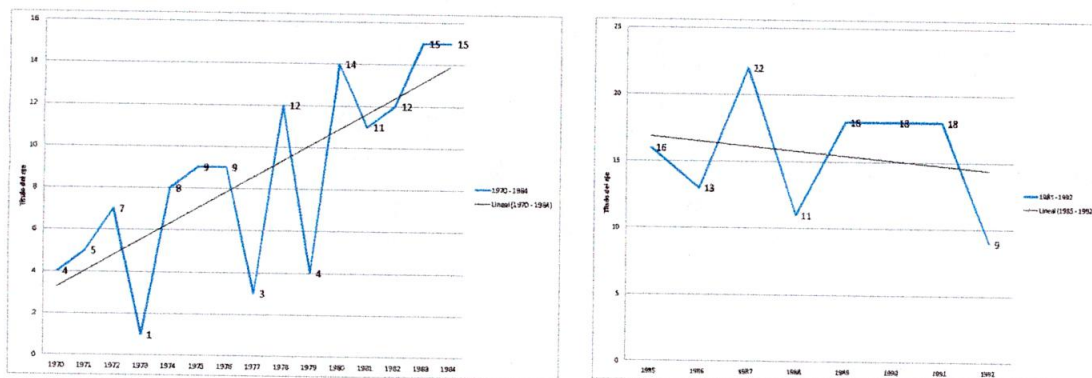
Se expone al respecto, que estos factores detallados arriba se toman por permitir estructurar cada paso importante sobre el desarrollo empresarial del sector algodonero en el departamento del Cesar, 1970 – 2010. Por lo cual se realizará el desarrollo de este estudio basado en la utilización de los indicadores marcados para mostrar resultados de las evidencias encontradas.

De igual manera, se tiene como resultado que el sector algodonero se ve en bonanza bajo estas determinantes y factores en los años 1960 al 1980, cuando las empresas comienzan a surgir desde una perspectiva de producción efectiva, dándose el dinamismo entre el productor, el empresario y el contexto del sector cesarense que observaba una economía avasallante en la década.

5.1.1 Resultados y análisis de las empresas algodoneras 1970 – 2010

a. Indicador: constitución de empresas en el departamento del Cesar.

GRÁFICA 1. Año de Constitución de Empresas en el Departamento del Cesar (1970 – 1992).

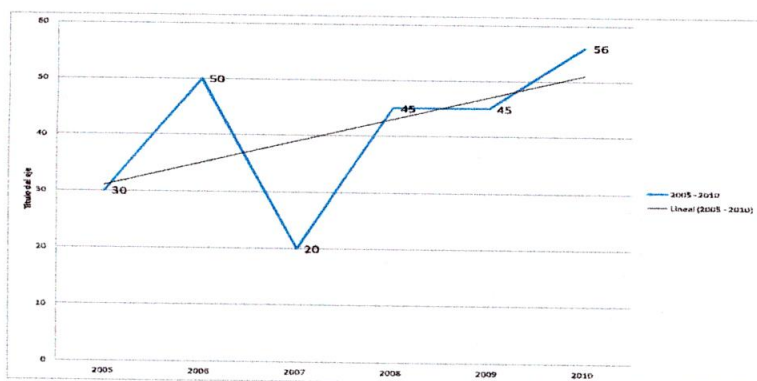


Fuente: Cámara de Comercio de Valledupar – Cesar.

Las décadas que se observan marcan una creciente influencia sobre la constitución de empresas en el Departamento del Cesar, brindando la información que a partir del 1980, la economía se mantuvo estable por la bonanza del algodón. Sin embargo en el 2003, el 72% de su población se encontraba en edad de trabajar, con una tasa global de participación del 54,5%.

b. Indicador: año de constitución de las empresas

GRÁFICA 2. Año de Constitución de Empresas en el Departamento del Cesar (2005 – 2010).



Fuente: Cámara de Comercio de Valledupar – Cesar.

Produciendo todo lo anterior, que redujera los índices de inseguridad, explotando una economía basada en el algodón, es decir, se visualizan a partir de 1977, las exportaciones significativas de fibra de algodón, convirtiéndose en uno de los primeros productos de exportación del país dentro del rubro de las exportaciones no tradicionales.

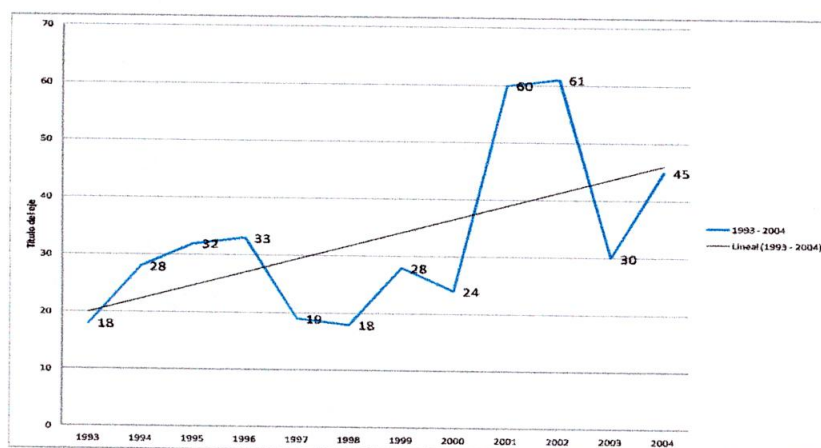


En efecto, las exportaciones de algodón representaron en la década del 70 el 3,7% de las exportaciones totales y el 10,1% de las no tradicionales.

c. Indicador: activos al momento de la constitución de la empresa

Los activos destinados para la creación o constitución de la empresa, sea individual o por sociedad, comprenden los bienes que deberá inscribirse en los registros correspondientes, en la cámara de comercio o con escritura pública. Se observa que en el decenio, en el año 1970, fue donde se registró el mayor número de unidades productivas con activo al momento de la constitución de la empresa.

GRÁFICA 3. Año de Constitución de Empresas en el Departamento del Cesar (1993 – 2004).



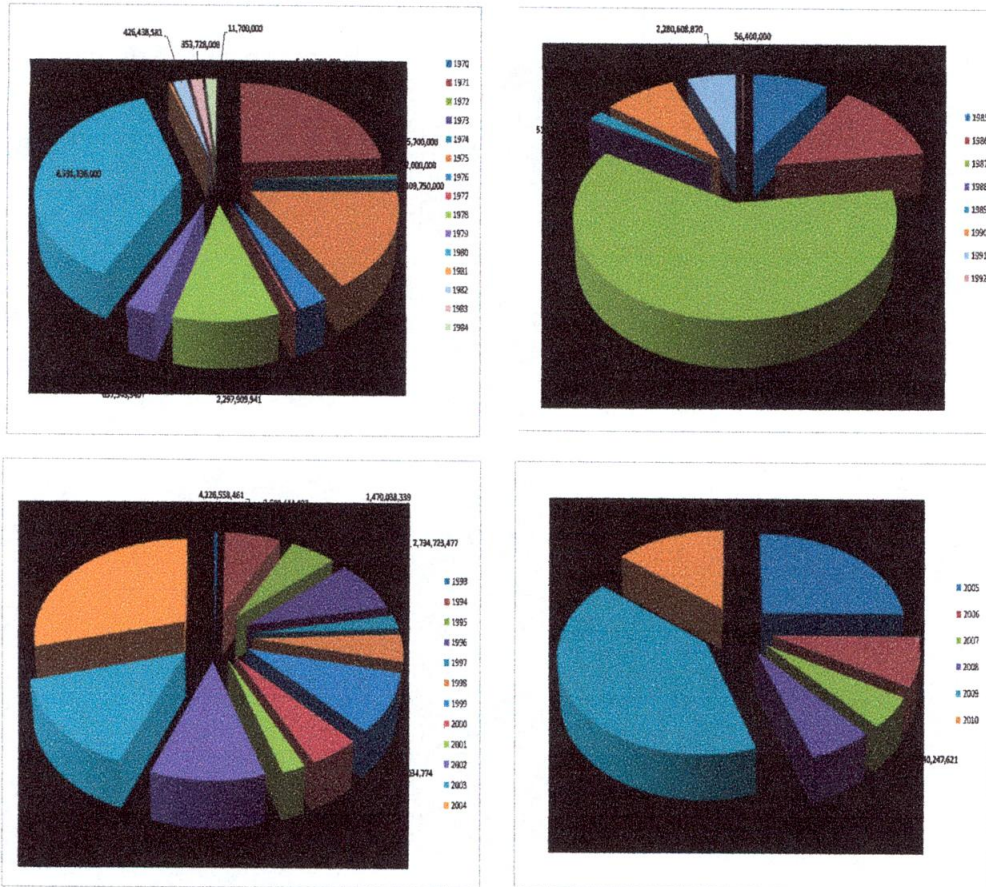
Fuente: Cámara de Comercio de Valledupar – Cesar

Es necesario aclarar que para la realización de los presentes gráficos se tomaron los valores de los activos de las empresas inscritas en las cámaras de comercio de Aguachica, Agustín Codazzi, El Copey y Valledupar.

Sin embargo se presenta un inconveniente con la base de datos, la cual no guarda los valores históricos o iniciales con lo que se creó la empresa pues ella (Base de datos) es actualizada cada vez que las empresas renuevan su registro mercantil cada año, por consiguiente es posible encontrar que las empresas matriculadas en el año 1971 presente activos por valor de \$ 5.499.780.688 pesos pues corresponden a valores actualizados, y no pueden ser ajustados debido a que es posible que algunas estén inactivas.

d. **Indicador: Activos al momento de la constitución**

GRÁFICA 4. Activos al momento de la constitución de la empresa (1970 – 2010).



Fuente: Cámara de Comercio de Valledupar – Cesar.

Al analizar lo referente a la distribución del número de agricultores entre las dos zonas del país, se encuentra que la zona del Interior concentraba un mayor número de agricultores que la de la zona Costa-Meta.

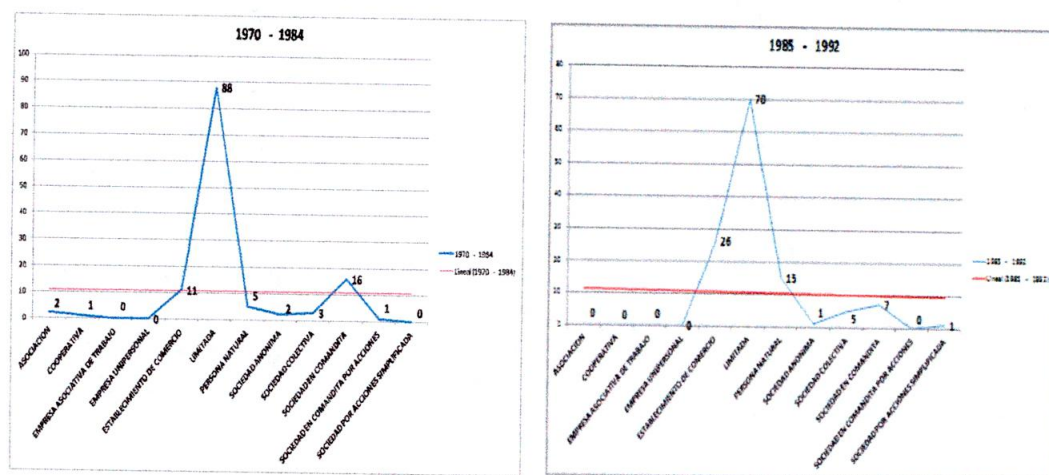
Lo anterior implica que, como en el interior se registraba un menor número de hectáreas destinadas al cultivo, existía una mayor concentración de tierra por agricultor en la zona Costa-Meta que en la del interior del país. Haciendo todo esto, que los activos al momento de la constitución de la empresa fuesen a la baja conforme pasaban los años y se llegaba a la década del 2000.

e. Indicador: forma de constitución de las empresas

La organización jurídica se basa en la identificación, aseguramiento y protección, determinando valores que son estimados como pilares fundamentales de su ordenamiento interno.

La ley colombiana establece tres tipos de organización jurídica: persona natural, persona jurídica y establecimiento de comercio. Y las clasifica según el número de socios: unipersonales, Sociedad limitada, sociedad anónima. Cooperativas, asociativa de trabajos.

GRÁFICA 5. Forma de Constitución de las Empresas (1970 – 1992).



Fuente: Cámara de Comercio de Valledupar – Cesar.

Entrando a analizar el decenio (1970 – 1984), con relación a la constitución de la empresa o negocio se observa que la variable más valiosa para las personas de este periodo, a la hora de decidir y formar una empresa jurídica, buscaba asociarse con otras personas, seguramente para sentir más apoyado, porque conformaban sociedad limitada.

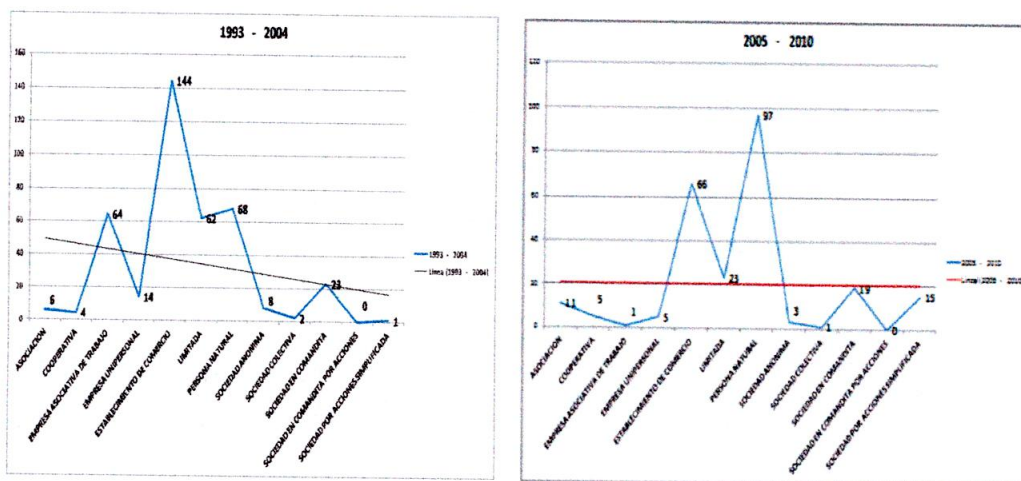
En este decenio se constituyeron un total de 129 organizaciones, de las cuales 88 fueron sociedades limitada, equivalente a un 73% del total, le sigue con 16 las sociedades en comandita, que representan un 12%; y en tercer lugar con 11 los establecimiento de comercio con 8%, y finalmente con 7% las otras tipos de constitución.

En el decenio (1985 – 1992), la tendencia se mantiene relativamente superior de conformar sociedades Limitada, porque de un total 125 constituidas, 70 fueron limitadas, con porcentaje 56%, disminuyó en un 17% frente al decenio anterior. Surge una nueva forma de crear empresa en este periodo, 26 fueron unipersonales correspondiente a un 20%; también se ve un leve crecimiento de las persona natural porque se constituyeron 15 lo cual representa un 12%.

Se puede concluir que en estos dos periodo, en el primero el empresario tuvo una vocación de asociación, buscar a otras personas para formar una empresas, mientras quien en el segundo periodo empieza a tener un vocación individualista. Toda esta información está basada en la base datos de la cámara de comercio de Valledupar.

f. Indicador: forma de constitución de las empresas

GRÁFICA 6. Forma de Constitución de las Empresas (1993 – 2010)



Fuente: Cámara de Comercio de Valledupar – Cesar.

En periodo de (1993 - 2004), es importante destacar que se aumenta la formación jurídica de establecimiento de comercio con 144 de un total de 396, correspondiente a un 36%, le sigue las constituida como persona natural con 68, con un 17%, luego aparece en este decenio las empresas formadas como Empresas asociativa de trabajo con un numero 64, con un porcentaje del 16%, luego están las empresas conformada como sociedad limitada con un numero 62, con un porcentaje 15%, de demás se conformados con un 16%.



Se destaca que los empresarios en este periodo se motivan constituir establecimiento de comercio. Referente al decenio (2005 -2010), se observa que la variable para constituir empresa fue como persona natural con 97 de un total de negocio registrados de 264, correspondiente a un porcentaje del 37% del total creadas en este periodo.

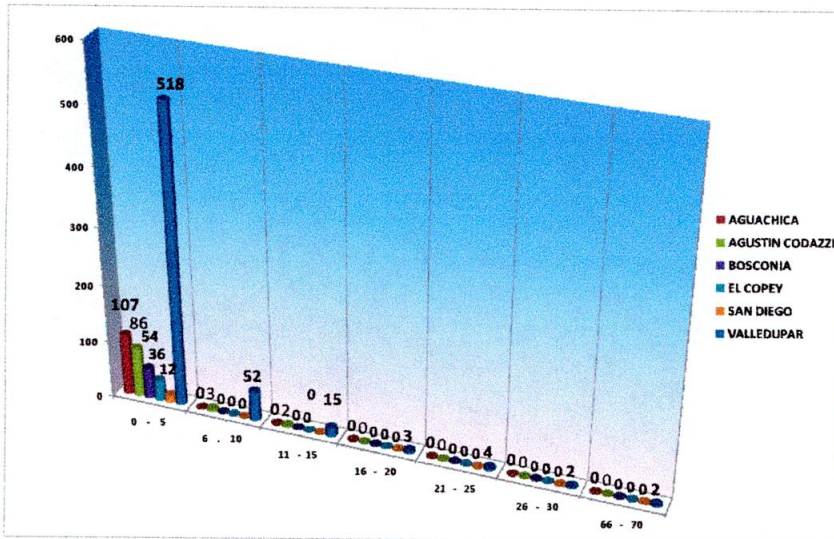
Le siguen los establecimientos de comercio con número 66, correspondiéndole un porcentaje del 25%; en tercer lugar observamos que se ubica las constituido como sociedades limitada con número de 23, para un porcentaje del 9% del total, con un numero de 19 las sociedades en comandita, para un porcentaje dentro del total del 7%, luego le sigue con 15 las sociedades por acciones simplificada, con un porcentaje 6%, las demás se constituyeron en 16%. Se puede observar que la forma de constituir empresa, como persona natural sobresale en los empresarios de esta época.

Haciendo el análisis horizontal de los dos decenios, se presentó una gran disminución del total de la forma de constituir empresas, en un 33%, como también se observa que la forma de constituir empresas establecimiento de comercio, sufre un descenso vertiginoso frente al decenio (2005 – 2010), en un 55%, también aumenta la vocación individual de las personas de conformar empresas como personas natural, con relación al periodo anterior.

g. Indicador: número de empleados en la actualidad en las empresas

La tendencia progresiva en los indicadores de crecimiento de las empresas, en su producción y exportaciones en el cultivo de algodón en la región del Cesar se frenó en 1977. A pesar de algunas recuperaciones momentáneas, no se han alcanzado los niveles registrados en los años anteriores y por el contrario, en los últimos cuatro años se han producido descensos dramáticos en dichos indicadores. De lo anterior, se evidencia que si la producción de las empresas va minimizando entonces se ven obligadas a despedir personal y a que el número de empleados baje dentro de ellas, tal como se ve en el gráfico siguiente:

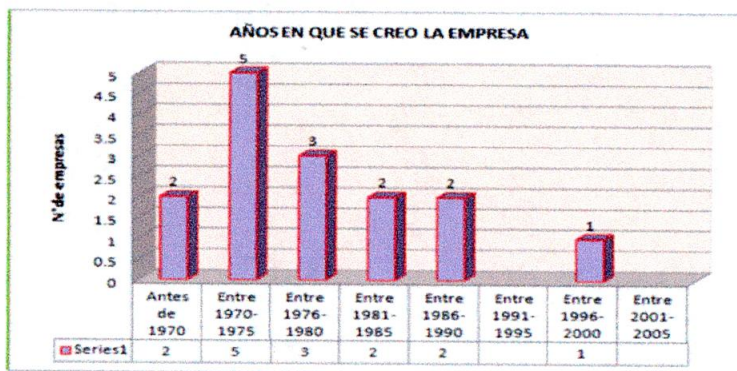
GRÁFICA 7. Número de empleados en la actualidad en las empresas (1970 – 2010).



Fuente: Cámara de Comercio de Valledupar – Cesar.

h. Indicador: fecha de creación de las empresas

GRÁFICA 8. Fecha de Creación de las Empresas



Fuente: Encuesta a empresarios del sector algodonero en el Departamento del Cesar.

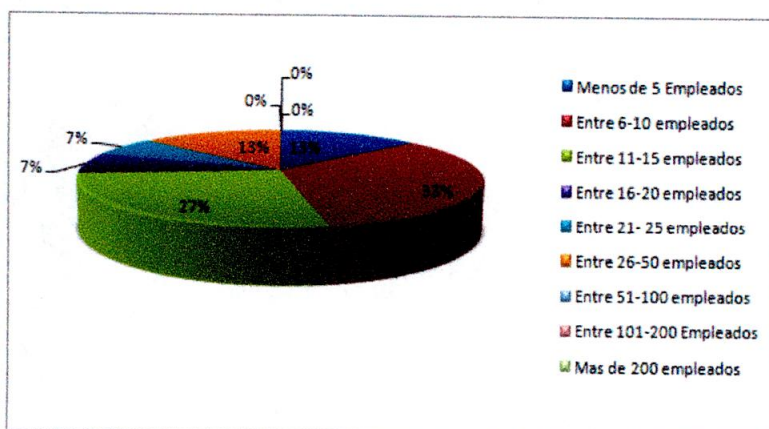
La fecha de creación de las empresas de cultivo del algodón, está enmarcada por la instauración de éstas en fechas anteriores al año 1970 y concretamente según las encuestas realizadas a los empresarios del sector; 2 de los 15 entrevistados la crearon en estas fechas, esto demuestra que fue determinante para la creación del departamento del Cesar 1967.



Las empresas generadas en estos periodo fueron: se crearon cinco empresas de este tipo en los años 1970 – 1975 en este quinquenio se dio el mayor número de empresas creada, en plena bonanza del algodón; tres empresas entre 1976 – 1980, dos empresas entre 1981 – 1985; Dos empresas entre 1986 – 1990; no se crearon empresas entre en quinquenio 1991 – 1995; Una empresa entre 1996 – 2000; todas estas eran para cultivar algodón, que consistía en la siembra, cosecha y recolección.

i. Indicador: número de empleados al crearse la empresa

GRÁFICA 9. Número de Empleados al Momento de Creación de la Empresa

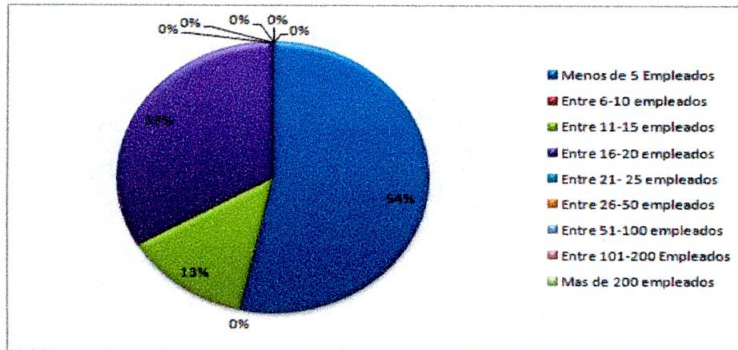


Fuente: Encuesta a empresarios del sector algodonero en el Departamento del Cesar.

El número de empleados al momento de la creación de las empresas dentro del sector algodonero se encuentra enmarcada entre el intervalo de 6 a 10 empleados representado por el 33% de las empresas, le siguen con 27%, las que se crearon en su inicio entre 11 y 15 empleados y entre 26 y 50 empleados constituyendo el 13%; las que se crearon con menos de 5 empleados el 13%; entre 16 y 20 empleados con 7% y con 21 y 25 empleados con 7% lo cual representa que la mayoría de estas empresas se caracterizaban como pequeñas empresas.

j. Indicador: número de empleados en la actualidad

GRÁFICA 10. Número de Empleados en la Actualidad en las Empresas



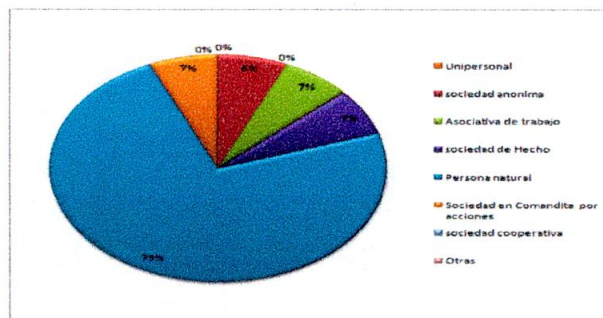
Fuente: Encuesta a empresarios del sector algodonero en el Departamento del Cesar.

Las empresas para el cultivo del algodón, en cuanto a su conformación del recurso humano, el intervalo entre menos de 5 empleados con un 53% de las empresas encuestadas, lo cual refleja un aumento del 300% con respecto a su creación, el intervalo conformado entre 11 y 15% está representado por el 13% de las empresas estudiadas y se evidencia un aumento del 100% con respecto al momento de creación de estas, se observa el porcentaje de 33% en el intervalo constituido entre 16 y 20 empleados; se observa un aumento del 400% con respecto al momento de la creación.

Este hecho demuestra que han disminuido el número de trabajadores en las empresas del sector como se evidenció en el análisis anterior, correspondiente a la conformación de empresas desde los años 1970 hasta nuestros días, debido a que se han dedicados a la ganadería, teniendo concordancia tanto los datos obtenidos en la investigación realizados con los datos suministrados por la Cámara de Comercio con los datos expuestos por los mismos empresarios.

k. Indicador: forma jurídica de las empresas

GRÁFICA 11. Forma Jurídica de las Empresas

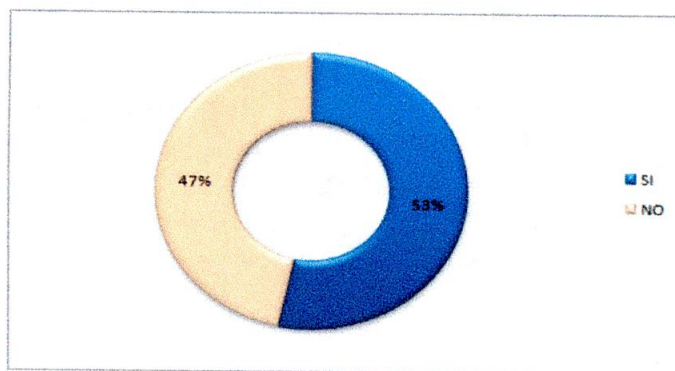


Fuente: Encuesta a empresarios del sector algodonero en el Departamento del Cesar.

La forma jurídica de las empresas del cultivo del algodón, son principalmente por persona natural con 73%, el 7% de forma unipersonal; el 6% fue por sociedad anónima; el 7% fue por forma de asociativa de trabajo; y el 7% fue por sociedad de hecho. Significa entonces que esta actividad la realizaban personas naturales, dueños de la tierra y que no tenía la alquilaba, a pesar que era una actividad legal, las empresas no eran registradas en la cámara de comercio de los diferentes municipios.

l. Indicador: forma jurídica de las empresas

GRÁFICA 12. Realización de evaluación del proyecto de creación de empresa

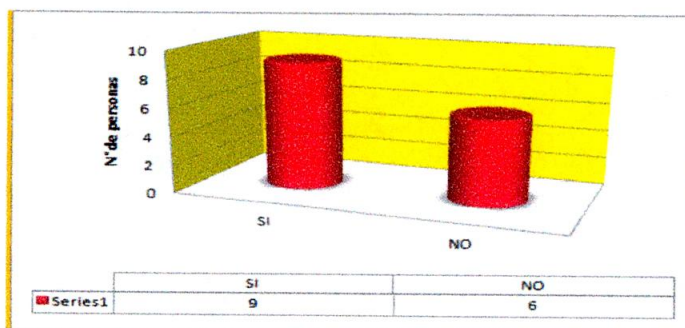


Fuente: Encuesta a empresarios del sector algodonero en el Departamento del Cesar.

En lo referente a si los empresarios prepararon una evaluación del proyecto de creación de empresas, el 53% si lo realizó, mientras que el 47% no lo ejecutó, siendo los empresarios exitosos los cuales respondieron con el sí. Esto hace pensar que uno de los factores de éxito para los empresarios es la evaluación anterior de sus proyectos lo cual minimiza los riesgos y asegura una buena inversión.

m. Indicador: forma jurídica de las empresas

GRÁFICA 13. Suministro de ayuda de personas y/o organismos para obtener información sobre creación de empresas.



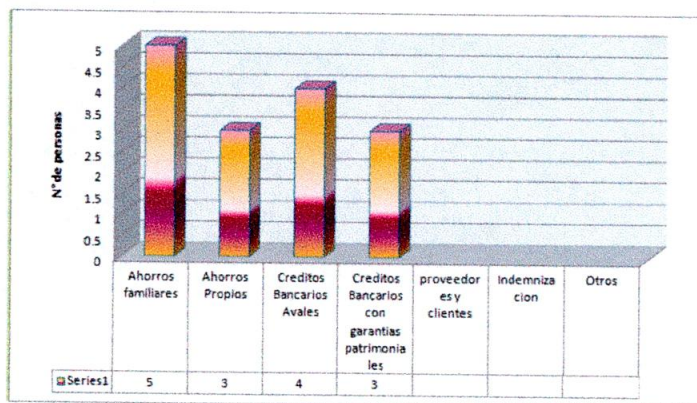
Fuente: Encuesta a empresarios del sector algodonero en el Departamento del Cesar.

La mayoría de los empresarios expresaron que recibieron ayuda de personas y/o organismos para obtener información sobre la creación de empresas que en su mayoría eran amigos que pertenecían al gremio algodonero, los cuales brindaron mucho apoyo y fueron decisivos al momento de crear estas empresas.

La mayoría de empresarios recibieron ayuda por parte de las empresas comercializadoras en temas concernientes con el apoyo técnico, análisis de suelos, proyección de costos, gastos, utilidades y rentabilidades esperadas.

n. Indicador: forma jurídica de las empresas

GRÁFICA 14. Modo de Financiación Inicial de la Empresa



Fuente: Encuesta a empresarios del sector algodonero en el Departamento del Cesar.

En cuanto al modo de financiación inicial para la creación de la empresa; los empresarios en un porcentaje del 34% recurrieron a ahorros familiares, un 26% a créditos bancarios sin avales, un 20% recurrió a créditos bancarios con avales y sólo el 20% lo hizo por medio de ahorros propios. Otro hecho particular del sector es que la mayoría de los empresarios que actualmente están en el sector adquirieron gran parte de las empresas y/o tierras a la sucesión o herencia por parte de familiares a través del tiempo permitiendo en algunos casos aumentar su cantidad de tierra y activos y junto con sus ahorros propios conformar su empresa propia.

o. Indicador: forma jurídica de las empresas

GRÁFICA 15. Intención de Creación de una Empresa

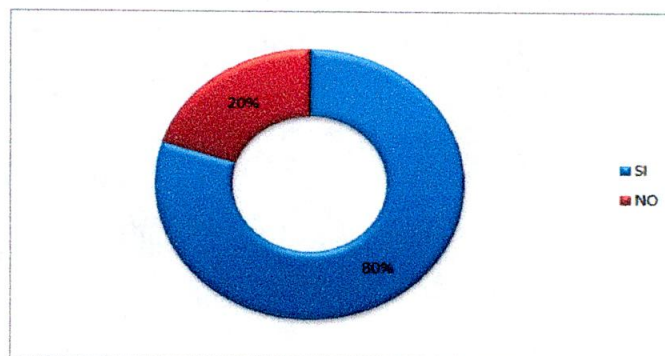


Fuente: Encuesta a empresarios del sector algodonero en el Departamento del Cesar.

Se obtuvo que el 60% admitió que no volvería a crear una empresa por motivos de edad y riesgos en las inversiones. El 40% de los encuestados se muestra de acuerdo y motivado para la creación de nuevas empresas, demostrando un espíritu de emprendimiento de las nuevas generaciones principalmente.

p. Indicador: forma jurídica de las empresas

GRÁFICA 16. Obtención de un Pedido Inicial Decisivo en su Empresa



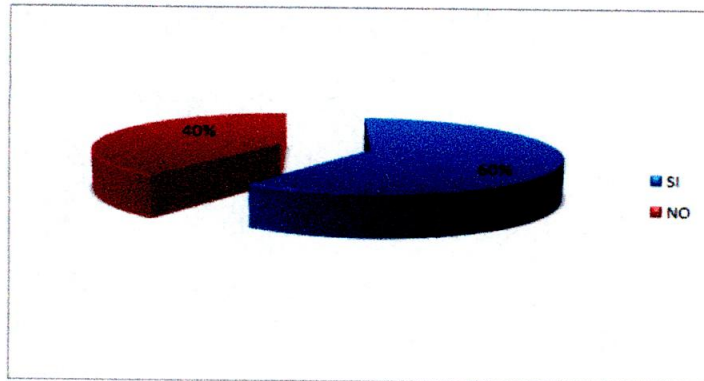
Fuente: Encuesta a empresarios del sector algodonero en el Departamento del Cesar.

Las empresas al momento de su inicio si obtuvieron un pedido inicial decisivo correspondiéndole un 80% del total encuestado y sólo el 20% no lo necesito. Estos resultados muestran como los empresarios necesitaron un pedido inicial por parte de las grandes empresas con las cuales lograron por su cumplimiento contratos que aseguraran su producción.



q. **Indicador: forma jurídica de las empresas**

GRÁFICA 17. Ayuda en la tramitación de la Documentación de una Persona y/o Institución al Momento de la Creación de la Empresa



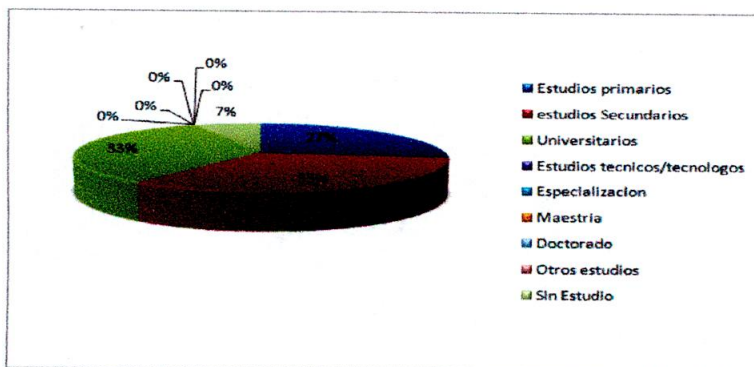
Fuente: Encuesta a empresarios del sector algodonero en el Departamento del Cesar.

Al momento de la creación de las empresas del sector el 60% de los empresarios, recibió algún tipo de ayuda en la tramitación de la documentación; por lo general de amigos cuyos conocimientos, en el área del derecho, administración y temas propios del sector como agrónomos, capataces y amigos dueños de fincas. El 40% restante no recibió ningún tipo de ayuda.

5.1.2 Resultados y Análisis para los Empresarios: Desarrollo de los Empresarios Cesarenses del Sector Algodonero (1970 – 2010).

a. **Formación Académica al momento de crear la empresa.**

GRÁFICA 18. Nivel de estudio de los empresarios



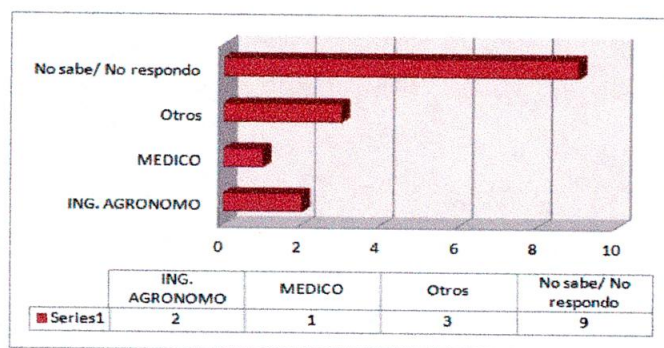
Fuente: Encuesta a empresarios del sector algodonero en el Departamento del Cesar.

Con respecto al nivel de estudios de los empresarios del sector predominan los estudios secundarios con un 33%, le siguen los estudios universitarios con un 33%, luego con un 27% los estudios primarios y por último sin estudios con 7%.

Se evidencia la poca importancia que se tenía de los estudios en empresarios con edades avanzadas, ya que la mayoría sólo lograban cursar sus estudios primarios y secundarios e inmediatamente empezaban su vida laboral; cabe resaltar que se encuentra una relación entre los empresarios exitosos y su nivel de estudios universitarios, los cuales en su mayoría han realizados dichos estudios fuera del departamento, en grandes ciudades.

b. Profesión del Empresario.

GRÁFICA 19. Profesión del Empresario al Momento de Crear la Empresa

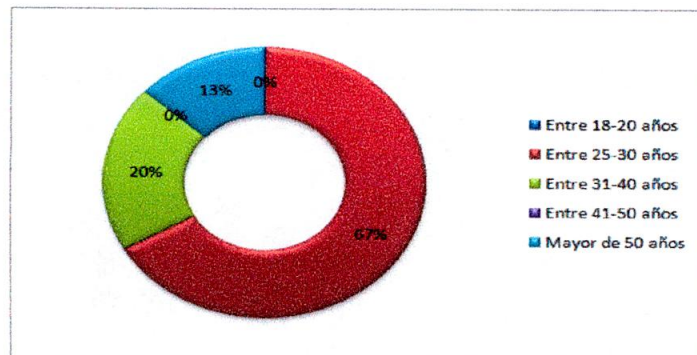


Fuente: Encuesta a empresarios del sector algodonero en el Departamento del Cesar.

La profesión característica de los empresarios al momento de crear su empresa fue la con un 30% de los encuestados, le siguen en un 20% la de economista, con un 10% la de administrador y otras profesiones con un 40 % dentro de las cuales están la de supervisor, vendedor, agricultor, ganadero, entre otros.

c. Edad del empresario al crear la empresa

GRÁFICA 20. Edad de los empresarios al momento de crear la empresa

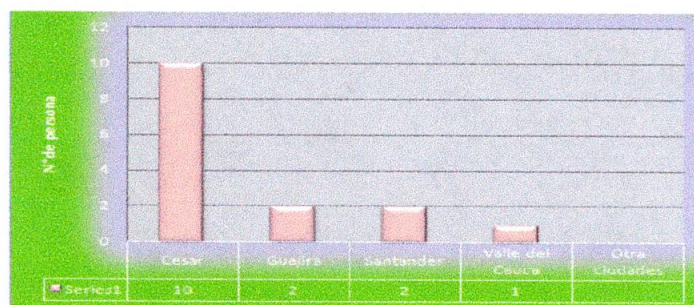


Fuente: Encuesta a empresarios del sector algodonero en el Departamento del Cesar.

El promedio de edades de los empresarios al momento de crear su empresa oscila entre 25 y 30 años, así lo confirma la encuesta realizada donde cinco (9) de cada 15 empresarios expuso esta información. Le sigue los empresarios de más de 31 años correspondiente a tres (3) de cada 10 empresarios y en último renglón se encuentran los empresarios de 30 a 40 años y menos de 40 años siendo uno (1) de cada 10 respectivamente. En afirmaciones dadas por los empresarios exitosos comentan “La edad máxima para que los nuevos empresarios creen su propia empresa y prosperen es de 30 años”.

d. Lugar de nacimiento del empresario

GRÁFICA 21. Lugar de nacimiento del empresario



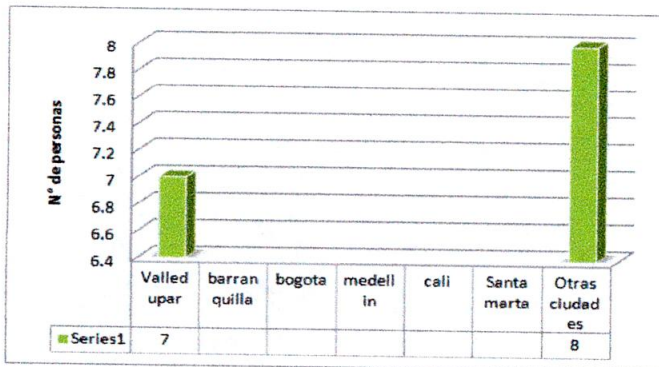
Fuente: Encuesta a empresarios del sector algodonero en el Departamento del Cesar.

El lugar de nacimiento de los empresarios del sector algodonero está enmarcado en el departamento del Cesar con un 67%, le siguen el departamento de la guajira con 13%, Santander con el 13%, Valle del cauca con el 7%. Con estos resultados se muestra que

los empresarios que intervinieron en el sector; mas de la mitad, son oriundos del Departamento del Cesar y el restante son empresarios externos o de otro departamentos que lograron incursionar en la época de la bonanza algodonera y algunos se han mantenido porque cambiaron de actividad, específicamente la ganadería.

e. Ciudad de residencia de los empresarios

GRÁFICA 22. Ciudad de residencia de los empresarios

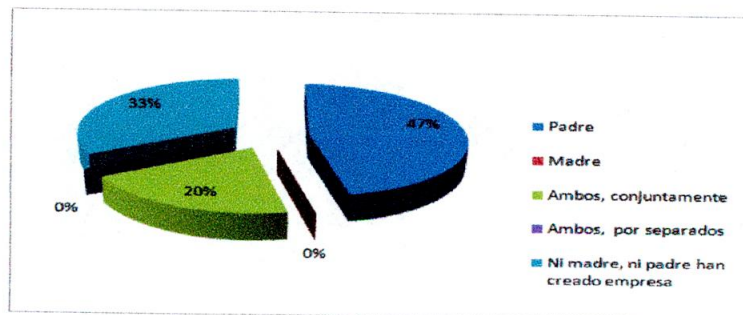


Fuente: Encuesta a empresarios del sector algodonero en el Departamento del Cesar.

La ciudad de residencia actual de los empresarios es Valledupar; un 47% de los empresarios está instalado en nuestra ciudad. Como también se observa que el 53% de los empresarios del algodón se encuentra radicado en otras ciudades.

f. Antecedentes de empresarios en la familia

GRÁFICA 23. Antecedentes de empresarios en la familia (padre – madre)



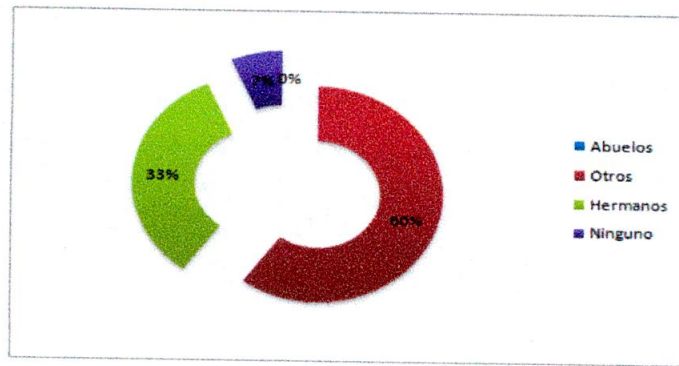
Fuente: Encuesta a empresarios del sector algodonero en el Departamento del Cesar.



Los antecedentes de los empresarios en la familia, se obtuvo que el 47% fueron los padres que ejercían la actividad algodonera. El 33% en donde ni la madre ni el padre han tenido o tienen alguna empresa propia y le siguen en un 20% en donde ambos padre y madre, si logró crear alguna empresa. Dando como resultado un 50 por ciento de actitud emprendedora por parte individual y un 50% por parte familiar.

g. ¿Hubo empresarios en la familia?

GRÁFICA 24. Antecedentes de empresarios en la familia (otros parientes)

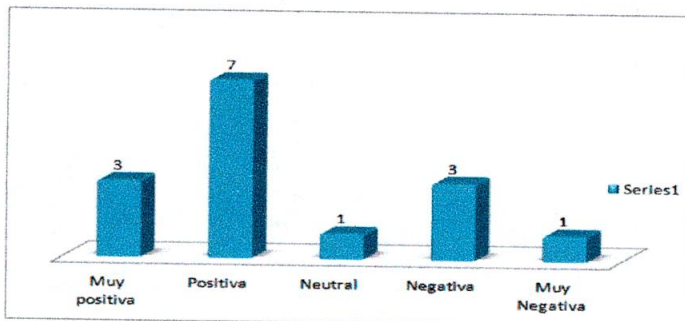


Fuente: Encuesta a empresarios del sector algodonero en el Departamento del Cesar.

Con relación a los antecedentes de empresarios en la familia por parte de otros parientes diferentes a padre y madre; está constituido por un 33% de hermanos, 60% de otros parientes como tíos, primos, etc. El 7% de los empresarios no han tenido ningún pariente con esta actitud emprendedora. Estos resultados denotan una gran actitud familiar emprendedora poniendo a la familia como el punto de apoyo para el desarrollo empresarial.

h. Actitud posterior a la creación de la empresa

GRÁFICA 25. Actitud posterior a la creación de su propia empresa

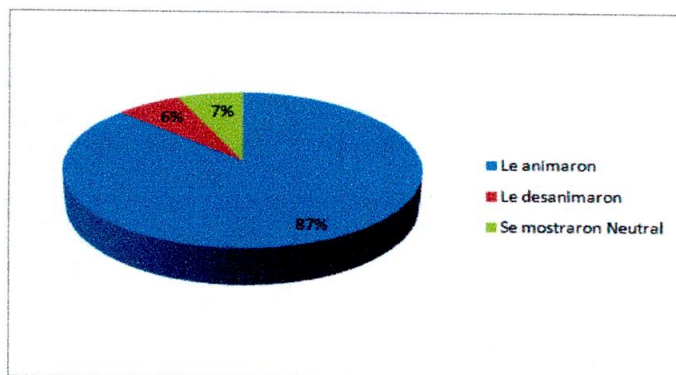


Fuente: Encuesta a empresarios del sector algodonero en el Departamento del Cesar.

Para los empresarios del cesar, la actitud posterior a la creación de empresas 46% positiva, el 20% muy positiva, el 20% es negativa, el 7% muy negativa, y solo el 7 fue neutral, lo cual demuestra el gran espíritu emprendedor de los empresarios de este sector.

i. Apoyo y respaldo de la familia

GRÁFICA 26. Actitud familiar con relación a la creación de la empresa

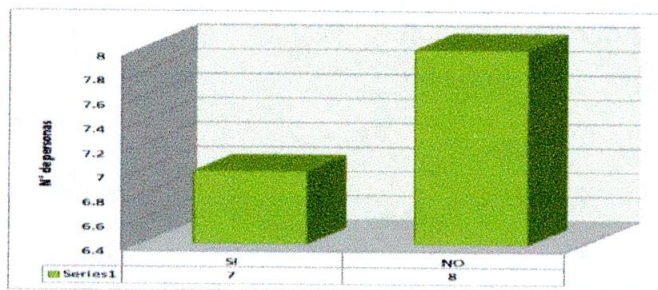


Fuente: Encuesta a empresarios del sector algodonero en el Departamento del Cesar.

Con respecto a la actitud familiar frente a la decisión de creación de la empresa la gran mayoría del 87%, fueron animados en su decisión de creación de la empresa, el 7% lo desanimaron, y sólo en un margen muy pequeño del 6% se mostraron neutrales. Esto confirma aun más la importancia de la familia en la creación de empresas.

j. Ocurrencia de una idea anterior

GRÁFICA 27. Ocurrencia de una idea anterior a la creación de su empresa



Fuente: Encuesta a empresarios del sector algodonero en el Departamento del Cesar.

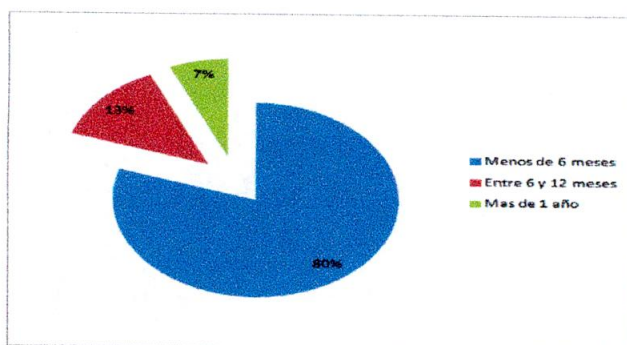
La mayoría de los empresarios con un porcentaje del 53%, respondieron “No” a la pregunta: ¿Antes de crear ésta empresa se le había ocurrido alguna idea? Y solamente



un 47% si se le ocurrió alguna idea antes de crearla. Algunas de las ideas anteriores a la creación de las empresas fueron: la ganadería, arroz, sorgo, maíz, y en general la agricultura. Algunas de las respuestas del por qué no puso en práctica, las ideas anteriores a la creación de la empresa actual fueron: el cultivo del algodón porque algún familiar o conocido le impulso o desarrollar esta actividad, por ser el cultivo del momento en pleno auge.

k. Tiempo de consolidación de la Idea de una empresa Algodonera

GRÁFICA 28. Tiempo de Constitución Legal de la Empresa

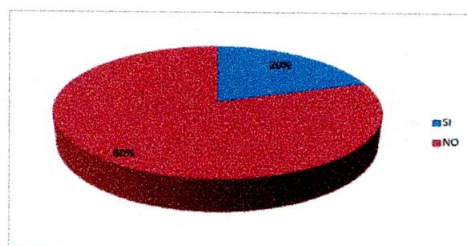


Fuente: Encuesta a empresarios del sector algodonerero en el Departamento del Cesar.

Con respecto al tiempo de constitución legal de la empresa, el 80% se tardó menos de 6 meses en constituirla legalmente, el 13% se demoró entre 6 y 12 meses. Y el 7% se tardó más de año.

l. Asistencia a Cursos y Seminarios

GRÁFICA 29. Asistencia a Cursos o Seminarios Relacionados con Creación de Empresas.



Fuente: Encuesta a empresarios del sector algodonerero en el Departamento del Cesar.

Con relación a la pregunta: ¿asistió usted a algún curso o seminario específico en creación de empresas?, el 80% no asistió a ningún curso o seminario relacionado con la creación de empresas y solamente el 20% si asistió. Este resultado nos muestra como en

el tema de creación de empresas los empresarios no recurren a ayudas formales en este tema. Como resultado de la investigación se logró concluir que la conformación de las empresas del sector algodonero en el departamento del Cesar en su mayoría fueron creadas de 1970 -1975 y en los años 1976 - 1980, principalmente.

Con respecto a sus activos las empresas con mayor rubro se crearon en los años 1987, 1990, 1991, 1999, 2002, 2003 observando un continuo desarrollo en el sector. La mayoría de las empresas se encuentran localizadas en el municipio de Codazzi y el municipio de Valledupar y su principal actividad económica es el cultivo del algodón con fines de exportación. Solo se evidencio una empresa liquidada hecho que confirma la solidez del gremio algodonero.

Con respecto a su tamaño se caracterizan principalmente en pequeñas empresas con un promedio de entre 6 y 10 empleados y muy pocas consideradas como medianas con más de 200 empleados. En estas empresas predomina la forma jurídica de persona natural, muy pocas de sociedades de hecho, anónimas, entre otras. En cuanto a la tecnología la mayoría de los empresarios consideran no tener la tecnología estándar requerida para la exportación del algodón, pero se evidencia una incapacidad para la adquisición de nuevas tecnologías para lograr mejores resultados en su productividad.

El perfil encontrado de los empresarios del sector está caracterizado por su poco nivel de estudios en empresarios con mucha tradición y un nivel medio en los de edad de 40 a 50 años, teniendo como constantes las profesiones de ingeniero agrónomo, médico, administración y la actividad del comercio en general. Los dueños de las empresas en su mayoría provienen o son oriundos del Cesar y se encuentran radicados en la ciudad de Valledupar y otras ciudades. El promedio de edad al momento de crear la empresa se encontraba entre los 25 y 30 años.

Con respecto a la creación de empresas por parte de familiares del empresario, en años anteriores, se determinó que la mayoría tiene presente que sus familiares en el pasado constituyeron empresas, especialmente el padre del empresario, los cuales han creado algún tipo de empresa y fueron la base para la creación de las empresas del sector algodonero, el cual se puede considerar tradicional en cuanto a las empresas agrícolas.

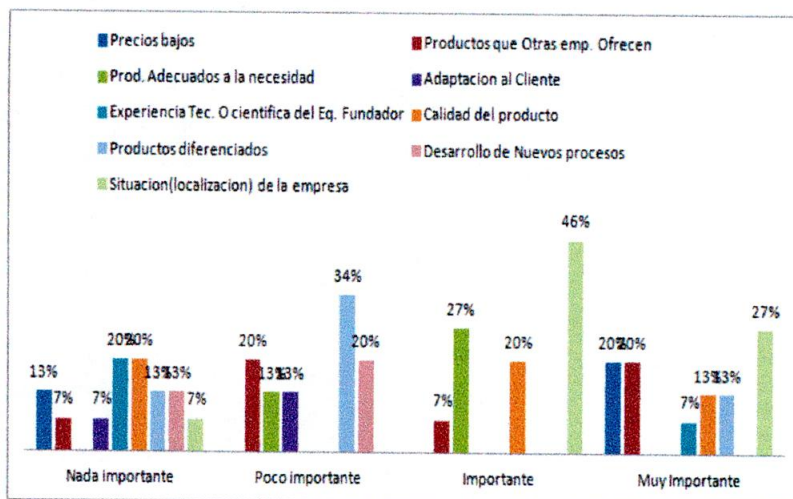


La constitución de las empresas está caracterizada, por un elevado número de empresas en un corto tiempo, logrado por el apoyo financiero de los amigos y familiares que pertenecían al gremio algodonero y otros actores que intervienen en el sector, los cuales sirven como ayuda en la creación de estas empresas.

5.1.3 Resultados y análisis para la dinámica del contexto: desarrollo de los empresarios cesarenses del sector algodonero (1970 – 2010).

a. Mercado y estrategia competitiva de la empresa.

GRÁFICA 30. Estrategias para Lograr Competitividad



Fuente: Encuesta a empresarios del sector algodonero en el Departamento del Cesar.

Para las empresas de los cultivadores del algodón, es fundamental la estrategia de la situación (localización) de la empresa para su producto, referenciándola como factor muy importante con un total del 27% de los encuestados. Le sigue los precios bajos y los productos que otras empresas ofrecen con un 20% cada una; con 13% están también cada una, la estrategia calidad del producto y productos diferenciados; el restante 7% la experiencia técnica o científica; los encuestados los calificaron con un grado de muy importante, Como importante estrategia para lograr ser competitivos en el mercado.

De la misma manera, encontramos el desarrollo de situación (localización) de la empresa, que el 46% de los empresarios la califican de importante; el 27% para el producto adecuado a la necesidad; el 20% la estrategia de la calidad del producto y el 7% productos que otras empresas ofrecen; se observa que la localización o el territorio

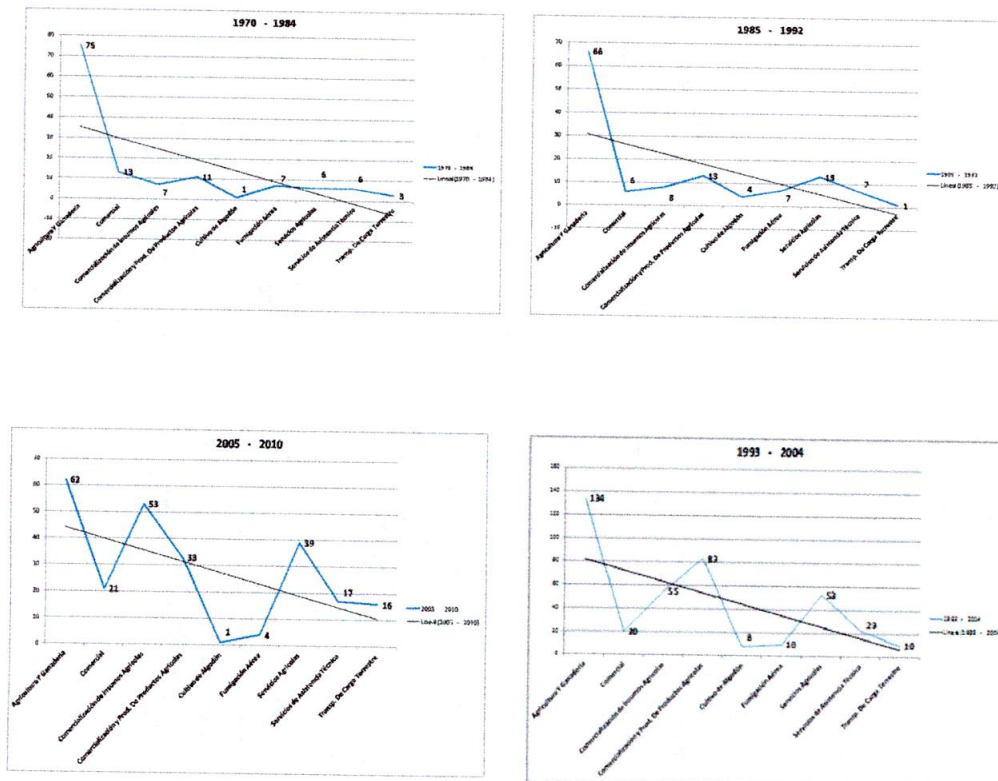
los cultivadores del algodón la tienen como estrategia que les permite ser un factor muy importante para ser competitivo el departamento del Cesar. Seguidamente a los cultivadores del algodón les parece poco importante; la estrategia de precios bajos con un 34%, 20% desarrollo de nuevos procesos; con 20% productos que ofrecen otras empresas; con un 13% productos adecuados a la necesidad y con 13% la adaptación a los clientes.

Por último, como nada importante, se encuentra la experiencia técnica o científica del equipo fundador con un 20%; con un 20% está la estrategia la calidad del producto; con el 13% cada una están: Desarrollo de nuevos procesos, productos diferenciados y precios bajos. Y con 7% están cada una están: Situación (localización) de la empresa, adaptación al cliente y productos que otras empresas ofrecen.

5.2 Resultados del objetivo dos

a. Indicador: Actividad Económica de las Empresas

GRÁFICA 31. Actividad económica de las empresas (1970 – 2010).



Fuente: Cámara de Comercio de Valledupar – Cesar.

Con respecto a este indicador, se encontró predominando la actividad de la agricultura y ganadería en un 35%. Le siguen el cultivo de algodón, comercializadora de insumos de productos agrícolas, comercializadora y producción de productos agrícolas, con 11%; servicios agrícolas con un 8%, estos datos en todo el Cesar.

De lo anterior, se analiza que de los datos de la cámara de Comercio de Valledupar, la actividad económica de las empresas inscritas en el decenio (1970 -1984), para desarrollar actividades agricultura y ganadería fueron 75 de total de 129 del sector agropecuario en este periodo, que representan un 58%. En segundo lugar, se encuentra las empresa comerciales fueron 13 creadas, las cuales representan el un 10%, le sigue las empresas para la comercialización y producción agrícola que fueron creadas 11 y representan un 8%.

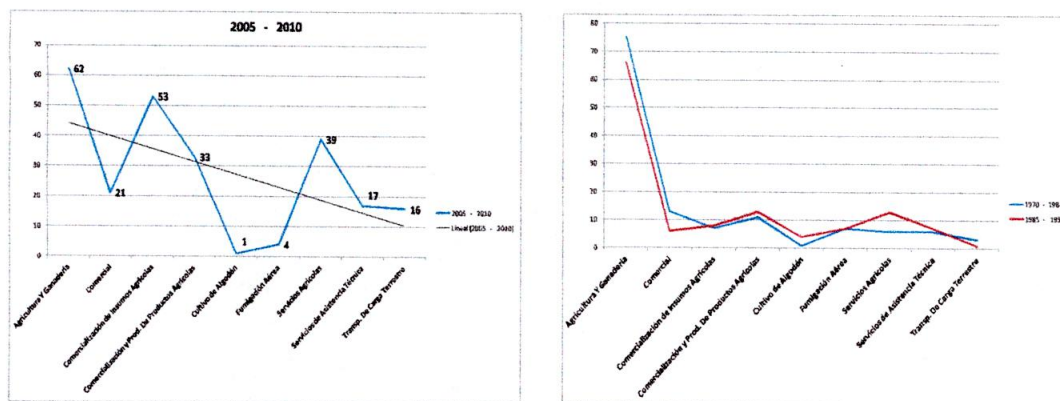
En sentido, las empresas con actividad de comercialización de insumo agrícola fueron 7 y que representan el 5% del total, encontramos también con un 5% las de fumigación aérea. Se identifican 6 empresas, que su actividad fue de servicios agrícola con un porcentaje del 4%, también con 4% la empresas de servicios de asistencia técnica. Tres empresas de transporte de carga terrestre, que representan un 2%.

Finalmente se puede observar que hubo (1) una empresas registrada con actividad económica para el cultivo del algodón. Es de anotar que en plena bonanza algodoneira no más se registró en la cámara de comercio una sola, con esta actividad, se puede decir, que el desarrollo empresarial que existió, nació muy débil en el sector algodoneiro. Se puede decir, que la vocación del cultivador del algodón era la informalidad.

Ahora bien, analizando posteriormente los años de 1993 al 2004, se registraron según su actividad económica un total de 396, las empresas inscritas para desarrollar actividades agricultura y ganadería fueron 134, que equivale a un 34% del gran total; se formaron empresas para comercialización y producción de productos agrícolas en número de 83, que vienen a representar un 21% del gran total, seguidamente se crearon 55 negocios para la comercialización de insumos agrícolas, con porcentaje del 14%, la gráfica muestras que para las actividades de servicios agrícolas se formaron 53 y representan un porcentaje de un 13%; se formaron 23 empresas de servicio de asistencias técnicas, con un porcentaje del 6%, empresas comerciales 20 con porcentaje del 5%, siguiente 10

son empresas de fumigación aéreas y representan un 2%, y finalmente 10 empresas de actividad transporte y carga terrestre, con porcentaje de 2% del total de la empresas formadas en este periodo.

GRAFICO 32. Actividad económica de las empresas (2005 – 2010).



Fuente: Cámara de comercio de Valledupar – Cesar.

Analizando el periodo decenal (2005 – 2010), se observa que las empresas con actividad económica de agricultura y ganadería se registraron 62 de un total 246, representando un 25% de formación en este periodo, le siguen las empresas comercializadora de insumos agrícola con 53, que representan 20%; también encontramos 39 empresas o negocio con actividad de servicios agrícolas, con un porcentaje del 16%; le sigue 33 empresas registradas para realizar actividades comercialización, producción de productos agrícolas, con porcentaje 13%; se observa con un numero de 21 creadas para realizar actividades establecimientos comerciales, y que tienen un valor porcentual del 8% frente a la demás; negocio con actividades económicas servicios de asistencia técnica con una cifra de 17, y representan un porcentaje del 7%.

En el mismo sentido, los negocios de transporte y carga terrestre en este decenio fueron 16 que tiene un valor porcentual del 6%; y finalmente, los negocio de fumigación aérea y cultivo de algodón fueron 5 que representan un 2% del total de empresas creadas dentro de este periodo.

Por lo anterior, al analizar estos dos decenios (1993 – 2004) con el (2005 – 2010) hubo disminución en el sector agropecuario del 62% frente al primer decenio manteniéndose el número de empresas con actividades comerciales. El desarrollo empresarial para las empresas algodoneras inicia su desaparición en este periodo.

Después de un período de auge y crecimiento económico, el Cesar ha quedado rezagado y enfrenta duros retos hacia el futuro. La boyante economía de los años sesenta y setenta se estancó, y en la actualidad está sumida en una dura crisis. Corrupción, violencia y recesión económica son los principales problemas que enfrenta un departamento que fue considerado como un modelo de gestión. Sin duda alguna, se puede afirmar que, en sus pocos años de existencia, el Cesar ha recorrido los picos más pronunciados de los ciclos económicos y sociales.

La bonanza algodonera de las décadas de 1960, 1970, y hasta 1990, tuvo efectos positivos sobre la naciente economía cesarense de ese entonces. La aparición de encadenamientos productivos y de una clase media alrededor del algodón evidencian esta relación (Bernal, 2004). Infortunadamente, el impulso inicial no fue lo suficientemente largo, y el proceso de evolución institucional se detuvo con la caída de los precios, la crisis de créditos y la aparición de actores armados al margen de la ley. Los logros de otras épocas se desvanecieron. Es así que, durante la década de 1980 empezó un proceso de estancamiento, de hecho, se podría pensar en un retroceso institucional. De todo lo anterior, la bonanza algodonera trajo un vasto crecimiento en las regiones colombianas, haciendo imperante el análisis en primera instancia sobre el crecimiento poblacional del Departamento del Cesar, por ser el caso de estudio de esta investigación.

Donde la historia lleva a recordar que a mediados del siglo XX, el departamento contaba con 113.715 habitantes, al final del siglo había multiplicado su población por nueve. Es decir, que en medio siglo había doblado su población en tres oportunidades. Se calcula que para el período 1951-1973 el Cesar tuvo una tasa de crecimiento poblacional cercana al 6% anual. Para la última parte del siglo estas altas tasas de crecimiento se redujeron, llegando a ser inferiores al 2%.

Cuadro 1. Tasa de crecimiento intercensal de Colombia y el Cesar Nacional Cesar

NACIONAL				CESAR		
TOTAL (%)	Cabecera (%)	Resto (%)	TOTAL (%)	Cabecera (%)	Resto (%)	
1964	3,14	5,39	1,23	6,37	9,39	5,01
1973	2,89	4,30	1,12	6,35	8,09	5,15
1985	2,92	3,68	1,80	3,73	5,07	2,51
1993	1,84	2,64	2,62	1,45	3,43	-1,07

Fuente: Gamarra (2005)

Estos últimos se dieron como resultado del auge algodonero, la tasa de natalidad en el departamento ha estado por encima de la cifra nacional, mientras que la tasa de mortalidad por debajo de ella. Para los próximos años entre 1994 y 2010, se esperaba que las diferencias disminuyan; pero no que desaparezcan. Por lo que, la dinámica poblacional tiene directas implicaciones en cuanto a diseño de políticas. Las nuevas generaciones eventualmente demandarán nuevos bienes y servicios: salud, educación y alternativas productivas, cuya provisión recaerá en gran medida en el Estado. El desconocimiento de la estructura poblacional cesareña en el diseño de las políticas de futuros gobiernos, será un claro impedimento para cualquier asignación eficiente de los recursos para inversión.

Cuadro 2. Cesar: esperanza de vida al nacer, tasa de natalidad y tasa de mortalidad por cada mil habitantes.

NACIONAL			CESAR			
Esperanza de Vida (años)	Natalidad (%)	Mortalidad (%)	Esperanza de Vida (años)	Natalidad (%)	Mortalidad (%)	
1995	68,55	2,69	6,43	67,97	3,35	6,36
2000	70,66	2,44	5,79	69,54	2,97	5,93
2005	72,17	2,23	5,48	71,08	2,66	5,51
2010	73,23	2,05	5,41	72,55	2,44	5,19
2015	73,95	1,92	5,57	73,96	2,30	4,97

Fuente: Gamarra, (2005)

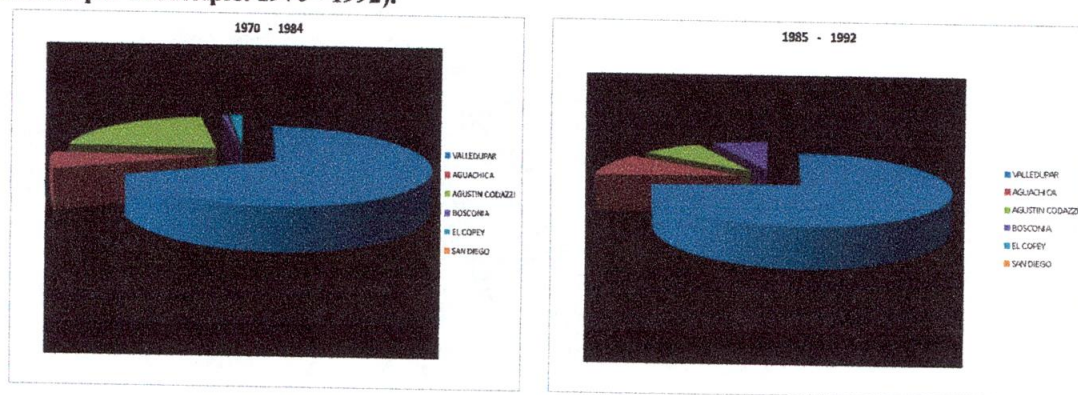
Con el aumento sostenido de su población, el departamento también ha aumentado su participación porcentual tanto en el censo nacional como en el regional, por lo que se

consideran indicadores importantes en el desarrollo empresarial del sector algodonero en el departamento del Cesar, 1970 – 2010, los expuestos por Gómez (1981).

b. Indicador: tamaño de las empresas en el departamento del Cesar

El departamento del Cesar, crece y con ello el tamaño de las empresas que se encuentran en sus municipios en el sector algodonero, la concentración se encuentra ubicada mayormente en Valledupar con un 52% de participación.

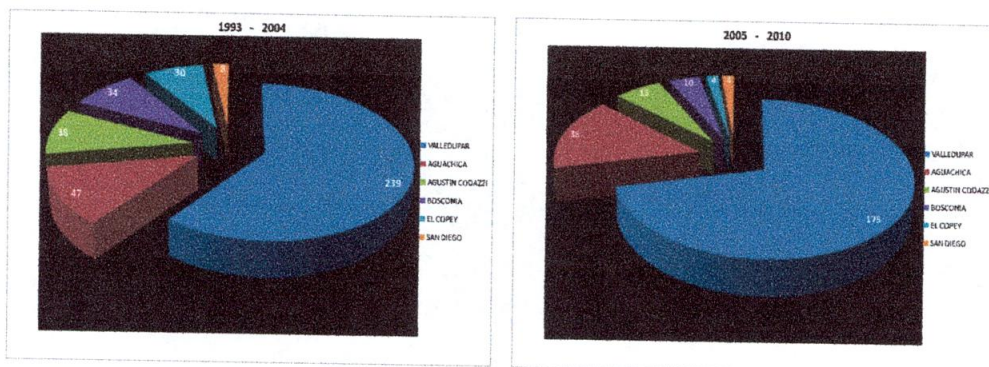
GRÁFICA 33. Tamaño de las Empresas en el Departamento del Cesar (Número de Empresas creadas por Municipio. 1970 - 1992).



Fuente: Cámara de Comercio de Valledupar – Cesar.

Se observa como del 1970 al 1984, el crecimiento de Valledupar aumenta en proporción de 89% con respecto a otros municipio, cuando la bonanza de la cosecha del algodón se encontraba liderando la economía del país, pero para los años 1985 al 1992, el Municipio detiene su crecimiento existiendo solamente un 4% de crecimiento de diferencia entre las décadas estudiadas.

GRÁFICO 34. Tamaño de las Empresas en el Departamento del Cesar (1993 – 2010).



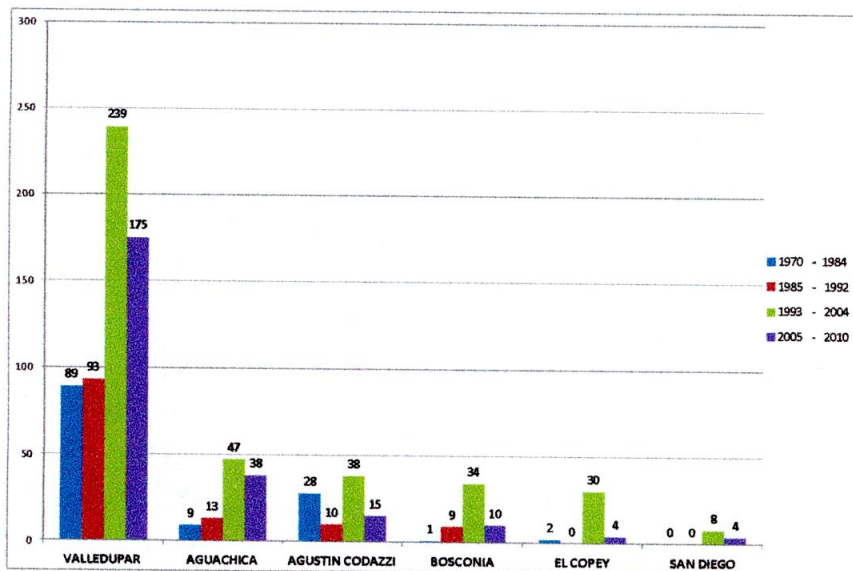
Fuente: Cámara de Comercio de Valledupar – Cesar

Al respecto, se pone en evidencia la ley 590 de 2000, la cual fue creada para promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos.

En este sentido, El Gobierno Colombiano pretendió entre los años de 1993 al 2010, que esta ley clasificará a las empresas teniendo en cuenta sus activos totales y el número de empleados. Por lo que, para la presente investigación es necesario precisar que los activos de las empresas no se encuentran integrados a la base de datos de forma homogénea, esto quiere decir que se presentan casos en los cuales una empresa fue creada en el año de 1975 y fue renovada hasta el 2004, mientras otras tuvieron su última actualización en el año 2013. Por consiguiente consideramos que no sería conveniente manipular la base de datos de la información encontrada.

Se puede entonces observar en un plano concluyente que el crecimiento del tamaño de las empresas en el Departamento del Cesar ha favorecido al Municipio de Valledupar en comparación con los otros.

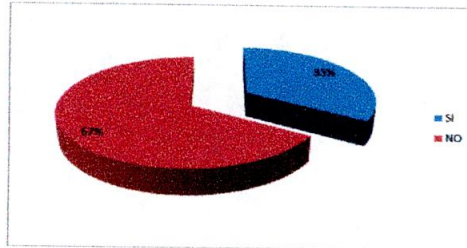
GRÁFICA 35. Tamaño de las empresas según cámara de comercio (1970 – 2010).



Fuente: Cámara de Comercio de Valledupar – Cesar.

c. Indicador: tecnología aplicada en la empresa

GRÁFICA 36. Tendencia de alta tecnología en las empresas



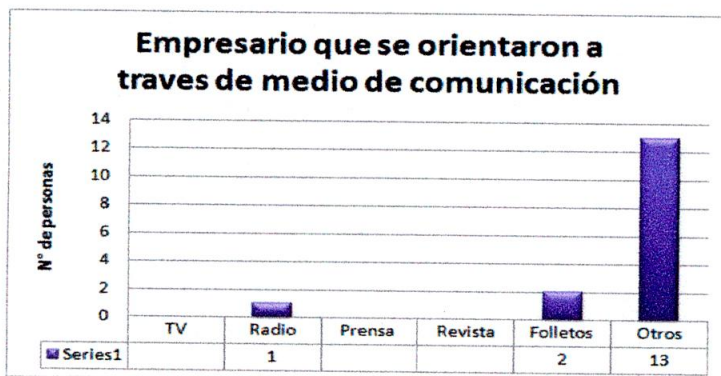
Fuente: Encuesta a empresarios del sector algodonero en el Departamento del Cesar.

El 67% considera no poseer alta tecnología en sus empresas debido a no tener la oportunidad de adquirir maquinaria de última tecnología y suficiente información e investigaciones principalmente en áreas como lo son: recuperación y aprovechamiento de suelos para el cultivo del algodón, mejoramiento de prácticas culturales, sistemas de riego eficientes (motores, bombas, tubería, entre otros). La biotecnología en el algodón (mejoramiento genético), resistencia de variedades, reservorios de agua y cable aéreo todos estos no obtenidos por su alto costo económico y algunos de difícil consecución los cuales por los altos costos, la baja del dólar y las insuficientes ayudas por parte del Estado hacen difícil su obtención.

El 33% de los empresarios considera que sus empresas tenían alta tecnología. Las dos razones expuestas más importantes son: cumplimiento de las exigencias y estándares de las empresas comercializadoras, renovación de variedades acorde con los avances científicos.

Indicador: tamaño de las empresas en el departamento del Cesar

GRÁFICA 37. Medio de Comunicación por el Cual Obtuvo Conocimiento de los Programas de Apoyo a la Creación de Empresa

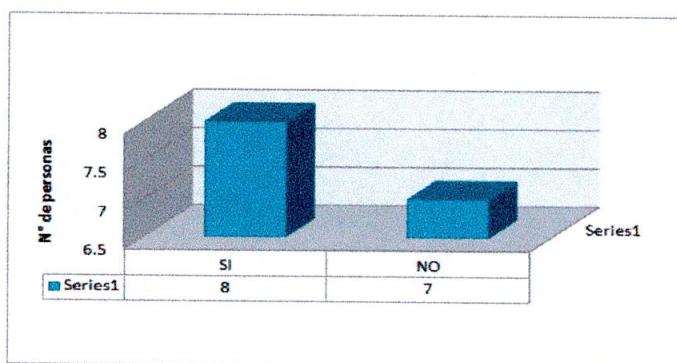


Fuente: Encuesta a empresarios del sector algodonero en el Departamento del Cesar.

El medio por el cual los empresarios obtuvieron conocimiento de los programas de apoyo a la creación de empresas; fueron, el 81% por otros (entre ellos: agricultores, amigos, familiares, agrónomos entre otros), el 13% lo hizo por medio de folletos o publicidad, y el 6% lo hizo a través de la radio.

d. Creación de otras empresas

GRÁFICA 38 Creación de Otras Empresas



Fuente: Encuesta a empresarios del sector algodonero en el Departamento del Cesar.

Con respecto a la actitud de creación de otras empresas se encuentra que el 53% si ha creado alguna diferente y el otro 47% no ha tenido este espíritu emprendedor. Estos resultados muestran una actitud dinámica pero no suficiente para el continuo desarrollo empresarial y económico de la región la cual necesita de manera inmediata fuentes de empleos legales y prósperos.

5.3 Resultados del objetivo tres

Estrategias de Desarrollo Empresarial que permita consolidar, reactivar o que en definitiva desaparezca el Cultivo del Algodón.

Con el fin de darle solución a este objetivo se presenta la incorporación del Desarrollo Sostenible dentro de la estrategia empresarial, se traduce en beneficios tangibles para la organización o empresa, al lograrse un fortalecimiento de las ventajas competitivas así como nuevas oportunidades de negocio como:

- a. Acceso a nuevos mercados
- b. Aumento en los volúmenes de ventas al demostrar que se está produciendo en forma sostenible y al aprovechar oportunidades de negocios sostenibles
- c. Ahorro en costos, pro del eco-eficiencia.
- d. Reducción de riesgos por incumplimiento de los requisitos de grupos de interés.
- e. Fortalecimiento de la capacidad de innovación y diferenciación
- f. Generación de nuevas oportunidades de negocio
- g. Lealtad de clientes
- h. Mejora de la imagen
- i. Mejora de la productividad
- j. Establecimiento de un sistema de gestión integral que incluye todas las dimensiones necesarias para dirigir una empresa (dimensión económica, ambiental y social).

Para ello, se requiere lograr una integración en la dimensión económica, ambiental y social, en el sector algodonero.

La dimensión económica: servicios, productos y capital, empleados, proveedores, inversionistas y bancos, sector público, Organizaciones No Gubernamentales-ONG – y clientes. La meta es, lograr un equilibrio entre las relaciones económicas con los diferentes entes del entorno, para aumentar la sostenibilidad de la empresa a través de la creación de valor y la generación de desarrollo económico

La dimensión ambiental con gestión ambiental, reducción de desperdicios, eficiencia en el uso de materiales, manejo adecuado de desechos y mejora en el diseño del producto para la disminución de su impacto ambiental a lo largo de todas las etapas de su ciclo de vida.

La dimensión social busca un resultado económico adecuado para los involucrados, una mejor calidad de vida de los trabajadores y de la comunidad y una disminución del impacto ambiental con el impacto social de la organización tanto a nivel interno como a nivel externo:



- Calidad de Vida laboral y bienestar de los empleados
- Contribución al bienestar de la comunidad y la sociedad en general
- Ética del negocio (Protección de derechos humanos, transparencia, integridad y justicia)
- Responsabilidad por el producto (salud y seguridad del consumidor, publicidad).

En este sentido, al nivel estratégico se integran los elementos de la empresa, sus procesos, metas y funciones. Se comprometen inversiones cuantiosas de esfuerzo y de dinero que crean capacidades, pero también rigideces. Son decisiones trascendentes y con efectos a largo plazo. De su acierto dependerá la situación de la organización en el futuro.

Porter (1982) observó, que la obtención de una ventaja competitiva duradera la clave del éxito en el mercado. Es esa ventaja la que permite conseguir unas rentabilidades mejores a través de una posición favorable en su sector. Para lograrla, distinguió tres tipos de estrategias genéricas¹: el liderazgo en costes, la diferenciación y el enfoque.

La primera intenta obtener una posición segura consiguiendo unos costes bajos que protejan la posición de la empresa. La segunda intenta ofrecer productos diferenciados y la tercera intenta ofrecer un producto a la vez diferenciado y de bajo coste al concentrarse en un nicho.

Frente a esta distinción de las estrategias se encuentra el esquema de Treacy y Wiersema (1997). Estos autores dicen que las empresas deben seleccionar entre lo que llaman tres tipos de disciplinas de creación de valor y, entonces cultivar las capacidades que las generan.

Unas empresas se centran en buscar la excelencia operacional. Ofrecen productos de una calidad razonable a un precio bajo. El énfasis de estas empresas está en la eficiencia, en mejorar sus operaciones, logística y procesos de negocio. Otras empresas optan por el liderazgo en producto. Ofrecen productos diferenciados de prestaciones avanzadas.

Para ello enfatizan la gestión de la innovación, el desarrollo de productos y la marca. La diferencia con el modelo de Porter se encuentra con la tercera disciplina, la

proximidad con el cliente. Las empresas que optan por esta sobresalen en el servicio al cliente. Conocen muy bien las preferencias de sus diferentes clientes y adaptan sus productos y servicios a sus necesidades concretas. Para ello destacan en los CRMs, en el diseño de procesos que permitan personalizar los productos y servicios, en el aseguramiento de la calidad y en una cultura de servicio notable. Por todo lo anterior se propone la formulación de la estrategia para que se desarrolle a través de una serie de fases como son:

Fases de la estrategia

- **Análisis de la situación:** Para formular la estrategia se combinan dos elementos: las reflexiones sobre la misión y visión, y un análisis interno y externo. Este análisis contempla el examen de los aspectos relevantes de la situación actual y futura, tanto interno como externo. Se acostumbra a articular utilizando el conocido esquema DAFO (Debilidades – Amenazas – Fortalezas – Oportunidades).

En el examen de las capacidades se revisan aspectos tales como el talento disponible, las relaciones con los proveedores y clientes, la estructura organizativa, los procesos y cadena de valor, los equipos e infraestructuras (activos físicos) y los intangibles (activos intelectuales como marcas, patentes, conocimientos tecnológicos,...). Al analizar los clientes se busca caracterizar sus expectativas, necesidades y problemas, sus capacidades, sus segmentos y volumen. Para ello se puede recurrir a estudios de mercado así como a fuentes secundarias que permitan ilustrar cuestiones de interés.

Respecto al sector, se intenta entender su estructura y cómo esta afecta a su potencial de rentabilidad. Para ello se utilizan herramientas como las cinco fuerzas de Porter. También se intentan conocer con profundidad las fortalezas, debilidades e intenciones de los competidores.

- **Establecimiento de los objetivos:** Una vez que se comprende la situación de partida y su posible evolución, se puede realizar un análisis de gaps entre la situación deseada y la prevista. A partir de aquí se pueden definir los objetivos a perseguir.

Los objetivos harán referencia a aspectos financieros, de mercado, de operaciones, recursos humanos, nuevos productos, etc. Estos objetivos deben estar expresados de forma concreta, cuantitativa y temporizada, de forma que se pueda evaluar el progreso hacia su consecución.

De estos, algunos serán objetivos finales, que reflejarán la creación de valor hacia clientes, accionistas y stakeholders. Pero otros serán objetivos intermedios, es decir, medios con los que conseguir los objetivos finales. Generalmente estos objetivos intermedios serán acciones para crear capacidades. De forma ideal los objetivos perseguidos deben ser pocos, aunque el número dependerá de volumen y complejidad de la organización. Si los objetivos son muchos, no se estarán realizando los prioritarios por encima de los secundarios.

- Definición de los planes de acción: Una vez definidos los objetivos, se deben establecer los programas y definir planes de acción con los que conseguirlos, disponiendo su despliegue en el tiempo.
- Programación de recursos y presupuesto: Cuando se han determinado las acciones, se pueden estimar los recursos necesarios y elaborar los presupuestos que plasmarán las asignaciones oportunas para desarrollarlas.
- Con frecuencia los presupuestos y la programación de recursos deberán ser tensados para ajustarse a los que puedan obtenerse de forma realista.

Discusión y aprobación

La estrategia, ya elaborada, debe ser debatida con intensidad por la Dirección. Toda estrategia implica una asignación de recursos. Si no provoca un debate acalorado, puede que sea un pacto diplomático que no altere el *statu quo* y que no implique elecciones reales ni conlleve medidas imaginativas. Si la dirección no debate vivamente la estrategia probablemente sea porque o no la ha entendido o porque no la ha estudiado. Y en esas circunstancias será difícil que esté suficientemente comprometida para llevarla a cabo. Por tal motivo y debido a lo planteado anteriormente, se encuentra que las empresas algodoneras para conseguir un desarrollo empresarial óptimo deberán seguir las estrategias planteadas en cada una de sus fases, analizando así el impulso que poseen con respecto al desarrollo económico de la región y el país.

Conclusiones

El departamento del Cesar mantiene la vocación de ser una región agrícola y ganadera, si ha existido un descenso paulatinamente en esto 40 años, pero siguen siendo las actividades económicas preferidas por los ciudadanos en el momento de decidir, cuál es el negocio que van a realizar. Pero sigue siendo este sector, muy importante para el desarrollo económico y social del Departamento del Cesar.

Es así como el sector comercial y servicios representan en conjunto el 66% del total de empresas presente en la región. De igual manera, es importante enfatizar en el lento desarrollo que se ha presentado en la actividad industrial, en donde solo se ubica el 2% de la economía.

Por todo lo anterior se concluye para el primer objetivo específico direccionado a caracterizar los factores y determinantes del sector algodonero en el departamento del Cesar, desde las empresas, el empresario y la dinámica del contexto, que el indicador influyente es el de las actividades económicas de las empresas, ya que interviene en el desarrollo de la región y con ello aumenta el número de empleos y emprendimiento.

De igual forma, se concluye para este primer objetivo, que esas actividades económicas vienen unidas con la forma de creación de las empresas, puesto que se encontró el 43% son personas naturales, lo cual refleja la poca visión del sector como empresarios activos los cuales en su mayoría cultivaron y exportaron el algodón de la manera tradicional sin innovar en la producción de la fibra, todavía utilizando los esquemas de décadas pasadas.

Por otro lado, se concluye para el segundo objetivo específico dirigido a evaluar el impacto del desarrollo empresarial en los municipios algodoneros del departamento del Cesar, se encontró que existió una bonanza algodonera en los años entre 1970 al 1984. De igual forma que en los años 70 aproximadamente el 40% de las hectáreas cultivadas y de la fibra de algodón producida. Al interior del departamento del Cesar, se destacó la producción de la zona de Codazzi, llamado por muchos la “mina del oro blanco”, donde en 1970 se cultivó alrededor del 14% del total de tierras destinadas al cultivo del algodón en Colombia.

Así mismo, el impacto sucede a nivel de desarrollo cuando en los últimos 20 años se encuentra que la ley 590 de 2000, favorece a la producción y al aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos, por lo que entre el 2005 y 2010, crece en Valledupar el tamaño de las empresas a 175.

De igual forma, se observó que en la década de la bonanza algodonera existió mucha informalidad de constitución de las empresas algodoneras, sin embargo el crecimiento del desarrollo económico – empresarial era en parte empírico y no por conocimientos de los empresarios acerca de la producción y alianzas con empresas que podían apoyar el proceso tecnológico que ayudaría a mejorar la productividad.

Por todo lo anterior, se concluye que si existió un impacto positivo y creciente en el desarrollo empresarial dentro de los municipios algodoneros del departamento del Cesar, lo cual fue menguando con la aparición de la corrupción, pocas alianzas de producción, del poco apoyo del estado, pocos de conocimiento en los empresarios en cuanto a los procesos de mejora de producción, entre otras.

Por último, se concluye que proponer estrategias de desarrollo empresarial que permitan consolidar, reactivar o que en definitiva desaparezca el cultivo del algodón, serviría de guía documental para la incorporación del Desarrollo Sostenible dentro de la estrategia empresarial, destacando que es imperante la participación como la vinculación entre gobierno y empresa que permitan un aumento en los volúmenes de ventas al demostrar que se está produciendo en forma sostenible, así mismo fortalecer la capacidad de innovación y diferenciación, como generar de nuevas oportunidades de negocio.

Todo lo anterior, permite concluir para el Objetivo General sobre el Análisis del desarrollo Empresarial del sector algodonero en el departamento del Cesar, 1970-2010, que el sector empresarial del algodón en él, fue en desarrollo creciente en las décadas entre los años 70 al 90, esto condujo a efectos positivos sobre la naciente economía cesareense. De igual forma, se verificó que en la década de 1980 empezó un proceso de estancamiento que puede ser visto como un retroceso institucional, que fue cubierto por las exportaciones del carbón el cual dió un efecto jalonador de la economía cesareense. Por lo que, se concluye que el desarrollo de la economía cesareense deberá apoyarse en la generación de valor agregado alrededor de su producción agrícola y pecuaria.





Recomendaciones

Es importante fortalecer la capacidad de innovación y diferenciación en los empresarios del sector algodonero con el fin de impulsar la producción. Así como el establecimiento de un sistema de gestión integral que incluye todas las dimensiones necesarias para dirigir una empresa (dimensión económica, ambiental y social).

Propiciar la búsqueda de alianzas estratégicas entre el sector algodonero y el sector gobierno para marcar leyes o normalización que permita el impulso de la producción algodonera para que exista una economía estable basada en agricultura, pecuaria y carbón, en el Cesar.

Deben abordar los factores y determinantes del desarrollo empresarial del sector algodonero en el departamento del Cesar por comisiones de especialistas que planifiquen, desarrollen y le den seguimiento y control a la ejecución de políticas de seguridad que les lleve a la buena importación y exportación del producto algodonero.



Referencias bibliográficas

- ARAMAYO, A. (2010), Diseñando la estrategia empresarial. CEGESTI, Desarrollo Integral Sostenible.
- BANCO DE LA REPÚBLICA, (2007). Guía temática de política - Apertura Económica, Biblioteca Luis Ángel Arango.
- BARNETT, H Y HENDERSON (2005) Debating Globalization, Polity Press, Editorial Cambridge.
- BERNAL, (2004) Las Economías Departamentales del Caribe Continental Colombiano,
- CASTAÑEDA C (2005), Retos y Desafíos de la Microempresa en Colombia: tres aportes conceptuales, Ed. Fpopencol y Fundación Corona, Bogotá.
- CFE (2006), Crecimiento Económico para mejorar la calidad de vida, Bogotá.
- CORPORACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA MICROEMPRESA (2007). Estadísticas de la Microempresa en Colombia, análisis comparativo 1990 - 2005, PDF, Bogotá.
- CORPOICA, (2000 a y b), Trabajo de Grado, Determinación de Zonas Óptimas para la Producción del Algodón, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.
- DE SCHUTTER, A. (1987). Método y proceso de la investigación participativa en la capacitación rural. Michoacán, México, CREFAL
- NORTH, D (1990a). Institutions, Institutional Change, and Economic Performance, Barcelona.
- NORTH, D (1991) La teoría económica neo-institucionalista y el desarrollo latinoamericano, Barcelona.
- GAMARRA, J. (2005). La Economía del Cesar después del algodón. Banco de la República. Bogotá.
- GÓMEZ R. (1981). La primera fábrica de hilados y tejidos del Socorro, en *Boletín de Historia y Antigüedades*, No. 733, Bogotá.
- HAGUARIBE, J. (1993, 94) El proyecto sudamericano, Mercosur, 1era Edición
- HEINER, R. (1983), The Origin of Prediclable Behavior, *American Economic Review*, 73(4), pp. 560-595.
- HERNÁNDEZ, R.; FERNÁNDEZ, C. Y BAPTISTA, P. (2006). Metodología de la investigación (4 ed.). México: McGraw Hill Interamericana.
- KALMANOVITZ (2001), Recesión y Recuperación de la economía Colombiana, Bogotá. Banco de la República.

- KLAUER, S.A. (2009), *Globalización y Crisis Económica Mundial*, LibrosenRed, Bogotá
- LERMA, H. (2004). *Metodología de la investigación* (3 ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- PÉREZ, J. (2000) Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. *CULTIVOS I. Cereales – leguminosas y oleaginosas*. Editorial Unad. Primera Edición.
- PORTER, M. (1982). *Estrategia Competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. CECSA.
- ROCA, M (2009) “*Kemmerer en Colombia*”. Informe Especial. Colombia: Banco de la República de Colombia
- SABINO, C., (2007), *El proceso de investigación*. Editorial Panapo. Caracas, Venezuela.
- SCHUMPETER (1996) *Economics of Innovation and the Development of Capitalism*
- SCHUMPETER, J. (1996). *Análisis del cambio económico. Ensayos sobre el ciclo económico*. Ed. Fondo de cultura económica, México.
- SCHNEIDER Y ENSTE (2000), *Economía de las unidades productivas que no se registran ante las autoridades por evasión o elusión*.
- TREACY, M. Y WIERSEMA, A. (1997) *The Discipline of Market Leaders: Choose Your Customers, Narrow Your Focus, Dominate Your Market*. Basic Books.
- Tamayo, M. (2004). *El proceso de la investigación científica* (4 ed.). México: EditorialL limusa.
- UAYEK, F. (1960), *The Constitution of Liberty*, Chicago, University of Chicago Press.
- UMAÑA, C. (2005), *El impacto sobre la producción nacional de algodón de la producción del Valle y la balanza comercial del sector Colombiano*, Editorial Bogotá.
- VIVA, COLOMBIA (2000). «Economía de Colombia» (en español). *La república: por el sendero de la prosperidad*. Colombia: Casa Editorial El Tiempo. pp. 122.
- WALLIS, J., y NORTH, D. (1986), "Measuring the Transaction Sector in the American Economy", Stanley L. Engerman y Robert E. Gallman (comps.), *Long-Term Factors in American Economic Growth*, Chicago, University of Chicago Press, pp. 95-148.
- ZAPATA, B. (2005) *Empresas Comerciales del Municipio de Valledupar (1950- 1980)*, Observatorio del Caribe Colombiano, pg. 105