

SOCIEDADES LIMITADAS Y EMPRESAS UNIPERSONALES DE OCAÑA: UNA CARACTERIZACIÓN

JOSÉ GREGORIO ARÉVALO ASCANI

Recepción:
13 agosto de 2010

Aprobación:
Octubre 15 de 2010

Magister en Administración de Empresas. Especialista en Gestión para el Desarrollo Empresarial
Especialista en Práctica Docente Universitaria. Administrador de Empresas
Docente Tiempo Completo. UFPS Ocaña
jgarevalo@ufpso.edu.co, jgarevalo@gmail.com
Grupo de Investigación en Desarrollo Socio Empresarial UFPS

Resumen

El presente documento forma parte de una investigación más amplia, titulada "Caracterización de la actividad económica empresarial de la ciudad de Ocaña", llevada a cabo por el autor del presente artículo y dirigida a apoyar el desarrollo de nuevas actividades productivas en la ciudad de Ocaña.

El objetivo del estudio es, de una parte, caracterizar la actividad económica de las Sociedades Limitadas y Empresas Unipersonales de la ciudad, para de esta forma identificar su estructura empresarial, teniendo en cuenta aspectos como, la actividad económica, sucursales, ubicación, el tamaño, situación jurídica, financiera, empleo generado, vocación exportadora, entre otros aspectos. De la misma forma determinar las condiciones actuales que enmarcan las áreas de producción, mercadeo, contable, financiera y talento humano de este tipo de empresas y a partir de allí, definir los aspectos sobre los cuales la localidad debe emprender acciones en el corto y mediano plazo. [1]

En particular, los resultados obtenidos permiten establecer las debilidades empresariales, con el fin de diseñar espacios de formación empresarial que de la posibilidad a los empresarios de adquirir conocimientos gerenciales, enfocados hacia prácticas exitosas de gestión.

Palabras Claves:

Caracterización, Sociedad limitada, empresa unipersonal.

Abstract

The present document is part of a broader investigation titled "Characterization of the economic managerial activity of Ocaña's city carried out by the author of the present presentation and directed to supporting the development of new productive activities in Ocaña city.

The aim of the study is, of a part, characterize the economic activity of the Limited Companies and Self-employed person of the city, in order to identify his managerial structure, bearing aspects in mind as, the economic activity, branches, location, the size, juridical, financial situation, generated employment, exporting vocation, among other aspects. Of the same way to determine the current conditions that frame the areas of production, marketing, book-keeper, financier and human talent of this kind of companies. And from there to define the aspects on which the locality must undertake actions in short and medium term.

Especially, the obtained results allow establishing the managerial weaknesses, in order to design spaces of managerial formation, to offer a possibility to the businessmen of acquiring managerial knowledge focused towards successful practices of management.

Keywords:

Characterization, limited company, individual company.

Introducción

Las políticas gubernamentales [2] y las decisiones empresariales de las organizaciones no logran los resultados esperados en razón a que las primeras desconocen la estructura empresarial y las segundas no tienen medición continua sobre aspectos claves como son la gestión estratégica, la gestión de clientes y mercados, la gestión integral del talento humano y la creación de valor.

La anterior situación impide que se apliquen prácticas exitosas de gestión, que lleven a las empresas a ser competitivas a nivel nacional e internacional. Por lo anterior para determinar la competitividad de la ciudad de Ocaña es necesario primero conocer la situación actual y potencial del tejido empresarial del municipio, ente fundamental de la región.

Sin embargo los estudios [3] locales realizados sobre las empresas de Ocaña no han tenido continuidad con el fin de conocer como es la evolución y cuál es su situación actual, razón por la cual existe un vacío de conocimiento que nos lleva a interrogarnos sobre cuáles son las características que posee la actividad económica empresarial de la ciudad de Ocaña en cuanto a número de empresas de la localidad, las actividades económicas de mayor importancia, las zonas en donde se ubican geográficamente, el tamaño de las firmas, el empleo generado, entre otros aspectos. En este marco las sociedades limitadas y las empresas unipersonales ocupan un lugar importante: generan empleo, impulsan proyectos sociales, como también son forjadoras del progreso económico de una región. Por lo anterior, el presente trabajo se centra en la necesidad de proporcionar a la región y a sus actores herramientas adecuadas que ofrezcan con el debido rigor técnico, información útil, en primer lugar, para orientar las decisiones públicas y privadas y en segundo lugar profundizar en la identificación y definición de las políticas e instrumentos para promover el desarrollo económico de la localidad. Para la realización del diagnóstico de las empresas del estudio fue preciso conocer información respecto a la aplicación del proceso administrativo

y el manejo de las diferentes áreas funcionales. Esta información permitió dimensionar las prioridades que deben atender las autoridades y las que requieren la participación del sector privado para mejorar el entorno, promover la sostenibilidad del empleo y un mejor nivel de vida para los habitantes. En el desarrollo de la investigación se aplicó un cuestionario, por medio de visitas a las empresas puerta a puerta, entrevista directa y observación, cuyo objetivo fue caracterizar a las sociedades limitadas y empresas unipersonales de la Ciudad de Ocaña inscritas en la Cámara de Comercio, con registro mercantil vigente año 2009.

Materiales y Métodos

El trabajo se desarrolló por medio de una metodología descriptiva, ya que lo que se buscó fue recopilar información acerca de la caracterización empresarial de las sociedades limitadas y empresas unipersonales, que sirviera como soporte para la propuesta investigativa: Caracterización de la actividad económica empresarial de la ciudad de Ocaña. Se identificó una población susceptible a la investigación, conformada por las unidades económicas formalmente establecidas ubicadas en la ciudad de Ocaña y que estuvieran registradas en la Cámara de Comercio de Ocaña, caracterizando una muestra de 21 sociedades limitadas y 8 empresas unipersonales.

Mediante visitas de campo se les aplicó una encuesta estructurada para recolección de información, evaluando las variables de características del propietario, información contable y financiera, mercadeo y ventas, administración y organización, operación y producción y recurso humano. Se aplicó a las empresas de la ciudad de Ocaña, sin excepción a un miembro de la empresa, con cargo de dirección y conocedor de la filosofía y el funcionamiento de la misma. Adicionalmente se hizo un recorrido de reconocimiento por las instalaciones de cada organización con el fin de hacer más confiable la información.

Se realizó la validación, tabulación y análisis de la información recolectada en los formularios respectivos y se elaboró el informe preliminar y se socializó ante los actores y agentes del sector productivo y comunidad universitaria quienes hicieron los respectivos comentarios y recomendaciones sobre el mismo, posteriormente se incorporaron los ajustes respectivos en el documento final.

Resultados

Se consolidó una base de datos importante que cubrió la muestra de la población susceptible a la investigación, que permitió identificar y caracterizar a las empresas limitadas y sociedades unipersonales de la ciudad de Ocaña.

Información básica

Las empresas objeto del estudio, tienen una estructura empresarial especializada en el sector de los servicios en un 52% (15), siendo esta la principal actividad. Ofreciendo servicios tales como: salud, informática, electricidad, seguros, arrendamientos, vigilancia y construcción. Seguida del sector comercial que concentra el 45% (13) de las empresas dedicadas a la distribución de víveres y abarrotes, venta de celulares y accesorios, fabricación de alimentos y textiles y finalmente, se destaca al sector agrícola que representa solo el 3% (1).

Según los años de actividad empresarial el 35% (10) de las empresas en Ocaña se crearon entre los años 2006 y 2009, siendo una ciudad con empresas de reciente creación. Seguido del 48% (14) constituidas durante los años 1990 y 2005 años que fueron de auge en la constitución de empresas generadoras de empleo en la ciudad de Ocaña. El 14% (4) comenzaron a existir durante los años 1980 y 1989. En un porcentaje pequeño 3% (1) se constituyó antes del año 1980.

De acuerdo al tamaño de la unidad productiva las empresas se clasifican en micro, pequeñas y medianas, cada una con características

diferenciales que rige la ley 590 de 2000. A partir del análisis de este indicador, se observa claramente el papel protagonista de la microempresa en nuestro tejido productivo equivalente al 86% (25) y el 10% (3) corresponde a la pequeña empresa, es importante destacar la escasa participación de la mediana empresa 3% (1). Esta composición muestra de alguna manera el grado de desarrollo económico que posee la región, de ahí que es en las microempresas y las pequeñas organizaciones en donde se deben centrar las acciones privadas y públicas que busquen fortalecer y modernizar la estructura productiva.

En Ocaña, el 90% (26) de las empresas cumplen con los requisitos empresariales mínimos para su funcionamiento. Esto denota un alto índice de legalidad con los parámetros establecidos por el estado para el funcionamiento de cualquier actividad comercial, de producción o de servicios. Los requisitos que se cumplen en mayor proporción son el registro mercantil, expedido por la Cámara de Comercio, el registro de industria y comercio, que exige la Alcaldía Municipal, Registro Sanitario, Bomberos y Sayco y Acinpro.

En materia de registros especiales las cifras demuestran que las sociedades limitadas y empresas unipersonales de la Ciudad de Ocaña no demuestran preocupación por la normatividad exigida en este sentido. Al momento de la encuesta tan solo 1 empresa cuenta con el certificado ISO 9000 de calidad y en particular 1 empresa que procesa alimentos posee código de barras, licencia INVIMA y registro de marcas y patentes.

Características del propietario

La encuesta encontró que de los 29 propietarios de las empresas; 21 son personas casadas, equivalente a un 72%, porcentaje que demuestra la estabilidad familiar de los empresarios en el entorno, 6 solteros que corresponde al 21%, que aprovechan las oportunidades que le brinda el mercado para desarrollar su actividad y 2 con 7% son personas viudas que pese a sus circunstancias continuar con sus negocios.

El rango de edad predominante entre los empresarios está entre los 40 y los 49 años 41% (11), siendo este el segmento más grande de la población; seguido de las personas entre edades de 50 y 59 años en un 26% (6); además existe una participación entre las edades de 30 y 39 años 22% (7) y un porcentaje mínimo para jóvenes de edades entre 20 y 29 años en un 11% (3). Estos datos indican varios hechos importantes: Que aún no existe un núcleo de empresarios de reemplazo, igualmente que la gente joven aún no está considerando la carrera empresarial como una opción válida e interesante de desarrollo personal. El sesgo en la distribución de edades hacia el lado de los mayores de 50 años se puede explicar por el hecho de que sólo ellos se han sentido con la misión de ser empresarios.

En cuanto al nivel educativo, el 53% (15) de los empresarios de la región son profesionales universitarios y el 29% (8) de ellos cuenta con posgrado. En su mayoría, su formación académica corresponde al sector de la economía y la administración; al observar el nivel educativo por tipo de empresa se puede concluir que el nivel educativo es un factor importante que impulsa la capacidad empresarial. Sin embargo, de las 29 personas que contestaron la encuesta, el 18% (5) poseen apenas estudios de secundaria.

De otra parte, al preguntarles por la mayor dificultad que enfrenta el negocio, el 38% (11) respondió que de competencia debido a que se enfrentan a una economía globalizada donde se observan comportamientos desleales por parte de unas empresas que crean mala imagen y desmeritan a sus competidores, bien sea por el precio, la calidad del producto y la atención del servicio. En cuanto a la competencia directa con las demás empresas, no se observa en general que se tengan estrategias de investigación de la competencia y predomina por lo tanto la intuición y los comentarios que vienen del exterior. Luego, el 14% (4) considera al recurso humano como su mayor dificultad, debido a que en la zona no se cuenta personal calificado; el 21% (6) mencionan aspectos tales como el financiero,

de mercado y tecnología, debido a que no hay recursos económicos para invertir. En pequeña medida otros factores a los cuales están expuestos y que dificultan el normal desenvolvimiento de la empresa están expresados en 17% (5), como también hay organizaciones que no enfrentan ninguna dificultad debido a que cuentan con la infraestructura necesaria, el capital, el recurso humano y un buen desempeño empresarial representadas en un 10% (3).

Información contable y financiera

En muchas ocasiones se encuentra una ausencia de registros contables o un sistema inadecuado de los mismos y de los estados financieros, lo cual imposibilita conocer el contexto de la empresa y realizar pagos oportunos. Del total de las Empresas encuestadas, 23 de ellas llevan: registros escritos de las ventas del negocio, de las compra de materiales, cuentas por cobrar del negocio, de salarios o pagos a los trabajadores y 6 registran 2 o 3 actividades simultáneamente. Se pudo observar que en la ciudad de Ocaña los empresarios pagan el servicio de contabilidad como un soporte y un control a todas las transacciones que se ejecutan mensualmente por lo tanto el 86% (25) utilizan este servicio contable y un porcentaje mínimo del 14% (4) no ha implementado el servicio debido a la falta de asesoría, al costo o simplemente a llevar sus cuentas empíricamente. En su mayoría las empresas adoptan sistemas o paquetes contables que permiten agilizar los procesos y realizar consultas sobre el comportamiento de sus actividades, dentro de estos se encuentran: SIGO, TNS, MICRO_10, SOFTWARE MANAGER, SIMI; siendo los más reconocidos y utilizados por las organizaciones del estudio.

Respecto a la planeación financiera, se observa que es una actividad que tiene una importancia notable en la administración de las empresas, ya que el uso de herramientas como indicadores financieros es alto. El 76% (22) utilizan los indicadores financieros para observar el comportamiento del negocio, debido a que estos arrojan cifras reales y confiables que permiten tomar decisiones en la

organización; el 24% (7) lo realiza a través de flujos de caja, indicadores de producción, de mercado o simplemente no tienen conocimiento de alguno. Los ingresos mensuales por ventas para las empresas limitadas y sociedades unipersonales se ubica en el rango de 2 y 4 millones en un 31% (9). Seguido de las empresas que poseen un capital alto, una buena infraestructura y un buen reconocimiento en el mercado superando sus ingresos con más de 10 millones 24% (7). Ocupan un 14% (4) las empresas con ingresos mensuales entre 4 y 10 millones siendo empresas que ofrecen nuevos servicios y una mejor atención y el 21% (6) entre 1 y 2 millones son empresas que no superan 1 trabajador en su estructura y la capacidad amerita este ingreso. El resto no suministraron información alguna 10% (3), referentes al monto de ventas, sin embargo aquellas que si lo hicieron permitieron evidenciar que se trata de microempresas desde el punto de vista de las ventas.

Mercadeo y ventas

Las acciones que realizan para atraer clientes y mantener los que tienen son en su gran mayoría: la calidad y mejor atención en un 48% (14), publicidad y descuentos 14% (4), y 38% (11) involucran todas las acciones.

Se nota en general una falta de conciencia, en las empresas, de la necesidad de mantener relaciones comerciales más eficientes con el cliente, lo cual trae como consecuencia que la empresa se vuelva rígida ya que si el producto no es del total agrado de un cliente, en vez de buscar la forma de adaptarse a las necesidades del mismo, se buscan clientes que acepten las condiciones de la empresa, desconociendo que de esa forma se pierde parte del mercado y por lo tanto competitividad. Esto se relaciona también con el hecho de que la cultura de orientación hacia el cliente aún no está lo suficientemente difundida hacia el interior de las empresas del estudio.

La encuesta encontró que la cobertura geográfica de las empresas es: 14 empresas comparten sus productos o servicios a nivel regional, 9 nivel nacional, 2 nivel local y 4 a nivel local y regional. Así

mismo se obtuvo que el 48% (14) de las empresas están preparadas para incursionar en mercados externos gracias a la gestión que vienen realizando en cuanto a infraestructura, cumplimiento de requisitos, calidad, capacidad profesional para mejorar sus productos, aplicación de nuevas técnicas y sistemas constructivos, capital necesario y facilidad de expansión en el mercado.

Al indagar por los medios que utilizan las empresas para enterarse de la competencia estos respondieron: clientes 48% (14), debido a que están en contacto con las empresas y quienes mejor que ellos para suministrar información sobre precios, productos y atención. El 31% (9) utiliza la observación convirtiéndose en un buen medio para determinar qué tipo de clientes hay, los productos que ofrecen, el personal, instalaciones físicas, avisos, eventos y demás características que permitan detectar el comportamiento de la competencia. Las 6 empresas restantes (21%) aplican los dos medios incluyendo además a los amigos, con el fin de obtener mayores resultados. Teniendo en cuenta los sistemas de distribución que se aplican en la ciudad de Ocaña el 55% (16) ofrecen el servicio en su punto de venta ya que solo tienen establecido un local y no han creado estrategias para abrir nuevos puntos en otras zonas de la ciudad; el 31% (9) son minoristas y poseen agencia comercial y el 14% (4) utilizan varios canales permitiendo que haya una mayor diversificación del producto y servicio.

Por el lado de las ventas, muy pocas empresas suministran información sobre valores aproximados a las ventas mensuales, solo contestaron cuales eran los meses de mayor, menor y normal actividad de acuerdo a temporadas en el transcurso del año señalando el mes de diciembre como el mejor mes, en el cual las ventas alcanzan niveles máximos que compensan aquellas temporadas bajas. Las ventas en el mes de normal actividad para casi todas las empresas reflejan ser todo el año, excepto el mes de diciembre y de enero. Y el nivel de ventas en el mes de menor actividad es el mes de enero, debido a que según ellos ya ha pasado la temporada alta y las personas no cuentan con una buena capacidad de compra.

La gran mayoría de los empresarios fijan los precios de sus productos o servicios a través de precios oficiales 73% (21), establecidos bien sea por su distribuidor autorizado o por la empresa como tal. El 17% (5) son determinados a través de la función de costos teniendo en cuenta los gastos y su margen de utilidad y el 10% (3) tienen en cuenta la demanda de los clientes.

Administración y organización

El manejo y la dirección de las empresas del estudio están orientados generalmente por su propietario basándose en su criterio personal y experiencia propia. No obstante las empresas son conscientes de la necesidad de poseer una estructura organizativa que permita realizar y actuar ante los cambios. Como es el caso de las empresas Limitadas y Sociedades Unipersonales de la ciudad de Ocaña, que poseen en general un buen clima organizacional; tienen la ventaja de su flexibilidad lo que les permite tener posibilidades de desarrollar la planeación estratégica.

Según el análisis en la ciudad de Ocaña, 17 de las organizaciones poseen organigrama, 20 tienen proyectada su visión, 21 tienen clara su misión, 16 realizan las actividades de acuerdo a un manual de procedimientos, 19 dan cumplimiento escrito al manual de funciones, 17 siguen lo plasmado en el reglamento interno de trabajo y 11 utilizan un manual de salud ocupacional. Así como estas empresas tienen claros los conceptos de su estructura organizacional. Pero al mismo tiempo, hay empresas que no conocen los términos o no los aplican. Por lo tanto 12 no tiene organigrama, 9 saben que es una visión pero no la tienen escrita, 8 no tiene misión, 13 no se guían por el manual de procedimientos, igualmente 10 no tiene manual de funciones, 12 no posee un reglamento interno y 18 no aplican un programa de salud ocupacional.

La situación anterior, da cuenta de que las actividades de planeación a largo plazo son escasas y que además las decisiones en su mayoría tomadas por estas empresas son encaminadas al bienestar del día a día o de corto plazo. [4]

Operación y producción

Cabe señalar que los 29 empresarios tienen claramente establecida la política y objetivos de calidad como una herramienta para estar constantemente innovando en la elaboración del producto o prestación del servicio. Situación reflejada a la hora de seleccionar sus proveedores de materia prima, insumos o materiales, en este caso, señalan como principal criterio la calidad y el precio 52% (15) y el 48% (14) tienen en cuenta factores como entrega, política de devoluciones, asistencia técnica y descuentos por volumen y por su parte hay otros que no tienen en cuenta dichas variables.

De acuerdo a la capacidad de sistemas informáticos, se tiene que el 81% (23) de los empresarios invierten en herramientas que les permitan un manejo más adecuado desde el punto de vista tecnológico y de las comunicaciones en general. Lo demuestra el hecho de que utilizan equipos de cómputo, acceso de internet, líneas de fax y líneas telefónicas y el 19% (6) utilizan solo línea telefónica o dos sistemas a la vez.

Prácticamente no existe una política gerencial sobre innovación tecnológica, ya que no se promueve una cultura de investigación y desarrollo dentro de las empresas. La tecnología muy avanzada sólo manifiesta tenerla el 24% (7) de las empresas. Por su parte, el 66% (19) alcanzan un nivel intermedio aportando un mejoramiento de los productos y maquinaria de manera que dicho esfuerzo tenga la trascendencia y aceptación en las normas y mercados internacionales. De la misma manera hay que tener en cuenta que el 10% (3) no incorporan tecnología, ya que no la necesitan o muchas veces por qué no la conocen.

Recurso humano

La encuesta indagó también por el estado actual del empleo en las empresas; para ello se preguntó acerca del número de empleos generados. Actualmente de los 207 empleados existentes el 40% son hombres y el 60% corresponde a mujeres,

predominando una buena participación del sexo femenino como un género que adquiere valores y habilidades en el proceso empresarial. Referente a los empleos generados se obtuvo que de las 29 empresas encuestadas el 45% (13) emplean en su organización de 2 a 5 trabajadores, el 28%(8) de 6 a 10 y un 17%(5) solo emplea 1 trabajador, el 10% (3) de 11 a 20 empleos. Se presentó el caso de una empresa de alimentos que contrata el personal por prestación de servicios teniendo a cargo 22 operarias y otra situación en la que una empresa prestadora del servicio de salud contempla en su nómina 63 empleados.

Es importante resaltar que las empresas a la hora de contratar personal dan mayor participación a los egresados de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, notándose que de las 29 empresas 18 han contratado profesionales egresados de la institución tales como tecnólogos, ingenieros, administradores de empresa y contadores públicos, expresando que lo hacen con el fin de darles la oportunidad de que pongan en práctica todas las bases alcanzadas en su preparación y de la misma manera cooperar con la generación de empleo en la ciudad de Ocaña.

De otra parte, a la hora de seleccionar el personal, se notó que de las 29 empresas encuestadas el 70% (15) aplican una entrevista y reciben hojas de vida. El 17% (10) lo hacen por recomendación, y el 13% (4) aplican entre 2 y 3 parámetros para la selección. En pequeña medida las empresas optan por realizar esta selección a través de recomendación de amigos o de familiares, como también por desempeño, formalismo o compromiso.

En este mismo sentido, los criterios para la selección del personal en las empresas del estudio son en su orden: nivel de conocimientos técnicos y experiencia representados en un 48% (14); en segundo lugar están las competencias 24% (7) distinguiendo las habilidades y cualidades de las personas a contratar, y por último todos los criterios 17% (5) para obtener un equipo de trabajo eficiente; de la misma manera algunas

empresas no emplean ningún criterio 11% (3) sus empleados llevan bastante tiempo en la empresa y han generado confianza por lo tanto no ven la necesidad de contratar nuevo personal.

Finalmente, se encontró que la mayor participación del recurso humano proviene de la ciudad de Ocaña en un 90%, viéndolo como un grado de reconocimiento y una oportunidad a los ciudadanos para que demuestren sus habilidades y desarrollen su potencial.

Conclusiones

A lo largo del presente estudio se ha tratado de realizar una caracterización al comportamiento de las sociedades limitadas y empresas unipersonales de Ocaña, los principales resultados que de él se derivan se pueden resumir en las siguientes conclusiones:

El estudio tuvo por objeto, de manera sintética, conocer cómo son las empresas de este tipo tanto en factores cuantitativos como cualitativos, qué elementos tienen más incidencia sobre su capacidad para alcanzar el éxito, que aspectos se vislumbran como potencialmente amenazadores o, por el contrario, generadores de oportunidades futuras y qué acciones se han planificado desde las propias empresas para superar las amenazas y oportunidades detectadas.

La caracterización o descripción del tejido empresarial analizado revela, por tanto, algunos de los rasgos definitorios de la estructura económica de la localidad, tales como la especial significación que tiene el sector de los servicios y la rama comercial, así como el tamaño más reducido y la frecuencia de empresas ubicadas en el sector agrícola.

Los resultados muestran que las unidades productivas del estudio se caracterizan por no solo por la escasa visión empresarial sino también por las escasas actividades de planeación a largo plazo, a lo cual se suma el carácter artesanal de

los procesos. Lo cual significa que están poco habituadas a pensar en términos estratégicos y a evaluar el impacto de largo plazo de las decisiones presentes. [5]

Respecto a la planeación financiera, se observa que es una actividad que tiene una importancia notable en la administración de las empresas del estudio, es importante que tanto éstas como las de nueva creación entiendan la necesidad de planificar las estrategias requeridas que les permiten sobrevivir en el entorno de fuerte competencia en el que se desenvuelven las empresas de este tipo.

Una vez obtenidos los resultados se encontraron algunas inconsistencias derivadas del diseño y aplicación del instrumento, las cuales se deben tener en cuenta tanto para la interpretación de los hallazgos, como para futuras investigaciones. Las preguntas relacionadas con los ingresos, hay que tomarlas con cierta reserva ya que existe la tendencia a disminuir los valores reales, debido al entorno o sombra de cobro de "impuestos" que las rodea. [6]

En definitiva, los resultados obtenidos de este análisis muestran que tanto las características de los empresarios como las características internas de las empresas, son elementos determinantes del éxito empresarial. [7]

Bibliografía

[1] MONTILLA RIOFRIO, Ana Lucia. Caracterización de la actividad económica empresarial de las Sociedades Limitadas y Unipersonales de la ciudad de Ocaña, 2010.

[2] LÓPEZ GARAVITO, Luis. Nueva ley para las Pymes: estrategias y alcances. Universidad Externado de Colombia. Bogotá D.C 2010.

[3] PERFIL DEL DEPARTAMENTO DE NORTE DE SANTANDER. Oficina de Estudios Económicos. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. República de Colombia. Noviembre de 2010

[4] VELÁSQUEZ PÉREZ, Leda. Estudio del alcance de la implantación de tecnologías de información, como apoyo al mejoramiento de los procesos, en las pequeñas y medianas empresas del sector manufacturero en Bogotá. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá D.C 2003.

[5] GÓMEZ, Karen. Caracterización socioeconómica y empresarial del barrio La Azucena, localidad de Bosa. Revista Sotavento, Universidad Externado de Colombia, 2004.

[6] DELGADO WIESNER, Cecilia, PARRA ESCOBAR, Ernesto. Caracterización de la microempresa de punta; Universidad de Externado de Colombia. Bogotá, 2007.

[7] ANALISTAS ECONÓMICOS DE ANDALUCÍA S.L. Tejido empresarial y factores de éxito Una aproximación al caso andaluz. Secretaría General de Economía de la Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía.

Reconocimientos

El autor es el director del proyecto y responsable por este escrito, pero debe resaltarse la contribución de la estudiante de Administración de Empresas de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña quien realizó la investigación de campo: Ana Lucía Montilla Riofrío.

Este escrito se encasilla dentro de la categoría de artículo de investigación científica, ya que forma parte del proyecto Caracterización de la actividad económica empresarial de la ciudad de Ocaña.