

¿PUEDEN SOBREVIVIR PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS SIN SER
ESTRATÉGICAS Y COMPETITIVAS EN SANTA MARTA?



WILMER HERNANDO RODRÍGUEZ MACIAS
LUIS MIGUEL GRANADOS DIAZ GRANADOS

UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y COMERCIO
INTERNACIONAL
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTA MARTA
2020

¿PUEDEN SOBREVIVIR PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS SIN SER
ESTRATÉGICAS Y COMPETITIVAS EN SANTA MARTA?



WILMER HERNANDO RODRÍGUEZ MACIAS
LUIS MIGUEL GRANADOS DIAZ GRANADOS

Análisis Sistemático de Literatura Como Modalidad de Grado para Optar El Titulo
de Administrador De Empresas

Asesor
JOSÉ LUIS ROSENSTIEHL MARTÍNEZ

UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y COMERCIO
INTERNACIONAL
SANTA MARTA
2020



Nota de aceptación

Asesor

Evaluador

Evaluador

Santa Marta, diciembre 11 de 2020

DEDICATORIAS

Dedico este trabajo principalmente a Dios, a mi familia y a todas las personas que estuvieron apoyándome en mi proceso universitario que sinceramente anhelaban verme en estas instancias donde seré un profesional competente e innovador.

A mis padres por el cariño y el apoyo que siempre me han brindado por ser ese motivo especial para demostrar todas mis habilidades en mi proceso como estudiante no olvidando que todo lo que soy se lo debo a ellos y no me arrepiento de nada esto siempre va a ser un logro de los tres porque somos una familia encaminada hacia el éxito. Esto es por ustedes y para ustedes.

WILMER HERNANDO RODRÍGUEZ MACIAS

Dedico este trabajo con mucho cariño a mis padres por su amor, pero sobre todo por su sacrificio en este proceso que me ayudo a formarme y salir adelante lleno de aprendizajes en mi carrera como profesional, gracias por enseñarme a luchar por un sueño y a tener un propósito en mi vida.

LUIS MIGUEL GRANADOS DIAZ GRANADOS

AGRADECIMIENTOS

Principalmente, agradecemos a Dios por bendecirnos, guiarnos y ser el apoyo en aquellos momentos de dificultad en donde nos hemos visto angustiados por los problemas que se presentan en el camino, por no desampararnos en los momentos donde sentíamos que íbamos a darnos por vencidos, pero con su ayuda se logró salir adelante.

A nuestros padres por su esfuerzo, empeño, amor, demostrándonos que con constancia y dedicación todo se puede lograr sin importar las adversidades que se presenten en el camino.

Al profesor José Luis Rosenstiehl Martínez por ser un apoyo en nuestro proceso sin olvidar a los demás docentes que también hicieron parte de este, los cuales fueron esenciales para poder adquirir sus experiencias y conocimientos amplios que a lo largo del tiempo nos formaron como unos profesionales competentes e innovadores teniendo en cuenta una serie de valores aprendidos en la academia.

Finalmente, a todas aquellas personas que estuvieron acompañándonos en el proceso ofreciéndonos su conocimiento y tiempo.

Muchas Gracias.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN	10
ABSTRACT	11
0. INTRODUCCIÓN.....	12
1. DEFINICION DEL TEMA O SITUACIÓN A TRATAR	14
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
2. JUSTIFICACIÓN.....	32
3. OBJETIVOS.....	34
3.1. OBJETIVO GENERAL	34
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	34
4. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	35
4.1 DELIMITACIÓN TEMÁTICA	35
4.2 DELIMITACIÓN ESPACIAL	35
4.3 DELIMITACIÓN TEMPORAL.....	35
5. METODOLOGÍA.....	36
6. RESULTADOS DE LA REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	39
6.1 ANTECEDENTES	39
6.2 BASES TEÓRICAS.....	42
6.2.1 ¿Qué es Estrategia?	42
6.2.2 ¿Qué es Competitividad?	44
6.2.3 Desarrollo Económico	45
7. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN	49
7.1. DE QUÈ MANERA ESTAN TRABAJANDO LAS PYMES EN MEJORAR SUS FACTORES ESTRATEGICOS.	49
7.2. SITUACION DE LA COMPETITIVIDAD EN LAS PYMES DE SANTA MARTA.	52

7.3. PROPUESTA DE ESTRATEGIAS PARA AUMENTAR LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN SANTA MARTA.	54
8. CONCLUSIONES	58
9. RECOMENDACIONES.....	60
10. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	61

LISTADO DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Tamaño del sector de las PYMES y el producto interno bruto percapita	16
Figura 2. Distrubucion de las empresas según tamaño, 2016	20
Figura 3. Distribución de las empresas en empleo, 2016.....	21
Figura 4. Millones de pymes y trabajadores independientes en países Seleccionados de América Latina.....	23
Figura 5. Porcentaje de empresas pymes en Colombia.....	24
Figura 6. Distribución de numero pymes 2010.....	29
Figura 7. Factores Estratégicos de éxito en las empresas de Santa Marta.....	51
Figura 8. Competitividad global de empresas por tamaño en la costa caribe -Santa Marta.....	54

LISTADO DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Cifras sobre el porcentaje que representan las pymes en las economías de varios países.....	17
Tabla 2. Aporte a la generación de empleo por países (A nivel Global).....	18

RESUMEN

La intención del presente trabajo es analizar si las pequeñas y medianas empresas pueden sobrevivir sin ser estratégicas y competitivas en Santa Marta, se sabe que sobrevivir por mucho tiempo no será fácil; esto obliga a los emprendedores a implementar una gestión que apoyen los procedimientos en la organización permitiendo buscar soluciones sostenibles. Como apoyo de lo anterior, se indagaron conceptos de distintos autores sobre los temas identificados y las variables descritas como lo son Mintzberg y Quinn, (1995), Bonn y Fisher, (2011), Koontz & O'Donnell, (2013), Robbins & Coulter, (2013), Castillo y Cortellese, (1998), Quiñonez, Velazques y Hernández, (2011), Ferrer y Tresierra, (2009) entre otros autores. El tipo de investigación es documental, con un diseño no experimental y transaccional o transversal, como también los instrumentos de recolección de la información fueron las fichas bibliográficas. Como resultado se obtuvo que el alto nivel de emprendedores fracasa y no establecen estrategias competitivas que le ayuden a sobrevivir en el mercado los primeros años, se da a entender que es complicado alcanzar esa estabilidad sabiendo que una buena estrategia diferencial es una de las armas que las pymes pueden utilizar frente a las organizaciones globales. Se concluye que en efecto se debe tener en cuenta la participación de las pequeñas y medianas empresas donde logran tener fuertes barreras para su competitividad. Se recomendó a las pequeñas y medianas empresas que implementen de manera adecuada las estrategias competitivas que les permita obtener una buena sostenibilidad y un buen crecimiento económico en un mercado que se encuentra saturado por la alta demanda de competidores.

Palabras clave. Estrategia, Competitividad, Pymes, Sostenibilidad.

ABSTRACT

The intention of the present work is to analyze if the small and medium companies can survive without being strategic and competitive in Santa Marta, it is known that to survive for a long time will not be easy; this forces the entrepreneurs to implement a management that supports the procedures in the organization allowing to look for sustainable solutions. To support the above, concepts from different authors were investigated on the topics identified and the variables described such as Mintzberg and Quinn, (1995), Bonn and Fisher, (2011), Koontz & O'Donnell, (2013), Robbins & Coulter, (2013), Castillo and Cortellese, (1998), Quiñonez, Velazques and Hernandez, (2011), Ferrer and Tresierra, (2009) among other authors. The type of research is documentary, with a non-experimental and transactional or cross-sectional design, as well as the instruments for collecting the information were the bibliographic files. As a result, it was found that the high level of entrepreneurs fail and do not establish competitive strategies to help them survive in the market during the first years. It is implied that it is complicated to achieve this stability knowing that a good differential strategy is one of the weapons that SMEs can use against global organizations. It is concluded that the participation of small and medium enterprises should be taken into account where they manage to have strong barriers to their competitiveness. It was recommended that small and medium enterprises adequately implement competitive strategies that will allow them to obtain good sustainability and economic growth in a market that is saturated by high demand from competitors.

Keywords. Strategy, Competitiveness, SMEs, Sustainability.

0. INTRODUCCIÓN

Las pymes en la actualidad han tenido muchas dificultades frente a los problemas que se vienen presentando en las organizaciones, Para lograr afrontar esta necesidad deben buscar soluciones, con el fin de cumplir de manera exitosa los objetivos planteados por las mismas, alcanzando así la efectividad y la eficiencia de los procesos internos y externos, dando un buen desempeño a la hora de la implementación de factores estratégicos y competitivos.

Se sabe que si en las pymes se establece una buena gestión en los factores estratégicos y competitivos es posible lograr el éxito, no olvidando que los emprendedores racionalizan los recursos necesarios como los tecnológicos, financieros, económicos, entre otros. Dándonos a entender la importancia que tienen en el mundo; además hacen ver a sus emprendedores la necesidad de adquirir todo tipo de conocimientos necesarios para la comprensión de los conceptos que ayudaran a fortalecer ese musculo estratégico y competitivo.

En este sentido el presente trabajo tiene como objetivo analizar si la las empresas (pymes) pueden sobrevivir sin ser estratégicas y competitivas y para el desarrollo del mismo se utilizó el tipo de investigación documental enmarcado en la línea de investigación estrategia y competitividad de la Facultad de Ciencias Administrativas Contables y Comercio Internacional.

Cabe recalcar, que el trabajo fue realizado bajo ciertos parámetros donde se encontraran varios capítulos desde su planteamiento del problema con su respetiva justificación, así como los aspectos metodológicos, los resultados de la revisión realizada, el análisis y discusión y por ultimo las conclusiones y recomendaciones; dentro de los principales logros, se describió la manera de cómo pueden sobrevivir pequeñas y medianas empresas sin ser estratégicas y competitivas en santa marta, lo cual va a tener un impacto positivo si las pymes logran por medio de la

implementación de buenas estrategias competitivas generar un desarrollo económico.

1. DEFINICION DEL TEMA O SITUACIÓN A TRATAR

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las pymes a nivel mundial de acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas (ONU) estas son “responsables de una generación de empleo e ingresos importantes” y son un factor clave en la reducción de la pobreza y el fomento del desarrollo. También son las encargadas de emplear a “una gran proporción de trabajadores pertenecientes a los sectores más vulnerables de la sociedad”, como mujeres, jóvenes y personas de hogares desfavorecidos. EFE (2018).

Según esta organización, el acceso a la financiación es el principal problema al que deben hacer frente, y que, lo cual les afecta de manera “desproporcionada”. Los datos que este ente maneja del Banco Mundial sostienen que, entre 200 y 245 millones de empresas, de las cuales el 90% son pymes, “no tienen acceso a los préstamos o descubiertos bancarios que necesitan, o no disponen de financiación, pero aun así el acceso es complicado”.

Las posibilidades que generan, económicas y de otros tipos, pueden ser la respuesta a las necesidades sociales de muchas personas y servir de base para la inclusión”, según la ONU. A pesar de su aportación al desarrollo mundial, las pymes tienen que hacer frente a muchas dificultades en su funcionamiento diario y crecimiento. La ONU ha calculado que “un 74% de las Pymes de todo el mundo funcionan en el sector informal de la economía”, una cifra que asciende al 77% en los países en desarrollo. “Los negocios informales se apoyan en financiación informal, que, si bien facilita el acceso a fondos, enlentece el crecimiento y aumenta la ilegalidad de la empresa “, EFE (2018).

Es decir, que si siendo poco apoyadas las Pymes son las responsables de la gran parte de los empleos e ingresos en el mundo ¿Cómo sería si hoy en día se pudiera

darle un apoyo mayor y una mayor atención? a empresas como esta, sacándolas de la informalidad y ayudándolas a crecer como organización.

Al revisar las distintas fuentes sobre la categorización de las empresas, según el Laboratorio de Análisis Económico y Social (2017) se observa que no existe un criterio único, sin embargo, el criterio aplicado por la mayoría de los continentes que conforman este estudio es el del número de personas ocupadas.

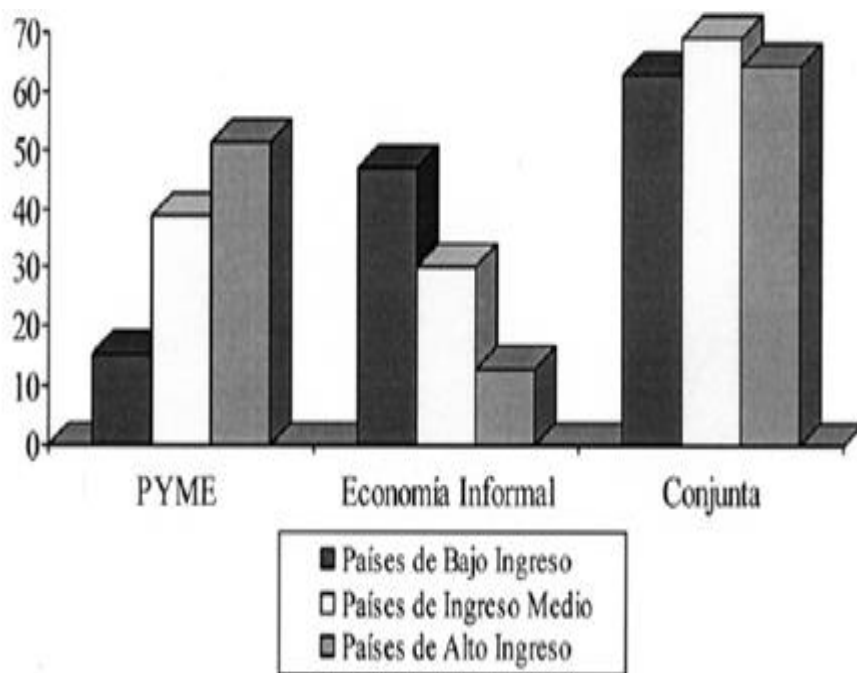
Lo anterior se debe a la facilidad de acceder a este dato y de este modo tener un parámetro accesible de clasificación. El segundo lugar lo ocupa el criterio del monto de las ventas realizadas por las empresas; es correcto este parámetro, dado que es un instrumento válido para dimensionar a una empresa. Finalmente, el criterio de los activos.

Es muy importante enfatizar que, a pesar de utilizar un mismo criterio para clasificar a las empresas, existen muchas diferencias en su aplicación. Cada país define a las Pymes utilizando pautas esencialmente cuantitativas que, si bien tiene ciertas características similares, también tiene diferencias significativas. Incluso en algunos casos, no hay consenso dentro del mismo país.

En la figura 1 se aprecia una relación positiva estadísticamente significativa entre el tamaño del sector de las Pymes y el Producto interno bruto (PIB) per cápita. Según sus datos, las Pymes representarían 17.56% del empleo total y 15.56% del PIB en las economías de bajo ingreso, frente a 57.24% del empleo y a 51.45% del PIB en las economías de alto ingreso.

Así mismo se observa que el tamaño del sector informal se encuentra correlacionado negativamente con el PIB per cápita, de modo que, conforme el nivel de ingreso se eleva, se produce un desplazamiento de la economía informal al sector de las PYME.

Figura 1. Tamaño del sector de las PYME y el Producto interno bruto (PIB) percapita.



Fuente: Ayyagari, Beck y Demirguc Kunt (2003)

Así pues, la contribución conjunta de éstas y del sector informal se mantendría aproximadamente constante, en los distintos grupos de ingreso, en torno a 65 y 70% del PIB, según sus estimaciones.

En la tabla 1 podemos observar que las pymes en estos países son el porcentaje más representativo en su economía, encabezando España la lista con un 94% en microempresa, 7,5% en pequeñas y 1,2% en las medianas empresas y así sucesivamente los demás países, además se ve el reflejo del pequeño porcentaje de las grandes empresas, logrando así tener una exactitud en la información de la tabla.

Tabla 1. Cifras sobre el porcentaje que representan las pymes en las economías de varios países.

País	Microempresas	Pequeñas empresas	Medianas empresas	Grandes empresas
España ¹	94%	7,5%	1,2%	0,35%
Colombia ²	88,4%	4,5%	1,16%	0,36%
México ³	99,8%			0,2%
China	95,6 %			4,04%
Bélgica ⁴	93.7%	6.2%		0.1
Alemania ⁴	82.0%	17.5%		0.4%
Reino Unido ⁴	89.7%	10.0%		0.3%
Francia ⁴	94.7%	5.1%		0.1%
Italia ⁴	95.0%	4.9%		0.1%

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) 2015

Siguiendo con la tabla 2, se puede observar el importante aporte que generan las Pymes a nivel global en diferentes países, mostrando como son responsables del gran porcentaje en la generación de empleo.

Tabla 2. Aporte a la generación de empleo por países (A nivel Global).

País	Empleo		
	<i>microempresas</i>	<i>pymes</i>	<i>grandes</i>
Argentina	11.5	39.6	48.9
Brasil	13.7	28.3	58
Chile	44.1	30.9	25
Colombia	50.6	30.3	19.1
Ecuador	47.3	29.8	22.9
El Salvador	37.8	27.7	34.6
México	45.7	23.6	30.8
Perú	48.5	19.2	32.4
Uruguay	24.1	43.1	32.8
UE (25)	31.5	38.3	30.2
Alemania	19.5	44.0	36.5
Bélgica	34.8	38.4	26.8
España	41.5	35.1	23.4
Francia	31.8	35.1	33.1
Italia	48.5	33.4	18.1
Rep. Checa	32.8	37.6	29.6
Reino Unido	19.8	37.0	43.2

Fuente: CEPAL. 2015

Para el caso de América Latina las Pymes tienen medidas diferentes en cada país debido a las decisiones pertinentes que maneja cada nación pero las diferencias no son muchas porque están orientadas a una misma finalidad y clasificación, las Pymes deben ser vistas como medios para impulsar lo estratégico, competitivo y productivo, Es importante saber lo esencial que son las pequeñas y mediana empresas en Latinoamérica por la manera dinamizadora de sobrevivir en una economía inestable y con barreras muy fuertes por la carencia de apoyo.

De tal sentido, un difícil panorama fue presentado por la (CEPAL 2015), en su último estudio económico de América Latina y el Caribe, del cual se resalta que la proyección de crecimiento económico de América Latina será tan solo del 0,5% para

el 2015. Lo anterior debido a factores externos como el lento crecimiento de la economía mundial, la crisis de mercados como el de China, incertidumbre ante la volatilidad de los mercados financieros, disminución de la demanda externa y factores internos asociados con la disminución de la inversión y la desaceleración del consumo.

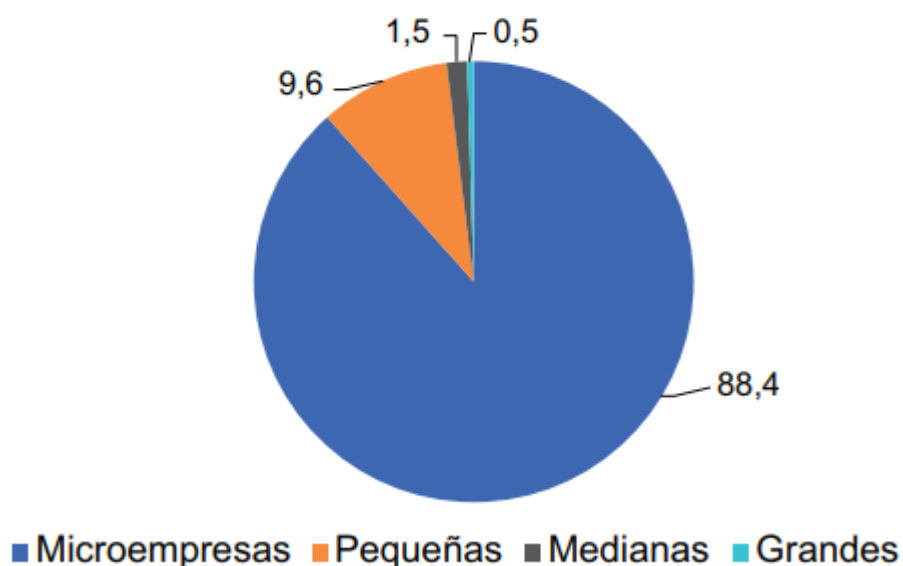
Así mismo, este organismo anuncia un impacto negativo para el empleo, donde las cifras de desocupación pueden pasar del 6% en el año 2014 a 6,5% en el 2015. Las anteriores situaciones afectan en forma directa a las Pymes, teniendo en cuenta la participación que tienen en el mercado. Aquí es donde deben entrar a operar las diferentes políticas económicas de los gobiernos, las cuales deben estar dirigidas hacia la estimulación de la inversión, del empleo, fácil acceso a la financiación, pero desafortunadamente muchas de estas políticas se traducen en cargas impositivas que terminan afectando a las Pymes.

Esto quiere decir que las Pymes siempre van a tener muchas dificultades a la hora de ser sostenibles y su crecimiento no va a ser acelerado, se debe tener en cuenta que no se está apoyando de la manera más pertinente a los empresarios que deciden afrontar todas estas barreras y dificultades, además los gobiernos no ayudan de la mejor manera y su financiación para subsistir por varios años es muy mala, lastimosamente las pymes no cuentan con una participación más activa en los mercados internacionales pero esto implicaría drásticamente un cambio en su estructura buscando poder operar a esa magnitud.

En la figura 2 se observa el análisis que se efectuó para determinar la clasificación de la distribución de las PYMES según tamaño, Considerando la economía formal, las Pymes representan el 99,5% de las empresas de la región y la gran mayoría son microempresas (88,4% del total). Esta distribución se ha mantenido relativamente estable a lo largo de la última década, aunque ha habido un incremento relativo de las pequeñas y medianas empresas y una ligera reducción de las microempresas.

Figura 2. América Latina: distribución de las empresas según tamaño, 2016 (En porcentajes)

distribución de las empresas según tamaño, 2016

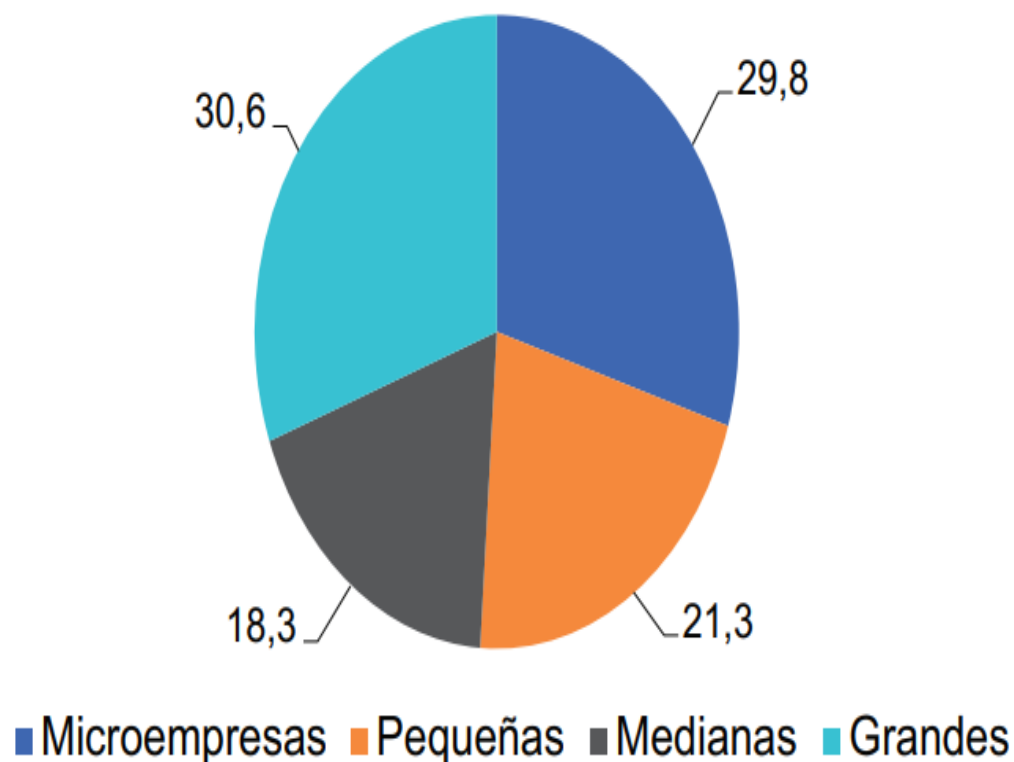


Fuente: CEPAL (2011)

Así mismo, la gráfica 2 muestra que el 88,4 % son microempresas dando a entender que son las más constituidas en América latina, con un 9,6 % las pequeñas abarcando una buena participación, con un 1,5 % las medianas que llevan un buen periodo luchando por su estabilidad y el 0,5% las grandes empresas que ya lideran el mercado latinoamericano y se hace más difícil estar a ese estatus.

Según la Corporación Financiera Internacional (2009, p.10). “Las pequeñas y medianas empresas, Deben cumplir con al menos dos características: “Las pequeñas empresas entre 11 y 50 empleados, activos y ventas anuales superiores a 100.000 dólares e inferiores a 3 millones de dólares anuales. Por su parte, las medianas empresas deben tener entre 51 y 300 empleados y activos y volúmenes de ventas anuales entre 3 millones y 15 millones de dólares”

Figura 3. América Latina: distribución de las empresas en empleo, 2016 (En porcentajes)



Fuente: CEPAL (2011)

En la figura 3 se puede apreciar que las microempresas están generando un 29,8 % de empleo en Latinoamérica, las pequeñas generan un 21,3%, las medianas un 18,3% y las empresas grandes con la mayor totalidad de generación de empleo con un 30,6 %, datos importantes y relevantes para todos los países latinoamericanos.

Sim embargo las Pymes evolucionan rápidamente y tienen una participación activa en todos los mercados de Latinoamérica y el mundo entero.

América Latina padece crónicamente de baja productividad, lo cual se refleja aún más entre las Pymes. La empresa consultora McKinsey informa que casi el 50% de las horas laborales se puede automatizar invirtiendo en nuevas tecnologías. Un

informe de la CEPAL (2011) reveló que la productividad de las Pymes en América Latina alcanza el 40% de las grandes empresas, en comparación con el 70% obtenido por las PYMES en países de la OCDE (Organización para la Cooperación y el desarrollo económico). Claramente, las condiciones están dadas para impulsar la productividad de las Pequeñas y medianas empresas en América Latina, un paso fundamental para mejorar el crecimiento económico general en la región.

Pymes = Pequeñas y Medianas Empresas que emplean entre 1 a 200 trabajadores.
TI= Trabajadores Independientes, Empresarios individuales Trabajadores autónomos y FreeLancer. Las cifras se expresan en millones. Fuentes: Banco Mundial y estimaciones locales.

Figura 4. Millones de PYMES y Trabajadores Independientes en Países Seleccionados de América Latina



Fuente: Americas Market Intelligence, Nubox, y Colppy (s.f.)

En la figura 4 se detallan unos países seleccionados de América Latina en porcentajes de millones de pymes y trabajadores independientes, encabezando la lista México con 5,0 millones en pymes y 13,7 millones de trabajadores

independientes, Colombia con 1,4 millones en pymes y 3,5 millones de trabajadores independientes, Perú con 2,1 millones en pymes y 6,5 millones de trabajadores independientes, Chile con 1,1 millones en pymes y 1,8 millones de trabajadores independientes y Argentina con 2,2 millones en pymes y 2,7 millones de trabajadores independientes.

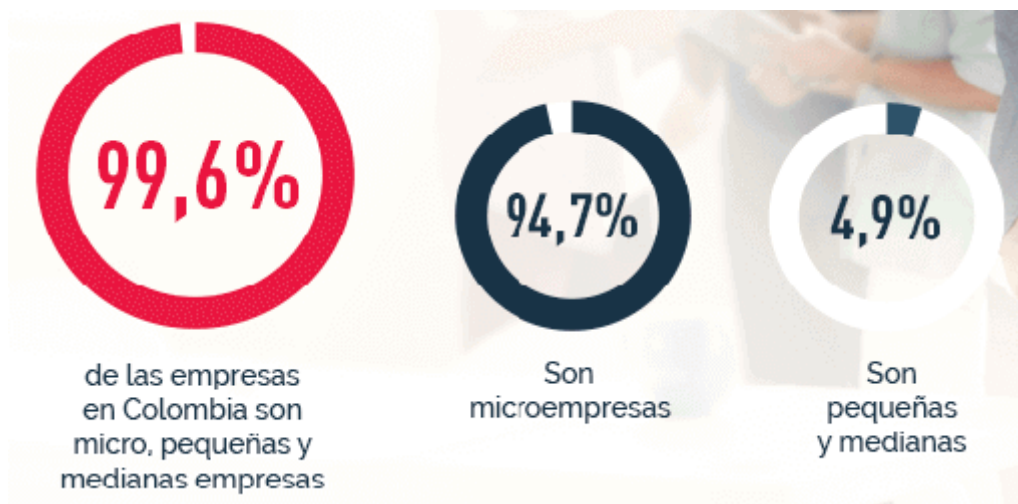
Según el Banco de Desarrollo de América Latina (2018), La informalidad es también un elemento que limita el afianzamiento de este tipo de empresas en América Latina. Según los expertos, para que la formalización sea atractiva es necesario facilitarles y disminuir los costos de los procesos burocráticos y, al mismo tiempo, crear incentivos, como podrían ser simplificar los trámites, reducir las tasas impositivas, crear más programas de apoyo a su desarrollo y financiamiento, o programas de compras del estado dirigidas a la pyme. Estas medidas deberían contribuir a que las pymes de la región se conviertan en una fuente de creación de empleo y en un motor económico de las economías nacionales. Y esto, dado el actual clima de desaceleración que vive América Latina, amerita esfuerzos por parte de todos los actores involucrados, desde las propias Pequeñas y medianas empresas hasta los gobiernos.

Así mismo, se evidencia una pésima participación de los países (Gobierno) con respecto a la ayuda de la informalidad de América latina si se logra formalizar en un gran porcentaje la informalidad contribuirán demasiado a la creación de empleo y aumentaría mucho la competitividad de estas, invertirían más en estrategias que ayuden a masificar el desarrollo investigativo e innovador.

En el caso de Colombia a pesar de que las micro, pequeñas y medianas empresas no superan los 50 o 200 empleados, si las uniéramos podríamos crear la compañía con más empleados en Colombia.

En la figura 5. Se puede apreciar que el 99,6% de las empresas en Colombia son micro, pequeñas y medianas, de las cuales el 94,7% de ese 99,6% son microempresas y el 4,9% del 99,6% restantes son pequeñas y medianas empresas.

Figura 5. Porcentaje de empresas pymes en Colombia



Fuente: Portal de contenido y herramientas gratuitas para pymes (2018)

Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) fueron legalmente reconocidos en Colombia desde el año 2000. Desde entonces, su desarrollo y crecimiento ha aumentado gracias a este estatus legal. Su crecimiento al día de hoy ha sido tan fructuoso que, según información del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - MinCIT (2016), este tipo de empresas de menor tamaño representan 90% del total de las empresas del país, y no sólo eso, sino que crean 80% de los empleos nacionales y generan 50% del Producto Interno Bruto.

Por su parte, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha revelado que se han registrado 2.518.120 Pequeñas y medianas empresas a las Cámaras de Comercio. Este total se puede dividir en 39.9% de sociedades o personas jurídicas y 60.1% de personas naturales. Todos estos datos revelan algo innegable: las Pequeñas y medianas empresas llegaron para quedarse y son fundamentales para que la economía colombiana crezca aún más. Su auge es tan grande que datos revelados

por la Cámara de Comercio de Bogotá apuntan que en la capital se crea una nueva empresa cada tres minutos.

Según datos revelados por la empresa IARA (Intenciones, Acciones, Resultados y Aprendizaje) Consulting Group (2019), El 70% de las Pequeñas y medianas empresas colombianas fracasan en los primeros cinco años, dado que los emprendedores que las fundan no suelen tener suficientes conocimientos para determinar y mejorar el desempeño de sus empresas.

El país está tratando de impulsar una ley que las proteja al establecer un plazo de pago para que las empresas de mayor tamaño paguen las facturas que tienen pendientes con las Pequeñas y medianas empresas en plazos menores. Dichos plazos suelen ser de 120 días, o incluso más, lo cual pone en peligro a las Pequeñas y medianas empresas. La ley mencionada busca acortar el plazo a solo 30 días.

Las Pymes son parte fundamental de la economía en la Colombia moderna que estamos consolidando, por el peso que tienen en la generación de empleo y por lo que representan en términos del PIB, de allí que fortalecer su competitividad con la Política de Desarrollo Productivo les permitirá crecer por medio de la internacionalización», afirmó la ministra de Comercio, María Claudia Lacouture.

La capacidad de adaptabilidad de las Pequeñas y medianas empresas gracias a su estructura de menor tamaño, la posibilidad que tienen de adaptarse y especializarse en nichos de mercado muy variados (en los cuales las empresas grandes no suelen enfocarse), y la atención más directa y humana que ofrecen, son ventajas que les permiten crecer y ser tan importantes para la economía. (C. Villalobos; 2019)

Sin la ayuda del Gobierno, estas empresas tendrían más dificultades de las que ya tienen para crecer orgánicamente, y sin este crecimiento, la economía colombiana también se vería afectada. Es por ello que hay que apoyar a las Pequeñas y medianas empresas del país, seguir creando muchas más de ellas y asegurarnos de que los desafíos que enfrentan sean cada vez menos.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2020) “creó la agencia de emprendimiento e innovación del Gobierno Nacional Colombia, una iniciativa que gestiona los diferentes programas de apoyo para las MiPymes y diseña convocatorias para otorgar recursos a los empresarios y los emprendedores que desean crecer. Entre los programas que ejecuta la agencia de emprendimiento e innovación del Gobierno Nacional está Aldea, diseñado para apoyar el crecimiento, brindando acceso a capacitación, mentoría y redes de negocios, entre otros. Otra iniciativa en la que se benefician las MiPymes es el Programa de Transformación Productiva -PTP-el programa Más Productiva y MiPymes digital, que lidera el Ministerio de las TIC.”

Por otra parte, las MiPymes son el foco de los programas de fortalecimiento y desarrollo empresarial que adelantan las diferentes cámaras de comercio del país. En ellos, los micros, pequeños y medianos empresarios pueden también acceder a convocatorias para implementar sistemas de innovación, mejorar su productividad, y acceder a varios procesos. (Bancolombia; 2020)

Se puede decir a primera vista que las empresas pequeñas y medianas tienen ciertas complicaciones a la hora de estructurar, ya que muchas de estas se encuentran limitadas en diferentes aspectos, como por ejemplo poco capital, falta de un plan de mercadeo, falta de dirección administrativa y resistencia a los cambios de mercado. Y realizar estrategias donde se pueda buscar soluciones optimas a ese auge difícil donde las organizaciones no atacan competitivamente, sabemos lo difícil que es mantener en una empresa.

En Santa Marta, las Pymes (Pequeñas y medianas) constituyen la principal fuente de empleo y son una parte fundamental del sistema económico, según los últimos estudios del DANE sobre el desarrollo empresarial a nivel nacional, el 80% de la fuerza laboral del país está concentrada en este tipo de compañías. (El Espectador 2018)

Según Felipe Torres Ex presidente del programa de transformación productiva “El país necesita más empresas con cultura de la productividad: que planeen, definan indicadores, midan sus procesos, aumenten la calidad, reduzcan sus costos y optimicen los recursos para tener una oferta más competitiva en el mercado local e internacional” (Revista EJE21 2018)

Tocando el mismo tema se observa que los resultados son muy preocupantes debido a un mal uso en las estructuras financieras de estas pymes, Además es fundamental que las empresas sepan adaptarse al mercado razón por la cual suelen fracasar nuevos emprendimientos, La idea es que no se estén cometiendo estos errores que pueden perjudicar severamente la estructura general de la organización.

Los estudios afirman que nueve (9) de cada diez (10) empresas son pymes, esto da entender que dependiendo del tamaño del emprendimiento es directamente proporcional su posibilidad de sobrevivir por lo cual podemos decir que las pequeñas y medianas empresas tienen menos posibilidades de mantenerse o sobrevivir a comparación de empresas a gran escala debido a que los riesgos son muy altos y probablemente no cuentan con un apoyo o musculo financiero que una empresa multinacional no puede tener. (CEPAL; 2019)

Lo anterior conlleva a que las pymes de Santa Marta no sean estratégicas ni competitivas lo que las lleva a que su ciclo de vida sea cortó y muchas desaparezcan Rápidamente.

Ahora bien, En Santa Marta se manejan muchos rumores e hipótesis las cuales son muy ciertas empezando por el bajo nivel de tecnificación en las Pymes donde se establece que para ser una empresa consolidada debe trabajar duro durante (3) años en implementar buenas estrategias para ser competitiva y mantenerse en ese periodo de lucha, por otra parte no se debe olvidar las implementación necesaria de la publicidad y de un buen estudio de mercado buscando que las pequeñas y medianas empresas puedan sostenerse en el mercado.

Una solución que se puede plantear es el emprendimiento el cual es estimulado de gran manera desde diferentes instituciones: Alcaldía, Cámara de Comercio, Universidades, entre otras. Aunque en la ciudad se esté incentivando los sectores de manera importante, no se está haciendo el debido seguimiento al proceso y se abandona en el momento en que las personas más lo necesitan y requieren entrar al mercado empresarial. Ya que no hay información que guíe a los interesados acerca del estado del sector empresarial y las condiciones que este presenta.

Es así que según el modelo de Lussier y Halabi (como se cita en Carrero, 2013), para la predicción de éxito o fracaso de las empresas, se localizan las variables independientes divididas en tres grupos: en el primero, se encuentran las características del empresario: la edad, los padres, la educación, el origen étnico, las experiencias previas y las habilidades para el mercadeo; en el segundo grupo se destacan las características de la PYME, como lo son: el capital, el manejo de la información financiera, los recursos humanos, el ciclo de vida del producto, la planificación, los asesores y los socios; en el tercero, se ubica el entorno de la empresa, para lo cual se debe tener en cuenta el ciclo de su vida.

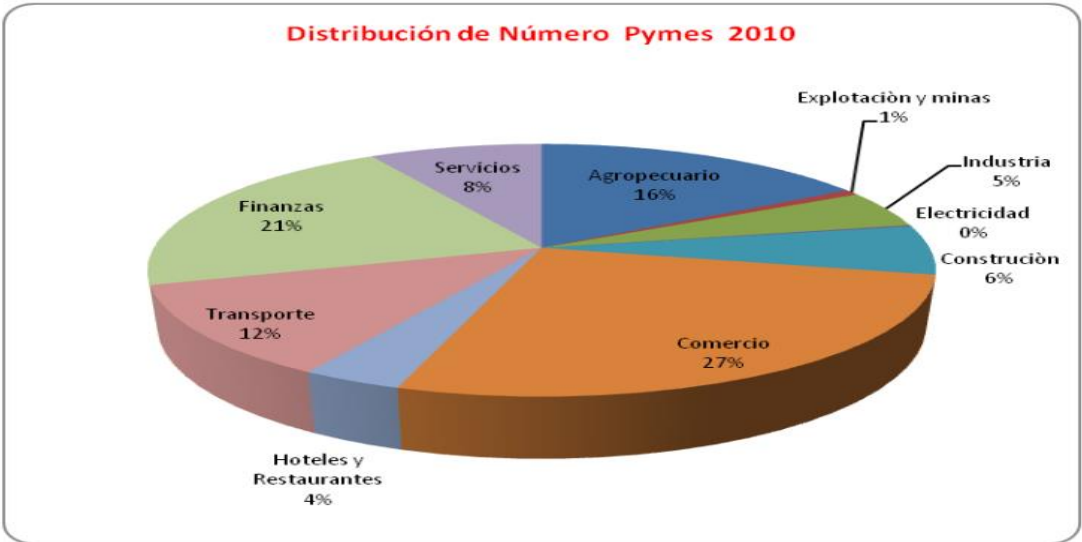
Además, la Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena (2017) y según sus estadísticas abarcó lo siguiente con respecto a las Pymes en el Magdalena.

Las empresas más competitivas son las que mejor resisten las crisis y, por tanto, las que gozan de unas mayores posibilidades de supervivencia, lo cual explica que incluso en una situación de crisis, algunas de estas empresas, las más competitivas, estén mejorando sus resultados e incluso manteniendo y/o aumentando sus plantillas. Este hecho lleva a cuestionarse acerca de las razones por las que unas empresas sobreviven y otras no, es decir acerca de las diferencias de competitividad entre empresas que actúan en un mismo mercado.

En la figura 6 se observa el análisis que se efectuó para determinar la clasificación de las Pymes, de acuerdo al sector se observa que el 27% de las unidades

productivas se concentra en comercio, le sigue finanzas con el 21%. Agropecuario con el 16% y transporte y comunicaciones con el 12%, servicios con el 8%, construcción con el 6%, hoteles y restaurantes con el 4%, industria con el 5%, explotación y minas con el 1% y electricidad con el 0%.

Figura 6. Distribución de numero Pymes 2010



Fuente: Cámara de Comercio de Santa Marta (2010)

Esto quiere decir que la mayor concentración de pequeñas y medianas empresas en la ciudad se encuentra en el comercio y en las finanzas por ende se deben tener en cuenta estrategias competitivas que ayuden a subir el nivel de porcentaje de los diferentes sectores con un fin de buscar una participación más activa de los emprendimientos.

El 96% de las empresas Pymes en el Magdalena han sufrido un impacto negativo por el covid-19, de las cuales un 50% se encuentran en cese temporal de actividades. Así lo reveló un estudio que llevó a cabo la Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena sobre la afectación de la pandemia en el sector empresarial. En cuanto a las ventas, el estudio de la Cámara de Comercio indicó que 89 de cada 100 empresas experimentaron una baja entre el 5% y el 20% en

sus ventas y ocho de cada 100 de las empresas obtuvieron pérdidas entre el 80 % y 100%. Por lo anterior, la entidad recomendó facilitar el acceso al crédito a las Pequeñas y medianas empresas; establecer una plataforma nacional que permita el cruce de la oferta y la demanda de materias primas y mercancías entre las empresas; fomentar la conexión entre la oferta y demanda de servicios de comida; potencializar el uso de bases de datos para que las empresas las utilicen en sus estrategias de mercadeo. (Seguimiento.co 2020)

En este sentido, las pymes están pasando por situaciones difíciles donde se han visto obligadas a cerrar sus negocios temporalmente mientras pasa la pandemia que se está viviendo y peor aún la mayoría de emprendedores se han ido a la quiebra por falta de ventas, situación muy preocupante para la ciudad donde se verán afectados varios sectores y los índices de desempleo aumentaran demasiado además el PIB que aportan las Pymes estará muy afectado, ciertamente son situaciones difíciles y no deseadas para los emprendedores no olvidemos que las estrategias competitivas no serán necesarias para sacar a flote muchas organizaciones pequeñas y medianas.

De igual manera, Schutjens (como se cita en Arias, Jung y Peña, 2006) afirma que los factores de fracaso empresarial se deben a: 1. problemas de novedad, al iniciar un negocio todas las cosas son nuevas y se debe comenzar a superar obstáculos de toda índole. 2. Problemas de tamaño, por ser estas empresas pequeñas, presentan problemas de liquidez financiera, carencia de recurso humano adecuado y de respaldo con los proveedores de insumos (Bradley y Rubach, 1999); 3. El problema de la edad, la poca experiencia del empresario lo puede llevar a tomar malas decisiones y al fracaso empresarial (pero, en la medida que sea capaz de acumular la experiencia apropiada, los reveses lo llevarán a tomar decisiones adecuadas para la supervivencia de la empresa).

Por su parte, Jaramillo (2007) expone que los factores críticos que llevan a una empresa al fracaso son: inadecuada preparación para el mundo

empresarial, bajo capital, no aplicar elementos diferenciadores a los productos, no estar convencidos del rol de empresario, no entender la guerra que se libra en el mundo empresarial, inadecuada planeación y control, poco conocimiento del mercado, bajo poder de negociación, tener la empresa en la informalidad legal, ser vulnerable a la competencia, no tener estrategias comerciales, pensar que su producto supera al de la competencia, informalidad en el manejo financiero, fluctuaciones del mercado, poco acompañamiento de entidades públicas y que el negocio sea de supervivencia.

Velázquez (2008) también hace su aporte, explicando a qué se debe el alto índice de quiebra en los negocios recién constituidos. En primer lugar, dice que se debe a factores exógenos a las empresas que hacen parte de su entorno, sea político, social o económico, como lo son: el poco apoyo que reciben las iniciativas de creación de Pymes, la dificultad de conseguir financiamiento y los controles e impuestos a los que se ve sometido el emprendedor.

Nagore, Les López y Erro (2006) añaden otros factores al afirmar que los negocios con un alto nivel de quiebra son los iniciados por emprendedores en condición de desempleo, los cuales buscan crear empresa por necesidad; por otro lado, están los que son promovidos por personas que no cuentan previamente con experiencia empresarial que les dé unas pistas del Camino hacia el éxito. Peña (como se cita en Arias, Jung y Peña, (2006) sintetiza los factores que son inherentes al fracaso de los negocios, aseverando que los recién ingresados al mercado se tipifican en tres grupos: Los relacionados con las competencias del emprendedor, relativos a la empresa y los asociados con el entorno de la empresa o el Mercado.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Luego de haber consultado lo anterior es posible averiguar ¿Pueden sobrevivir las pequeñas y medianas empresas sin ser estratégicas y competitivas en Santa Marta?

2. JUSTIFICACIÓN

El siguiente estudio se hace debido a la falta de estrategia y competitividad además de ser un problema estructural en las pymes se ha transformado en un problema social que afecta directamente a estas organizaciones bajando en un gran porcentaje el PIB (producto interno bruto) de la ciudad, pero también del país lo que a su vez genera problemáticas sociales como el desempleo. Impactando fuertemente en desarrollo sostenible de la ciudad.

Es preocupante ver la cantidad de estudios que se han realizado a nivel local, nacional y regional sobre las problemáticas y señales que hacen fracasar pequeñas y medianas empresas, los entes interesados no han actuado eficazmente sobre la raíz del problema dejando temas estratégicos y competitivos con poco interés sabiendo que no hacen lo posible por proponer tácticas y planes que permitan mejorar las condiciones de vida de las empresas.

Por esta razón este trabajo está enfocado en determinar cuáles son esos factores que no dejan posicionar rápidamente a una pyme en la ciudad de Santa Marta (D.T.C.H). Este estudio se realiza en la sublínea de estrategia y competitividad generando recursos, ideas, planteamientos y soluciones. Que permitan identificar planes para mejorar la calidad de vida de los pequeños y medianos emprendimientos que se encuentran en esta área de estudio.

Desde un enfoque Práctico el estudio servirá para diseñar estrategias y poder ser competitiva aprovechando las oportunidades que se presenten en el mercado; así mismo desde lo social el presente estudio conllevará a que si las pymes son estratégicas y competitivas permitirá la generación de empleo beneficiando así a la sociedad samaria.

Así mismo desde lo Metodológico este trabajo permitirá la utilización de fichas bibliográficas para la obtención de citas bibliográficas.

Desde lo Teórico se sistematizarán las diferentes teorías que existen sobre las variables de estrategia y competitividad.

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

Analizar si las empresas (Pymes) pueden sobrevivir sin ser estratégicas y competitivas.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar de qué manera están trabajando las Pymes en mejorar sus factores estratégicos.
- Identificar la situación de la competitividad en las Pymes de Santa Marta.
- Proponer estrategias de sostenibilidad donde se aumente la competitividad de las pymes en Santa Marta.

4. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 DELIMITACIÓN TEMÁTICA

La línea de investigación del presente estudio es MYPIMES, Innovación Desarrollo y Competitividad, con la sub-línea Estrategia y Competitividad.

4.2 DELIMITACIÓN ESPACIAL

El presente estudio se desarrolla sobre las PYMES de la ciudad de Santa Marta.

4.3 DELIMITACIÓN TEMPORAL

La presente investigación se realizará en un periodo de 4 meses, desde el 4 de agosto al 26 de noviembre del 2020.

5. METODOLOGÍA

5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación del presente trabajo es el documental, ya que para su desarrollo utilizara información de fuentes secundarias que se extraerán de diferentes medios escritos; Según Ávila (2006) “la investigación documental es una técnica que permite obtener documentos nuevos en los que es posible describir, explicar, analizar, comparar, criticar entre otras actividades intelectuales, un tema o asunto, mediante el análisis de fuentes de información” (p. 50).

Por otra parte, el autor Arias (2012), define la “investigación documental 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”. (pág.27)

Para Cazares (2000), La investigación documental depende fundamentalmente de la información que se recoge o consulta en documentos, entendiéndose este término, en sentido amplio, como todo material de índole permanente, es decir, al que se puede acudir como fuente o referencia en cualquier momento o lugar. La investigación documental se caracteriza por el empleo predominante de registros gráficos y sonoros como fuentes de información. Generalmente se le identifica con el manejo de mensajes registrados en la forma de manuscritos e impresos, por lo que se le asocia normalmente con la investigación archivística y bibliográfica. El concepto de documento, sin embargo, es más amplio. Cubre, por ejemplo: películas, diapositivas, planos y discos.

5.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación es de tipo no experimental, ya que no se van a manipular las variables objetos de estudios, lo que se hace es observar los fenómenos tal como se dan en su contexto natural y posteriormente lo que hacemos es examinarlos. Según (Palella y Martins (2010), “El diseño no experimental es el que se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable. El investigador no sustituye intencionalmente las variables independientes. Se observan los hechos tal y como se presentan en su contexto real y en un tiempo determinado o no, para luego analizarlos. Por lo tanto, en este diseño no se construye una situación específica si no que se observa las que existen”. (pag.87)

Por su parte Kerlinger y Lee (2002) establecen que “la investigación no experimental es la búsqueda empírica y sistemática en la que el científico no posee control directo de las variables independientes, debido a que sus manifestaciones ya han ocurrido o a que son inherentemente no manipulables. Se hacen inferencias sobre 21 las relaciones entre las variables, sin intervención directa, de la variación concomitante de las variables independiente y dependiente” (p. 504). Cabe precisar en esta definición que la razón por la que no se manipula la variable independiente en la investigación no experimental es que resulta imposible hacerlo.

Hernández (2003) define el término de investigación no experimental como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después examinarlos.

De igual forma es transversal o transaccional ya que la información se obtuvo en un solo momento, es así como de acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2014). La investigación no experimental es la que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es una investigación donde no se hace variar intencionalmente las variables independientes. Aquí se observan los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

5.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

La técnica a utilizar en este trabajo es la del fichero, Según Mingrone (2007) considera que es una técnica de trabajo intelectual para facilitar la sistematización bibliográfica, trabajo de síntesis y la ordenación de ideas. La ficha es un instrumento para la investigación documental bibliografía (Saa, 2009) y que constituye una forma eficaz de recoger de manera ordenada la información más relevante sobre un asunto o tema.

En este tipo de investigación se recolectará información a través de fichas bibliográficas, Según Rojas (2012), en general, las fuentes de información utilizadas en la investigación se denominan genéricamente Unidades Conservatorias de Información, y se trata de personas, instituciones, documentos, cosas, bibliografías, publicaciones, Estados del Arte, Estados del Conocimiento, Tesis, Bases de datos, fuentes electrónicas situadas en la red web, etc. cuya función es la de almacenar o contener información.

En opinión de Rodríguez Peñuelas, (2008:10) las técnicas, son los medios empleados para recolectar información, entre las que destacan la observación, cuestionario, entrevistas, encuestas.

Rojas Soriano, (1996-1997) señala al referirse a las técnicas e instrumentos para recopilar información como la de campo, lo siguiente:

Que el volumen y el tipo de información-cualitativa y cuantitativa- que se recaben en el trabajo de campo deben estar plenamente justificados por los objetivos e hipótesis de la investigación, o de lo contrario se corre el riesgo de recopilar datos de poca o ninguna utilidad para efectuar un análisis adecuado del problema.

6. RESULTADOS DE LA REVISIÓN DE LA LITERATURA

6.1 ANTECEDENTES

Los siguientes trabajos constituyen como antecedentes de la investigación en tal sentido Rodríguez, D & Bolaño, D. (2018) desarrollaron una tesis previa a la obtención del título de Administración de empresas. Santa Marta – Colombia. Junio – 2018 titulada Estrategias de Crecimiento Utilizadas para la Competitividad en las microempresas colombianas; La cual tuvo como objetivo general describir las estrategias de crecimiento utilizadas para la competitividad por las microempresas colombianas que permitía dar un soporte estratégico y competitivo a las empresas colombianas. De tal forma que Los tesisistas llegaron a las siguientes conclusiones:

- En el Proyecto se pudo concluir que las microempresas en Colombia aplican más de una estrategia de crecimiento dependiente de sus características, necesidades y requerimiento tales como su tamaño, segmento de mercado, capital, número de empleados, nivel de crecimiento esperado, distribución geográfica, tipo de actividad y que está a criterio de cada una de ellas su correcta implementación sin dejar a un lado que su propósito primordial es fomentar su crecimiento y durabilidad en el tiempo.
- Por otro lado, en la implementación de estrategias de crecimiento de diversificación horizontal o conglomerada hay un menor grado de cumplimiento que indica que este tipo de estrategia ayude al crecimiento empresarial en Colombia. Ahora bien, las estrategias de crecimiento de desarrollo de producto, se cumplen con mayor pertinencia las estrategias de penetración de mercado aumentando las ventas de sus productos en mercados ya existentes sin modificar dicho producto.
- En cuanto el uso de estrategias de crecimiento en las microempresas colombianas podemos deducir que en cuanto a las estrategias de diversificación concéntrica esta

se está cumpliendo tanto en el sector donde está la empresa, tanto en su interior, ayudando a que el crecimiento empresarial se impulse a través del uso de estrategias de diversificación concéntrica.

El aporte de la anterior investigación permitirá una orientación adecuada para conocer detalladamente las estrategias de crecimiento que se aplican de la mano de la competitividad en las pymes colombianas.

Así mismo, Quintero (2018) desarrollo su tesis previa a la obtención del título de Administración de Empresas. Santa Marta - Magdalena - (2018) titulado como "Contribución de las MiPymes en el desempeño económico del distrito de Santa Marta" la cual el objetivo de este estudio se enfocó en determinar la contribución de las MIPYMES al desempeño económico del Distrito de Santa Marta para dinamizar su crecimiento, Por consiguiente, El encargado de la tesis llego a la siguiente conclusión:

- Para concluir es evidente que hay muchos aspectos por trabajar que indiscutiblemente ayudarían a mejorar el rendimiento de producto interno bruto de la región como por ejemplo la formalización, infraestructura y compromiso de las entidades gubernamentales para el desarrollo sostenible de las empresas de la ciudad.
- Si se explorar el desempeño económico que actualmente tiene el Distrito de Santa Marta es de optimismo teniendo en cuenta que su crecimiento para el 2017 en generación de empresas fue de 12,1% frente al año anterior, esto representa que 3.260 Pequeñas y medianas empresas fueron creadas y renovadas, lo que es satisfactorio que dentro de las dificultades de su empresariado este se muestre dinámico en la economía, teniendo en cuenta que la ciudad hoy presenta tasas de informalidad que superan el 60% lo que representa más de 300 mil personas, no obstante la ciudad hace sus esfuerzos a nivel regional de mantener un PIB de 1,3.

De tal forma, el antecedente permitió guiar y evidenciar la contribución que tienen las pymes en el distrito de santa marta demostrado por medio de resultados obtenidos en su investigación y sirviéndonos como enfoque para una mejor estructuración en este proyecto de grado.

Por otra parte, pensando en la estrategia y competitividad, Castañeda & Naranjo (2017) elaboraron una tesis para la obtención del título de administración de empresas. Cali – Valle del cauca - 2017 titulada Competitividad de las pymes sector económico, buscando como objetivo general definir los factores clave y oportunidades de las Pymes del sector comercio para ser competitivas en el Valle del Cauca, Luego de esto, los involucrados en el proyecto llegaron a la siguiente conclusión:

- Existe una amplia concepción teórica sobre el concepto de competitividad, al igual que estudios sobre las pymes y sus características en diferentes regiones, sectores y países.
- La competitividad en el ámbito nacional, regional y local en el año 2015, es relativamente baja, lo anterior, es el resultado de la devaluación del peso frente al dólar, que afectó el sector del comercio en el año 2016, lo cual, se refleja en la disminución de las ventas y en las utilidades de los propietarios de las Pyme de este sector.
- Con un seguimiento e investigación sobre el tema constante, el grupo GIP (I+D) podrá a través de modelos de competitividad dotar de herramientas actualizadas a las pymes que permitan identificar oportunidades de mejora relacionadas con la competitividad del sector comercio, así como brindar información para nuevos estudios sobre el tema en Colombia.

Este último antecedente, aporta a la investigación el conocimiento y orientación de las pymes no solo en nuestra ciudad o nuestro país, sino también la importancia que estas poseen en el mundo entero, de igual manera, se recomienda que al realizar dichos estudios y modelos se haga un seguimiento constante de las nuevas

teorías y las nuevas encuestas que se realizan sobre pymes en el ámbito nacional y regional para analizar y actualizar constantemente la competitividad de las mismas e identificar nuevas oportunidades en el mercado.

6.2 BASES TEÓRICAS

El siguiente trabajo se sustenta bajo las siguientes bases teóricas, para lo cual se describen los conceptos de las variables desde la postura de diferentes autores.

6.2.1 ¿Qué es Estrategia?

La estrategia es un concepto utilizado en muchos contextos, y en las organizaciones se ha convertido en la base para promover el crecimiento, la productividad y la competitividad. Desde la década de 1920 hasta el presente ha sido interpretado a partir de diferentes perspectivas y se ha convertido en herramienta fundamental para el éxito y la sostenibilidad de las empresas que han logrado perdurar. Sin embargo, desde los años sesenta comienzan a aparecer nuevos términos, como gestión y administración estratégica, y es ahí donde la estrategia se empieza a convertir en un proceso lógico y consciente que contribuye a la labor de la gerencia. SienceDirect (2020)

En tanto que Mintzberg se concentra en varias y distintas definiciones de estrategia, como plan, patrón, posición y perspectiva. Con ello introduce la idea de que las estrategias pueden desarrollarse en una organización sin que alguien conscientemente, se lo proponga o lo proponga, es decir, sin que sean formuladas. Sostiene que múltiples personas, de manera implícita, utilizan el término de esta manera, aunque no lo definan así. (Mintzberg y Quinn, 1995)

Se puede, entonces, definir una estrategia como un patrón de acciones o plan que, alineado con las metas, políticas y valores de la empresa, tomándolos como un todo,

permite la utilización de recursos para el fortalecimiento de competencias en un ambiente de negocios competitivo, donde los rivales enfocan sus esfuerzos al logro de ventajas competitivas (Quinn y Voyer, 1998).

Burgelman (2002) define el concepto de estrategia como la teoría que la alta dirección tiene sobre la base para sus éxitos pasados y futuros. Así mismo Para Chandler (2003), la estrategia es la determinación de las metas y objetivos de una empresa a largo plazo, las acciones a emprender y la asignación de recursos necesarios para el logro de dichas metas. Según Carneiro Caneda (2010), la estrategia es la orientación en el actuar futuro, el establecimiento de un fin, en un plazo estimado como aceptable hacia el cual orientar el rumbo empresarial.

Desde el punto de vista de la sostenibilidad de las organizaciones, Bonn y Fisher (2011) afirman que a nivel institucional la estrategia tiene que ver con el alcance global de una organización y cómo el valor se añadirá a sus diferentes unidades de negocio. De tal manera que según Jackson (2011), conseguir implementar nuevas estrategias comerciales con éxito puede ser muy difícil. Y afirma: “Me estremezco de solo pensar que muchas estrategias empresariales se diseñan cada año – encerrados en salas de juntas y salas de conferencia – y que en la realidad nunca pueden ponerse en uso” (p. 61).

Getz y Lee (2011) afirman que el verdadero poder de la estrategia consiste en guiar a la organización a hacer diferentes elecciones y, por lo tanto, a tomar acciones diferentes. Por consiguiente, en la ejecución, los líderes deben continuar el diálogo entre ellos y el resto de la organización acerca de lo que esta haría de manera diferente de acuerdo con la nueva estrategia. Este diálogo aclara la estrategia e impulsa a la organización a actuar de manera coherente con ella.

Por último, el concepto de estrategia para Lukac & Frazier, (2012) comienza con una visión de cómo la empresa quiere ser vista o, de hecho, cómo quiere verse a sí misma. En otras palabras, la estrategia habla acerca de lo que una empresa tiene la intención de hacer y, quizás más importante aún, lo que se propone no hacer.

6.2.2 ¿Qué es Competitividad?

Con relación al concepto de competitividad, Koontz & O'Donnell (2013), la definen como la capacidad que tiene la empresa, de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado.

Para Hernández Pérez, (2011), Una organización de cualquier índole a través de las fuerzas propuestas por Porter, puede realizar un autoanálisis para delinear las estrategias adecuadas a seguir, si se considera que, a una empresa, no siempre le tocará competir en un mercado atractivo, con barreras de entrada muy altos, con proveedores débiles, clientes atomizados, pocos competidores y sin sustitutos importantes.

Sigue señalando este autor que, según su propio creador, Michael Porter (1979), él nos explica en su libro cuál es la forma más adecuada de lograr ventajas competitivas en el mercado. La primera de las fuerzas es la existencia de los productos que pueden sustituir el nuestro. Este es uno de los factores que más competencia produce, En este caso se puede tener que incluso reducir el costo. La segunda fuerza es la rivalidad, Si nuestra empresa cuenta con pocos productos en el sector, la rivalidad que tendremos será muy baja, sin embargo, si lo que ofrecemos es un producto que ofrecen muchas más empresas que son los que suelen ser de alta demanda la rivalidad será muy superior. La tercera fuerza es la de la amenaza de los nuevos competidores. Aquí es donde realmente nos medimos con otras empresas para poder ver si nuestro producto realmente es rentable o no. podemos medir el atractivo que tenemos con los clientes al ponernos cara a cara con otras empresas. En lo que se refiere a la cuarta fuerza, nos encontramos en la negociación con el intermediario, que son los proveedores, lo cual requiere

que le prestemos un poco más de atención, ya que son los que realmente saben dónde está la rentabilidad en el sector. En último lugar, nos encontramos con la quinta fuerza, la cual nos habla de la negociación directa con los clientes. Esto hace que podamos ver si realmente estamos llegando a los clientes y cuál es el grado de dependencia o lealtad de ellos con nuestros productos.

Interpretando a Robbins & Coulter (2013), la competitividad de las empresas es un concepto que hace referencia a la capacidad de las mismas en producir bienes y servicios en forma eficiente (con costos declinantes y calidad creciente), haciendo que sus productos sean atractivos, tanto dentro como fuera del país. La Competitividad es la característica de una organización cualquiera de lograr su misión, en forma más exitosa que otras organizaciones competidoras.

Según Stoner (2013), se entiende por competitividad a la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permiten alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico.

6.2.3 Desarrollo Económico

Para la Real Academia Española (2018) concibe el desarrollo económico como la “Evolución de una economía hacia mejores niveles de vida”. Pero así mismo Algunos autores como Castillo y Cortellese (1998), han analizado la importancia de las PYMES en el sector industrial, las cuales se pueden desempeñar en forma eficiente y contribuir de una manera eficaz al desarrollo económico cuando se combinan positivamente factores sociales, institucionales y de estrategia económica.

Por otro lado, Pretelt S. (2000) quien considera “Las empresas deben contar con un entorno favorable, que comprende, entre otros, una infraestructura adecuada, un mercado de capitales desarrollado y un capital humano capacitado para las necesidades del aparato productivo 21 moderno. Fortalecer el capital social y propender por un desarrollo tecnológico que busque la defensa del medio ambiente también forman parte de este entorno favorable” (p. 16)

Por otra parte en los trabajos de Guzmán y Santos (2001) y Santos y Liñán (2007), se realiza un análisis sobre los aspectos cualitativos del empresario para configurar un modelo de calidad empresarial referido a la forma que tienen los empresarios de desempeñar sus funciones impulsando el proceso de desarrollo económico. En efecto Audretsch y Thurik han encontrado una relación positiva entre la participación del sector en la actividad económica con el crecimiento para una muestra de 18 países de la OCDE.

Debido a los varios usos que se ha dado al término de desarrollo, no es fácil conseguir un consenso en ello, esto porque muchas veces se inicia en una conceptualización teniendo como fundamento la finalidad de la utilización del mismo o en el espectro en el cuál se está trabajando. Igualmente, el desarrollo como concepto es usado por estudiosos que van desde políticos, economistas, filósofos, etc. (Cervantes y Pilataxi, 2011).

En efecto el desarrollo empresarial es determinante y necesario en las organizaciones y ayuda al desarrollo económico a tener un crecimiento impulsado hacia el buen desempeño de las pymes, además Montilla y Montero (2011), definen al desarrollo empresarial como un fenómeno en el cual las empresas aprovechan las oportunidades de negocio, se obtienen mayores beneficios, se aumenta el tamaño de la empresa, este crecimiento y desarrollo de las empresas contribuye a la perdurabilidad de ellas lo cual es una gran preocupación para los empresarios y los gobiernos, como lo menciona Quiñonez, Velazques y Hernández (2011), la perdurabilidad de las empresas: “es un tema de preocupación para los gobiernos,

las empresas y la academia, ya que de una u otra forma las organizaciones que no sean perdurables afectan a la sociedad, al individuo y a la economía en general.

Ahora bien, Castillo P. (2011) señala que “El desarrollo es un proceso integral, socioeconómico, que implica la expansión continua del potencial económico, el auto sostenimiento de esa expansión en el mejoramiento total de la sociedad”. (p. 2) Por su parte Kalmanovitz S. (2018) expresa su postura citando una definición que dice “Una buena definición de desarrollo económico es la elevación de las capacidades humanas de una población, que al poder producir más sabiamente también contribuyen a un crecimiento económico más rápido”.

6.2.4 ¿Qué es una Pyme?

Una definición común de Pymes según Tunal, (2003) establece como una unidad económica que realiza actividades de bajo valor agregado constituidas por bajos montos de capital, que de manera general operan bajo riesgo propio en el mercado y comúnmente nacen de la necesidad de sobrevivencia de sus propietarios. Sin embargo, las diferencias del entorno en que se desenvuelven deben considerarse para evaluarlas en forma disímil.

Señalan acertadamente Ueki et al. (2005), que la definición de Pyme no se ha estandarizado internacionalmente. Inclusive puede haber discrepancias entre las filiales gubernamentales de un mismo país. La clasificación de la misma, sobre la base del número de empleados y el volumen de las ventas, varía de acuerdo a la realidad y tamaño relativo de cada país, lo que genera diversos tipos de agrupamiento (Sela, 2009).

En Colombia, según la Ley para el Fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, Ley 590 de (2000) las Pymes se clasifican así:

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

En efecto para Ferrer y Tresierra (2009), una empresa es clasificada Pyme si posee la mayoría de las siguientes características:

- No emiten valores negociables.
- Los propietarios no disponen de portafolios de inversión diversificados.
- La responsabilidad de los propietarios es ilimitada o inefectiva.
- La primera generación de propietarios es emprendedores y propensos al riesgo.
- No cuentan con un equipo gerencial completo para dirigir la empresa.
- Se enfrentan a costes de mercado elevados.
- Las relaciones de los accionistas son menos formales, y los esquemas de compensación son altamente flexibles.
- La opacidad en la información y la falta de un historial financiero limitan el acceso a las Pymes a las fuentes de financiación, siendo en muchos casos el acceso al mercado de capitales públicos relativamente costoso.
- Motivados por mantener la propiedad y control, lo que demanda una inversión cuantiosa por parte de los propietarios, al punto de constituir la mayor proporción de sus portafolios de inversión escasamente diversificados.
- Sus inversores y acreedores, tienen a demandar garantías de tipo personal o no corporativa en calidad colateral de la deuda, por lo cual los propietarios de las Pymes están altamente expuestos al riesgo de quiebra personal.
- Durante los primeros años de constitución, los beneficios e indemnizaciones de los propietarios pueden ser postergados en procura de la estabilidad económica y financiera de la empresa.

7. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

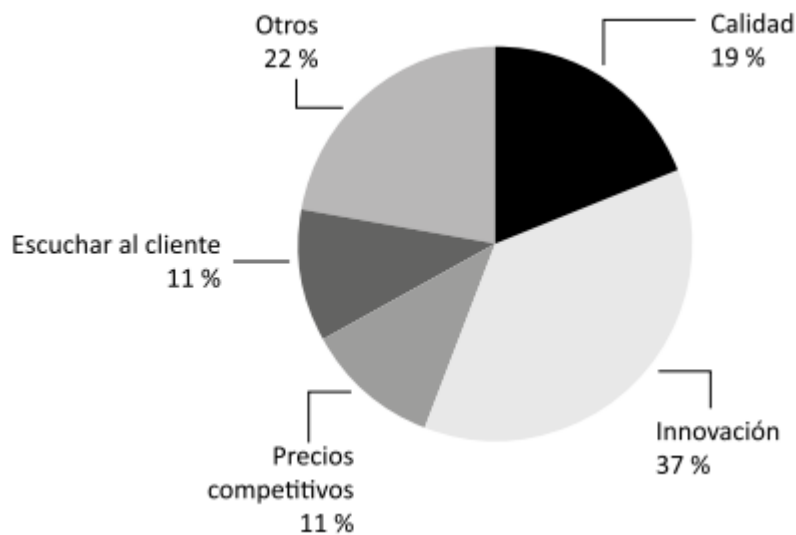
7.1. DE QUÈ MANERA ESTAN TRABAJANDO LAS PYMES EN MEJORAR SUS FACTORES ESTRATEGICOS.

Usualmente, las empresas más jóvenes se deben enfocar en estrategias financieras y estrategias de ventas y marketing. Las empresas con más de 5 años en el mercado, más de 15 empleados, y con demanda creciente, probablemente tienen que concentrarse en estructuras organizacionales y administrativas. El especialista Ansoff (1998) afirma que después de superar las primeras etapas, existen distintas vías de crecimiento para un emprendimiento. En este sentido, el crecimiento empresarial según Blázquez, Dorta y Verona (2006), ha sido considerado en la literatura administrativa de dos formas distintas; una como un objetivo deseado por las organizaciones, en este caso el direccionamiento estratégico formal estaría fundamentado en políticas de crecimiento. Otra forma de considerar el crecimiento empresarial, es como una consecuencia del “manejo” adecuado de las organizaciones, en este sentido el crecimiento es un resultado derivado de la adecuada administración de las empresas.

Las Pymes en Santa Marta están trabajando en la implementación de factores estratégicos que les permitan tener una mayor posición en los sectores económicos que se encuentren operando, incluyen factores estratégicos como la innovación, calidad, precios competitivos, escucha al cliente, análisis del entorno, análisis económico, globalización entre otros.

Se encontró que los pequeños y medianos empresarios consideran que sus entidades están seguras dentro del mercado samario, Este es un buen indicador del estado de las empresas del sector empresarial de la ciudad ya que muestra un nivel competitivo en la realización de los factores estratégicos.

Figura 7. Factores Estratégicos de éxito en las empresas de Santa Marta.



Fuente: Orozco., E, Bateman., C, Torres., M. (2015).

En la figura 7 se describen los factores estratégicos más relevantes en las empresas vemos que la innovación tiene la mayor incidencia con un 37%, con un 22% otros tipos de factores estratégicos, la calidad con un 19%, precios competitivos con un 11% y escuchar al cliente con un 11%. Cabe destacar que estos factores mencionados en la gráfica fueron los más destacados por los empresarios.

Quintero (2012) y Quintero y Herrera (2012) elaboran una caracterización de 3 grupos de pymes en los que la complejidad de la innovación aumenta a medida que las empresas cuentan con un mayor nivel de recursos y capacidades. El primer grupo corresponde a microempresas con menos de 5 años en el mercado, que cuentan con productos poco especializados y esfuerzos individuales de investigación; el segundo está formado por pequeñas empresas y microempresas, que en promedio tienen 10 años en el mercado y cuentan con producto propio (por general de una sola línea), y el tercer grupo lo conforman medianas y 38 pequeñas empresas que llevan cerca de 10 años en el mercado, tienen producto propio y otros productos con tecnología ajena, y además muestran un nivel importante de diversificación en líneas de producto y de servicios.

En efecto para Prahalad y Hamel (1990), los procesos estratégicos implican necesariamente que las empresas tengan un direccionamiento a largo plazo, apoyado en procesos formales en los cuales se definan metas, objetivos, programas, actividades y recursos, entre otros, pero consideren además la dinámica del ambiente en el cual operan y los continuos cambios que se presentan en el entorno. Adicionalmente, la articulación adecuada de un proceso formal de formulación, implementación y control estratégico y la adaptación a los continuos cambios exige que las empresas identifiquen sus capacidades esenciales o competencias centrales, factor crítico para las empresas al proveer valor al cliente y dificultarle su imitación a la competencia.

Por su parte, García (2003) asume que el propósito de la estrategia es, Finalmente, desarrollar una ventaja competitiva sostenible que dure el mayor Tiempo posible, asociada con la posesión de competencias fundamentales, y que A partir de sus habilidades organizacionales las empresas puedan aplicarlas a Productos, clientes o mercados y convertirlas por lo tanto en rentabilidad para sus Propietarios. A partir del momento en que las fortalezas son aprovechadas y se logra una rentabilidad mayor que la de sus competidores, viéndose reflejada en los flujos de caja disponible y la utilidad, se genera una ventaja competitiva.

Por otro lado, Las Pymes están integrada al aparato productivo, como parte de la cadena de valor, coadyuva en la diversificación y dinamización de la economía. Ello se manifiesta en su potencialidad para la creación de empleo y fomentar la riqueza. Los indicadores han demostrado su estabilidad como manifestación económica a nivel de: ingresos, capital de trabajo, infraestructura; así como una mayor flexibilidad para consolidar las tecnologías emergentes. (Agyapong, 2010)

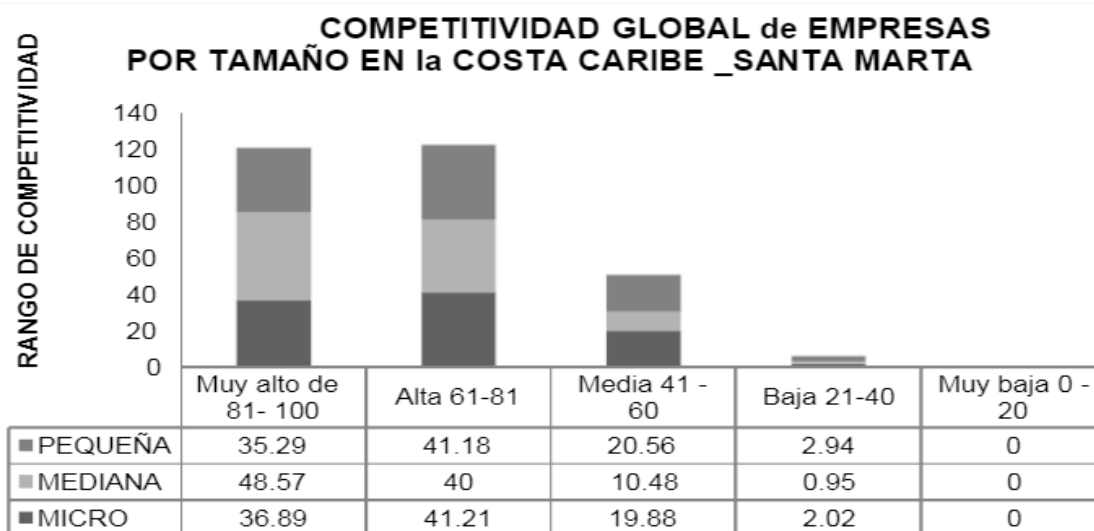
7.2. SITUACION DE LA COMPETITIVIDAD EN LAS PYMES DE SANTA MARTA.

La competitividad de la Mipyme y el desarrollo económico en Santa Marta tienen una relación positiva en cuanto a empleo y remuneraciones. Lo anterior, nos permite decir que las Mipymes, desempeñan un importante papel en el mercado laboral. Esto es, pese a los problemas de financiación, y las demoras en el pago de su deuda, junto con otras barreras como la creciente presión impositiva, las Mipymes siguen siendo capaces de crear empleo. La relación entre la competitividad de la Mipyme y la capacidad económica a nivel nacional y regional es altamente representativa, lo que significa que la Mipyme tiene una incidencia importante en la generación del PIB, la producción bruta, el consumo intermedio, valor agregado y total activos de una región. (Cano 2015)

Sigue señalando este autor que De acuerdo con los resultados anteriores sigue siendo prioritario mantener el desarrollo de las Mipymes con políticas públicas que permitan su apoyo, por ser fuente en la economía del país. En la distribución geográfica y sectorial de los establecimientos clasificados como Pymes se evidencia que el 62,2% de las empresas de la ciudad capital, así como el predominio de los sectores comercio y servicios. Sobre su antigüedad, algunos autores las han clasificado en empresas jóvenes (menos de 6 años de antigüedad), en proceso de consolidación (entre 6 y 15 años de haber sido creadas), en proceso de estabilización o maduras (entre 15 y 22 años), y tradicionales más de 22 años.

En la figura 8 se puede apreciar el rango de competitividad de las pequeñas, medianas y micro empresas dividiéndolas en 5 clasificaciones empezando con muy alta de 81 a 100, Alta de 61 a 81, Media de 41 a 60, Baja de 21-40 y muy baja de 0 a 20.

Figura 8. Competitividad global de empresas por tamaño en la costa caribe -Santa Marta.



Fuente: Cano., C (2015).

En la figura 8 se puede apreciar el rango de competitividad de las pequeñas, medianas y micro empresas dividiéndolas en 5 clasificaciones empezando con muy alta de 81 a 100, Alta de 61 a 81, Media de 41 a 60, Baja de 21-40 y muy baja de 0 a 20.

Santa Marta después de haber ocupado en el 2010 el puesto número 2 en competitividad entre todas las ciudades capitales en puesta en marcha la idea de negocios, pasamos a ocupar el puesto 22. Este indicador refleja exactamente esa medición que hubo, por lo cual se debe hacer un trabajo de articulación; El Consejo Privado de Competitividad que integran los grupos económicos más grandes del país hace grandes esfuerzos por construir el Índice de Competitividad Nacional, alimentar el ranking para analizar la posición que tiene el país en materia mundial donde ocupamos el puesto 64 entre 122 países. Los índices de competitividad del Magdalena ocupan los rankings más bajo detrás de ciudades que llevan un impulso

mucho mayor que nosotros. Hemos identificado a lo largo de estos años que ha faltado unión, articulación, no solo público – privada, sino también, público – público. Debemos dejar de lado ese divorcio entre el Departamento y del Distrito, debemos hablar de la ciudad – región, teniendo a Santa Marta como la ciudad ancla para la inversión, el turismo, sobre todo, porque es la capital del Magdalena. (Opinión Caribe 2018)

7.3. PROPUESTA DE ESTRATEGIAS PARA AUMENTAR LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN SANTA MARTA.

Las Pymes en Santa Marta representan un sector importante en la economía de la ciudad, sin embargo, presentan barreras desde su creación, desarrollo y sostenibilidad en el tiempo, factores como el tributario hacen que cada día sea más difícil crear empresa y perdurar en mercado colombiano.

En tal sentido se proponen estrategias para aumentar la sostenibilidad y competitividad de estas empresas tendientes a que las mismas puedan sostenerse y perdurar muchos años.

Para la sostenibilidad se proponen estrategias como:

- Una estrategia principal para aumentar la sostenibilidad de las Pymes en Santa Marta es establecer relaciones transparentes y a largo plazo con proveedores, basadas en la confianza y el beneficio mutuo, también constituye un elemento crucial. Estas alianzas les permiten a las empresas explorar nuevos mercados, ampliar sus portafolios de productos y mejorar sus procesos.
- Generar un valor agregado y determinante para jalonar el crecimiento acelerado de las pymes en Santa Marta es el servicio posventa, como estrategia para añadir valor y fidelizar a sus clientes, satisfaciendo sus exigencias e inquietudes y escuchando sus recomendaciones sobre los productos o servicios ofertados.

- Sugerimos como estrategia la implementación del desarrollo empresarial en las Pymes ya que es determinante para las organizaciones de hoy en día, Siendo así un fenómeno en el cual las empresas aprovechan las oportunidades de negocio, se obtienen mayores beneficios, se aumenta el tamaño de la empresa, Por tal motivo este crecimiento y desarrollo de las empresas contribuirá a la sostenibilidad de ellas mismas.
- Promover el desarrollo humano como una estrategia sostenible es de vital importancia ya que si invertimos en capacitaciones y educaciones en los empleados asociados a la potenciación del talento humano será un fundamento el cual contiene importantes despliegues económicos para las organizaciones de hoy en día siendo así que pueda prosperar hacia largo plazo buscando resultados que puedan satisfacer, pero además impulsar el desarrollo local de manera positiva a nivel social como económico.
- Desarrollar procesos de gestión que lleven a la organización a su permanencia en el pasar de los años buscando generación de eficientes resultados financieros, lo cual involucre factores del entorno social, personas al interior y su sistema de valores compartidos. De tal forma que con un proceso de gestión permitirá establecer conjuntos de criterios ajustados a una realidad económica de las empresas locales; con el fin de que este diagnóstico determine en que está fallando la organización y como puede determinar variables a la mejora continua.

Para la competitividad se proponen estrategias como:

- Innovar y Desarrollar nuevos productos haciendo que las Pymes sean más innovadoras no olvidemos que la innovación siempre va a tener como referencia las necesidades de los clientes generando un profundo conocimiento además

adaptándose a un ambiente y entorno cambiante donde surgirán nuevas necesidades para la satisfacción de los clientes.

- Optimizar los procesos de trabajo buscando que las Pymes sean más competitivas invirtiendo en productividad creando una buena estructura, coordinando equipos de trabajo donde se puedan conseguir los resultados esperados llevando un buen proceso de medición y control para la mejora de del trabajo.
- Fidelizar a los clientes teniendo en cuenta que las pymes deben enfocarse mucho en que se promueva lo que ellos hacen, prestando servicios excepcionales al consumidor creando una cultura la cual los colaboradores y todos los miembros de la organización se enfoquen en atender y conocer las necesidades de los clientes.
- Clasificar una buena selección de proveedores añadiendo un gran valor a la ventaja competitiva de la empresa, además se debe tratar de implementar una cadena de suministro estable, sólida y eficaz, es un factor clave para que las Pymes desarrollen los procesos de negocio de forma profesional y con gran rendimiento competitivo.
- Gestionar la información en las pymes para que estas inviertan en nuevas tecnologías, aplicaciones de gestión, considerándose como herramientas efectivas para obtener gran cantidad de relevante información y así puedan ser competitivas en diferentes mercados de tal forma que se puedan destacar sobre las demás.

Las buenas prácticas empresariales hacen parte de las características fundamentales para la sostenibilidad de las Pymes en Santa Marta, modelos de

planeación estratégica son necesarios para permanecer en el mercado y aumentar su competitividad y sostenibilidad.

8. CONCLUSIONES

Luego de haber obtenido los resultados de la revisión de la literatura y el análisis y discusión se revelaron las siguientes conclusiones:

Se concluye en forma general que las empresas (Pymes) en la ciudad de Santa Marta están implementando estrategias que les permiten competir tanto en el mercado local como en el internacional lo cual conlleva a que las mismas sean sostenibles y puedan sobrevivir.

Con relación al primer objetivo encaminado a Determinar de qué manera están trabajando las Pymes en mejorar sus factores estratégicos, se encontró que existen pymes de la ciudad Santa Marta, que se han preocupado por mejorar esos factores estratégicos que los ayudaran a tener una mejor gestión para el desarrollo sostenible y así mejorar su nivel competitivo, económico, entre otros.

Por otro lado, en el segundo objetivo enfocado a Identificar la situación de la competitividad en las pymes de Santa Marta, se encontró que estas tienen una situación difícil con respecto a la competitividad debido al bajo nivel de participación por parte de los emprendedores, Se sabe que están trabajando para que las Pymes sean fuertes y sostenibles con la ayuda de factores de éxito como la calidad, innovación y los precios competitivos con el fin de lograr que cada vez las Pymes se fortalezcan más en el departamento y en el país.

En referencia con la Proposición de estrategias de sostenibilidad donde se aumente la competitividad de las Pymes en Santa Marta. Se establecieron estrategias tanto competitivas como sostenibles buscando incentivar la generación y constitución de pequeñas y medianas empresas que ayuden a la ciudad a fomentar más la participación del empleo, mediante la competitividad y sostenibilidad.

De igual manera se tocaron una serie de ideas plasmadas en estrategias que bien aplicadas van a ser de una ayuda fundamental para el desarrollo de cualquier organización en especial las Pymes del presente estudio.

Por lo tanto, las Pymes en Santa Marta también pueden lograr crear un buen desarrollo sostenible para la ciudad siempre y cuando los emprendedores se mantengan en formación con la implementación de los factores estratégicos, Se sabe que si se logra una buena gestión ayudara a la conformación de nuevas empresas y su permanencia en el mercado no solo va a impulsar, sino que, puede promover la eliminación de los negocios informales que no contribuyen económicamente al país.

9. RECOMENDACIONES

Con respecto a la investigación realizada, se establecieron las siguientes recomendaciones:

- Aumentar la capacidad de organización y productividad de las empresas pequeñas y medianas por medio de un programa creado e incentivado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo con la creación de la agencia de emprendimiento e innovación del Gobierno Nacional Colombia.
- Crear concientización en la economía colombiana, de que estas Pymes son el futuro de la ciudad y del país, por ende, debe prestársele la atención a los recursos necesarios, apoyados por el Ministerio de Comercio y la Cámara de Comercio realizando conferencias y eventos para una mayor concientización.
- Incentivar a los directivos para que sus empresas Pymes sean competitivas innovadora y sostenibles frente a la economía de nuestro país, por medio del programa MIPYMES vive digital adscrito en el ministerio de la tecnología de información y comunicación.
- Establecer programas de capacitación para que los directos de las pequeñas y medianas empresas diseñen planes estratégicos que les permitan visionar los cambios del entorno a largo plazo con ayuda del Ministerio de Comercio.
- Concientizar a las entidades financieras sobre la importancia del crédito a las pequeñas y medianas empresas, Con el fin de potenciar el crecimiento de las empresas y regiones anexando la gestión de cursos libres en costeos y brindando información sobre cómo funcionan los créditos de Bancoldex, desarrollando actividades comerciales financieras que generen valor agregado de acuerdo con las necesidades de las pymes.

10. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Ayyagari, Meghana, Thorsten Beck y Asli Demirgüç-Kunt, (2003) "Small and Medium Enterprises across the Globe: A new Database", Policy Research Working Paper, Washington, Banco Mundial.

Americas Market Intelligence, Nubox, y Colppy. (s.f. El Potencial de las PYMES en América Latina. Blog Collpy.

<https://www.colppy.com/blog-colppy/el-potencial-de-las-pymes-en-america-latina/#:~:text=M%C3%A1s%20del%2099%25%20de%20las,%2C%20Colombia%2C%20M%C3%A9xico%20y%20Per%C3%BA.>

Arias, A., Jung, A. & Peña, I. (2006). Abandono del negocio en empresas de reciente creación. Temas & debates. Perspectiva. El estado y condiciones para el emprendimiento en las pequeñas y medianas empresas de Santa Marta, Colombia.

<https://revistas.usergioarboleda.edu.co/index.php/verbum/article/download/464/407/>

Ansoff (1998) La Dirección Estratégica en la Práctica Empresarial Pearson, México D.F

https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/12462/8/2019_estrategias_crucimiento_competitividad.pdf

Agyapong, D. (2010). "Micro, small and medium enterprises' activities, income level and poverty reduction in ghana - A synthesis of related literature." International Journal of Business and Management, 5(12), 196.

<http://laccei.org/LACCEI2012-Panama/RefereedPapers/RP031.pdf>

Ávila (2006) Determinación de la Productividad Total del Sector de Servicios de Impresión en Cd. Cuauhtémoc, Chih. Tesis M. C., Instituto Tecnológico de Cd. Juárez, Cd. Juárez, Chih.

http://bibliodrogas.cl/biblioteca/documentos/ESTADISTICAS_5924.PDF

Arias (2012) ¿Qué es la investigación documental según varios autores? investigacioncientifica.org/

<https://investigacioncientifica.org/investigacion-documental-segun-autores/>

Blog hubspot (2019) La importancia de las PYMES en Colombia

<https://blog.hubspot.es/marketing/la-importancia-de-las-pymes-en-colombia>

Blazquez, Dorta y Verona (2006) Blázquez, F., Dorta, J. A., y Verona, M. C. (2006). Concepto, perspectivas y medida del Crecimiento empresarial. Cuadernos de Administración PUJ, 19(31), 172-174, 176-180, 184, 185, 187. Blázquez, F., Dorta, J. A., y Verona, M. C. (2006). Factores del crecimiento empresarial. Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas. Revista Innovar , 16 (28), 49-51.

https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/12462/8/2019_estrategias_crecimiento_competitividad.pdf

Blázquez, F., Dorta, J. A., y Verona, M. C. (2006). Concepto, perspectivas y medida del Crecimiento empresarial. Cuadernos de Administración PUJ, 19(31), 172-174, 176-180, 184, 185, 187. Blázquez, F., Dorta, J. A., y Verona, M. C. (2006). Factores del crecimiento empresarial. Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas. Revista Innovar , 16 (28), 49-51.

https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/12462/8/2019_estrategias_crecimiento_competitividad.pdf

Blogspot.com (2017) Investigación Documental. Tipos y Paradigmas M_D

<http://invdocumb2016.blogspot.com/2017/01/>

Bradley y Rubach, (1999) "Small Business Bankruptcies: a Comparison of Causes from 1981 and 1995". Journal of Business Entrepreneurship, 11, 1.

<https://revistas.usergioarboleda.edu.co/index.php/verbum/article/download/464/407/>

Bulgerman (2002) El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica.

<https://www.redalyc.org/pdf/646/64629832007.pdf>

Bonn y Fisher (2011) Sustainability: The missing ingredient in strategy. Journal of Business Strategy, 5-14.

<https://www.redalyc.org/pdf/646/64629832007.pdf>

Bancolombia; (2020) Conoce todo sobre las pymes en Colombia.

<https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios/actualizate/legal-y-tributario/todo-sobre-las-pymes-en-colombia>

Carrero, G. (2013). Estudio sobre el éxito o fracaso de las PYMES en Puerto Rico, un modelo Predictor.

CEPAL (2018). Anuario Estadístico. Santiago de Chile: Naciones Unidas.

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2022/1/Manual_Micro_Pequeña_Mediana_Empresa_es.pdf

Cazares (2000) Investigación Documental. Introducción a la investigación. Blogspot.com

<http://ustminvestigacion.blogspot.com/2016/06/investigacion-documental.html>

Chandler (2003) blogspot

<https://www.redalyc.org/pdf/646/64629832007.pdf>

Carneiro Caneda (2010)

<https://www.redalyc.org/pdf/646/64629832007.pdf>

Cámara de Comercio Santa Marta para el magdalena, Nacimiento y supervivencia de las empresas en el magdalena (2017).

<https://www.ccsm.org.co/servicios-empresariales/servicios-ofertas-empresariales/estudios-economicos/investigaciones-e-indicadores-economicos/send/78-investigaciones/48158-nacimiento-y-supervivencia-de-las-empresas-en-el-magdalena-nov-2017.html>

Cámara de Comercio Santa Marta, Actividad empresarial del magdalena y santa marta 2006-2010

<https://www.ccsm.org.co/servicios-empresariales/servicios-ofertas-empresariales/estudios-economicos/investigaciones-e-indicadores-economicos/send/78-investigaciones/7326-analisis-actividad-empresarial-mag-2006-2210.html>

Carlos Villalobos, La importancia de las PYMES en Colombia (2019).

<https://blog.hubspot.es/marketing/la-importancia-de-las-pymes-en-colombia>

CEPAL. (2015). Estudio Económico de América Latina y el Caribe. Recuperado el 06 de noviembre de 2015 en

http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/38713/S1500733_es.pdf?sequence=106

CEPAL. (2011) Políticas para las pymes de América Latina: Balances y Perspectivas.

<http://www10.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2014/13985a09.pdf>

Castañeda, E & Naranjo, L (2017) Competitividad de las pymes sector comercio. Trabajo de grado para optar por el título de Administradores de Empresas

https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10406/Castaneda_Naranjo_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cano, C (2015) Condiciones competitivas de las pymes en la costa caribe colombiana: el caso de Santa Marta

https://www.researchgate.net/publication/315553365_CONDICIONES_COMPETITIVAS_DE_LAS_PYMES_EN_LA_COSTA_CARIBE_COLOMBIANA_EL_CASO_DE_SANTA_MARTA

Cervantes, M., y Pilataxi, R. (2011). Análisis socioeconómico de la gestión de la ONG “Fundación Maquita Cushunchic -MCCCH”-, en el desarrollo del sector de tiocajas del Cantón Guamote provincia de Chimborazo periodo 2007-2009. Lineamientos alternativos. Tesis. Ecuador: Universidad Nacional de Chimborazo.

<http://revistas.curnvirtual.edu.co/index.php/aglala/article/view/894/722>

Castillo y Cortellese. (1998), Importancia y análisis del desarrollo empresarial, Pensamiento y gestión Universidad del norte.

<https://www.redalyc.org/jatsRepo/646/64646279008/html/index.html>

Castillo p. (2011). Política económica: crecimiento económico, desarrollo económico, desarrollo sostenible. Revista internacional del mundo económico y del derecho volumen iii (2011) págs. 1-12.

<http://www.revistainternacionaldelmundoeconomicoydelderecho.net/wpcontent/uploads/RIMED-Pol%C3%ADtica-econ%C3%B3mica.pdf>

Director Cámara de Comercio (2018): “Santa Marta y Magdalena estancados en competitividad”

<https://www.opinioncaribe.com/2018/05/17/santa-marta-y-magdalena-estancados-en-competitividad-director-camara-de-comercio/>

El Espectador (2018) ¿Por qué el 70% de las empresas en Colombia fracasan en los primeros cinco años? Redacción nacional 28 de octubre 2018.

<https://www.elespectador.com/noticias/economia/por-que-el-70-de-las-empresas-en-colombia-fracasan-en-los-primeros-cinco-anos/>

EFE (2018). La ONU considera que las Pymes son la espina dorsal de la economía y las mayores empleadoras del mundo. Revista 20 Minutos.

<https://www.20minutos.es/noticia/3382959/0/pymes-microempresas-onu-economia-empleo/?autoref=true>

Ferrer y Tresierra (2009) Sistemas contables, fiscales en las sociedades de producción rural, sociedades unipersonales, fuentes de financiamiento y pymes.

[https://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1191/concepto_de_pyme.html#:~:text=Para%20Ferrer%20y%20Tresierra%20\(julio,No%20emiten%20valores%20negociables.&text=No%20cuentan%20con%20un%20equipo,a%20costes%20de%20mercado%20elevados.](https://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1191/concepto_de_pyme.html#:~:text=Para%20Ferrer%20y%20Tresierra%20(julio,No%20emiten%20valores%20negociables.&text=No%20cuentan%20con%20un%20equipo,a%20costes%20de%20mercado%20elevados.)

Getz y Lee (2011), Why your strategy isn't working. Business Strategy Series, Nov-Dec, 12(6), 303-307.

<https://www.redalyc.org/pdf/646/64629832007.pdf>

Guzmán, J y Santos, F.J. (2008): “Entrepreneurial Orientation, Entrepreneurial Structure and the economic growth of region”, en M. Rekowski (coor) Entrepreneurial Tissue and Regional Economy, Poznan: The Poznan University of Economics Publishing House, 49,71.

<https://www.redalyc.org/pdf/866/86629567010.pdf>

García, O. (2003). Valoración de empresas, gerencia del valor EVA. Norma, Bogotá

https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/12462/8/2019_estrategias_cr ecimiento_competitividad.pdf

Hernandez (2003), Capitulo III metodología de la investigación

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/hernandez_s_j/capitulo3.pdf

Hernández Pérez, J. Á. (marzo de 2011). Modelo de competitividad de las cinco fuerzas de Porter. Recuperado el 17 de noviembre de 2017, de Gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/modelo-competitividad-cincofuerzas-porter/>

<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/15453/AN%C3%81LISIS%20DE%20LA%20ESTRATEGIA%20COMPETITIVA%20POR%20MEDIO%20DE%20LAS%20CINCO%20FUERZAS%20DE%20PORTER%20EN%20LA%20ASOCIA CI%C3%93N%20D.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hernández, Fernández y Baptista (2014). Diseños no experimentales. Según Hernandez, fernandez y Baptista. Blogspot.

<http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2012/12/disenos-no-experimentales-segun.html#:~:text=Dise%C3%B1os%20no%20experimentales.-,Seg%C3%BAAn%20Hernandez%2C%20fernandez%20y%20Baptista.,variar%20int encionalmente%20las%20variables%20independientes.&text=Por%20decirlo%20d e%20alguna%20manera,se%20'construye%22%20una%20realidad.>

Jaramillo, J. (2007). Factores y/o causas que determinan el éxito o fracaso de las iniciativas empresariales en las micro y pequeñas unidades productivas de Aburrá sur. Medellín: Universidad de Medellín. Facultad de Economía.

<https://revistas.usergioarboleda.edu.co/index.php/verbum/article/download/464/407/>

Jackson, S. E. (2011). Making strategies stick. *Journal Business Strategy*, 32(1), 61-63.

<https://www.redalyc.org/pdf/646/64629832007.pdf>

Kerlinger y Lee (2002), Diseños de la Investigación No Experimental, Biblioteca itson mx

http://biblioteca.itson.mx/oa/educacion/oa14/disenio_investigacion/p11.htm

Laboratorio de Análisis Económico y Social (2017). Las Pymes en el mundo elementos para una redefinición.

Koontz & O'Donnell (2013), Competitividad empresarial, Monografias.com

[https://www.monografias.com/docs111/competitividad-empresarial/competitividad-empresarial.shtml#:~:text=Para%20Koontz%20%26%20O%22Donnell%20\(en%20relaci%C3%B3n%20a%20sus%20competidores.&text=En%20estos%20tipos%20de%20mercado,es%20competitiva%20en%20otros%20factores.](https://www.monografias.com/docs111/competitividad-empresarial/competitividad-empresarial.shtml#:~:text=Para%20Koontz%20%26%20O%22Donnell%20(en%20relaci%C3%B3n%20a%20sus%20competidores.&text=En%20estos%20tipos%20de%20mercado,es%20competitiva%20en%20otros%20factores.)

Kalmanovitz S. (2018) Desarrollo economico

https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/8314/1/2018_contribucion_mi_pymes_santamarta.pdf

Lukac, E. & Frazier, D. (2012). Linking strategy to value. *Journal of Business Strategy*, 33(4), 49-57.

<https://www.redalyc.org/pdf/646/64629832007.pdf>

Mintzberg y Quinn, (1995), ¿Que es la estrategia?

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/ruiz_g_ml/capitulo2.pdf

Michael Porter (1979) Las 5 Fuerzas de Porter – Clave para el Éxito de la Empresa.

<https://www.5fuerzasdeporter.com/>

Montilla Carmon M y Montero Caro M (2011) Fudepa. Obtenido de: Desarrollo Emprearial y Emprendedores:

<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/17949/QuinteroReatigaJuanSebastian2018.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Mingrone (2007) Fichaje, Academia

<https://www.academia.edu/38212263/FICHAJE>

Nagore, T., Les, M. & Erro, A. (2006). La creación de empresas en Navarra. Situación actual y propuesta para su desarrollo. Cámara Navarra de Comercio e Industria. Sexto Congreso de Economía de Navarra.

<https://revistas.usergioarboleda.edu.co/index.php/verbum/article/download/464/407/>

Orozco., E, Bateman., C, Torres., M. (2015). El estado y condiciones para el emprendimiento en las pequeñas y medianas empresas de Santa Marta, Colombia

<https://revistas.usergioarboleda.edu.co/index.php/verbum/article/download/464/407/>

Opinión Caribe (2018) “Santa Marta y Magdalena estancados en competitividad”: Director Cámara de Comercio”

<https://www.opinioncaribe.com/2018/05/17/santa-marta-y-magdalena-estancados-en-competitividad-director-camara-de-comercio/>

Pretelt S. (2000)

https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/8314/1/2018_contribucion_mi_pymes_santamarta.pdf

Palella y Martins (2010) Metodología de la investigación

<https://www.monografias.com/docs115/metodologia-investigacion-elementos/metodologia-investigacion-elementos2.shtml>

Prahalad, C y Hamel, G. (1990) the core competence of the corporation. Harvard Business Review, 68 (3) (1990), pp. 79-91. Recuperado de: View Record in Scopus.

https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/12462/8/2019_estrategias_cr_ecimiento_competitividad.pdf

Quintero, L. (2012) El sistema nacional de ciencia, tecnología e innovación colombiano: caracterización del sistema y análisis de algunos sectores implicados. Departamento de Organización de Empresas, Economía Financiera y Contabilidad. Universidad Politécnica de Valencia, Valencia. Quintero, L y Herrera, H. (2012). La innovación en pymes: empresas, empresarios y proyectos. Universidad Nacional de Colombia: Centro de Investigaciones para el Desarrollo [CID], Bogotá

Quintero, K (2018) Contribución de las MiPymes en el desempeño económico del distrito de santa marta. Análisis Sistemático de Literatura presentado como modalidad de Grado optar el Título de Administrador de Empresas

https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/8314/1/2018_contribucion_mi_pymes_santamarta.pdf

Quinn y Voyer (1998)

<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/sotavento/article/download/1611/1450/>

Quiñones, Velazques y Hernandez (2011)

<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/17949/QuinteroReatigaJuanSebastian2018.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Revista Dinero (2017) Los retos que enfrentan las MiPymes en Colombia. MIPYMES | 2/2/2017.

<https://www.dinero.com/edicion-impresa/pymes/articulo/los-retos-que-enfrentan-las-mipymes-en-colombia/241586>

Robbins & Coulter (2013) Competitividad empresarial, Gestipolis

<https://www.gestipolis.com/competitividad-empresarial/>

Revista EJE21 (2018) El 70% de las empresas en Colombia fracasan en los primeros 5 años.

<https://www.eje21.com.co/2018/10/el-70-de-las-empresas-en-colombia-fracasan-en-los-primeros-5-anos/>

Rojas Crotte, I. R. (Julio-Diciembre de 2011). Elementos para el Diseño de Técnicas de Investigación: Una Propuesta de Definiciones y Procedimientos en la Investigación Científica . Recuperado el 13 de Julio de 2017, de Elementos para el Diseño de Técnicas de Investigación: Una Propuesta de Definiciones y Procedimientos en la Investigación Científica:

<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/28559/1/FJCS-TS-269.pdf>

Rodríguez Peñuelas, (2008:10) TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

https://www.academia.edu/32992121/T%C3%89CNICAS_E_INSTRUMENTOS_DE_LA_INVESTIGACION

Rojas Soriano (1996-1997) Técnicas e instrumentos de investigación, eumed.net enciclopedia virtual

https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas_instrumentos.html

Rodriguez D, Bolaño, D (2018) estrategias de crecimiento utilizadas para la competitividad en las microempresas colombianas.

https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/12462/8/2019_estrategias_cr_ecimiento_competitividad.pdf

Saa, (2009) Fichaje

<https://www.academia.edu/38212263/FICHAJE>

Seguimiento.co (2020) El 50% de las empresas en Magdalena se encuentran en cese temporal de actividades 09/04/2020

<https://seguimiento.co/magdalena/el-50-de-las-empresas-en-magdalena-se-encuentran-en-cese-temporal-de-actividades-35296>

Tunal (2003). El problema de clasificación de las microempresas, Red Actualidad Contable Faces, 2005. ProQuest Ebook Central, http://ebookcentral.proquest.com/lib/ucooperativasp/detail.action?docID=31_59888. Created from ucooperativasp on 2018-03-09 07:42:57.

https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/12462/8/2019_estrategias_cr_ecimiento_competitividad.pdf

Ueki, Y. et al. (2005). Tecnología de la información y las comunicaciones (TIC) para el fomento de las pymes exportadoras en América Latina y Asia oriental. Recuperado de: <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/9/26929/Serie%20Web%2033.pdf>, 12/09/11

<http://laccei.org/LACCEI2012-Panama/RefereedPapers/RP031.pdf>

Velázquez, G. (2008). ¿Las pequeñas y medianas empresas mexicanas requieren aplicar diagnósticos organizacionales? CIECAS.

<https://revistas.usergioarboleda.edu.co/index.php/verbum/article/download/464/407/>