

**ANÁLISIS DEL NIVEL DE CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LAS
MICROEMPRESAS DE TRANSPORTE TERRESTRE DE MENSAJERÍA EN
LA CIUDAD DE PALMIRA PARA EL PERÍODO 2012 - 2014**

**EDWIN GRANJA HURTADO
STEFANNY VICTORIA BEJARANO**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE PALMIRA
FACULTAD CIENCIA DE LA ADMINISTRACIÓN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA
2015**

**ANÁLISIS DEL NIVEL DE CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LAS
MICROEMPRESAS DE TRANSPORTE TERRESTRE DE MENSAJERÍA EN
LA CIUDAD DE PALMIRA PARA EL PERÍODO 2012 - 2014**

**EDWIN GRANJA HURTADO
STEFANNY VICTORIA BEJARANO**

**Trabajo de grado
Presentado para optar al título de
Administrador de Empresas**

**Directora
LORENA VILLALOBOS MARTINEZ
Magíster**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE PALMIRA
FACULTAD CIENCIA DE LA ADMINISTRACIÓN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA
2015**

DEDICATORIA

A Dios por darnos la oportunidad de vivir y por estar con nosotros en cada paso que damos, por fortalecer nuestro corazón e iluminar nuestra mente, por permitirnos cumplir con una de nuestras grandes metas y por brindarnos la oportunidad de tener a nuestro lado a personas maravillosas como nuestros padres, quienes nos dieron fuerzas y fueron apoyo y guía para culminar con orgullo una etapa de nuestra vida.

Nota de aceptación

Firma del jurado

AGRADECIMIENTOS

En primera medida a Dios por iluminarnos en cada paso que damos y por el camino que hemos recorrido, por llenarnos de fortaleza y haber puesto en nuestras vidas esas personas que han sido el soporte y compañía durante el periodo de estudio.

A nuestras familias, por el esfuerzo y apoyo incondicional que nos ha permitido salir adelante, gracias a ellos hoy día podemos decir que somos personas fundamentadas en valores y buenos cimientos, lo que nos contribuyó a crecer como personas y alcanzar el sueño de culminar nuestra carrera profesional.

A la profesora Lorena Villalobos Martínez por su constante ayuda, quien nos orientó en este proceso, por su colaboración, comentarios, sugerencias y correcciones detalladas, con las que fue posible elaborar un buen trabajo.

TABLA DE CONTENIDO

0.	INTRODUCCIÓN.....	17
1.	Definición del problema.....	20
1.1.	Antecedentes	20
1.2.	Descripción del problema.....	30
1.3.	Formulación del problema.....	33
2.	OBJETIVO GENERAL.....	34
2.1.	Objetivos específicos	34
3.	JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	35
3.1.	Justificación para la universidad.....	36
3.2.	Justificación profesional.	36
3.3.	Justificación metodológica.....	37
4.	MARCO DE REFERENCIA.	38
4.1.	Marco contextual	38
4.2.	Marco conceptual.....	44
4.3.	Marco teórico	50
4.4.	Marco jurídico – legal.....	60
5.	METODOLOGÍA.....	63
5.1.	Metodología de la investigación	63
5.1.	Técnicas de recolección de información.....	64

5.2. Fuente de información primaria.....	64
5.3. Fuente de información secundaria	64
5.4. Muestreo	65
5.4.1. Población:	65
5.4.2. Muestra:	65
5.5. Tamaño de la muestra	65
6. RESULTADOS.....	66
6.1. Clasificación de las microempresas de mensajería según su origen de conformación.....	66
6.2. Tiempo de creación de las microempresas de mensajería en el mercado de Palmira.	67
6.3. Número de empleados con los cuales las microempresas iniciaron su actividad económica.....	68
6.4. Número de empleados actuales vinculados a las microempresas de mensajería.....	70
6.5. Inmuebles utilizados por las microempresas de mensajería al momento de su creación	71
6.6. Localización actual de las microempresas de mensajería.	72
6.7. Medio de transporte utilizado para distribuir la mensajería	74
6.8. Número de vehículos que tienen las microempresas de mensajería para desarrollar sus actividades.....	75
6.9. Crecimiento en ventas de las microempresas de mensajería en los últimos 2 años	76
6.10. Fuentes de financiación de las microempresas de mensajería	77

6.11. Percepción de los empresarios respecto al apoyo brindado por la cámara de comercio de Palmira a las microempresas	78
7. CAPÍTULO 1: CARACTERIZACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR TRANSPORTE DE MENSAJERIA TERRESTRE DE LA CIUDAD DE PALMIRA.....	81
8. CAPÍTULO 2: CRECIMIENTO EN LO REFERENTE A VENTAS, ACTIVOS, NÚMERO DE EMPLEADOS E INFRAESTRUCTURA.....	85
9. CAPÍTULO 3: FACTORES QUE INFLUYEN EN EL DESARROLLO ECONÓMICO DE LAS MICROEMPRESAS DE TRANSPORTE DE MENSAJERIA TERRESTRE	87
10. CONCLUSIONES.....	92
11. RECOMENDACIONES	93
12. BIBLIOGRAFÍA.....	94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Estimaciones de ingresos y envíos según producto postal.....	28
Tabla 2. Técnica	80
Tabla 3. Microempresas de mensajería en la ciudad de Palmira Valle.....	82

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Mapa de Palmira Valle.....	42
---	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafica 1. Empresas en Palmira según tamaño 2014.....	41
Grafica 2. Clasificación de las Microempresas de Mensajería según actividad económica	67
Grafica 3. Periodos de creación de las Microempresas de Mensajería en la ciudad de Palmira.	68
Grafica 4. Número de empleados con los que iniciaron su funcionamiento las microempresas.	69
Grafica 5. Porcentaje de trabajadores con los que cuentan las Microempresas de Mensajería a la fecha.	71
Grafica 6. Inmuebles utilizados por las microempresas de mensajería al inicio su actividad.....	72
Grafica 7. Localización de los establecimientos donde funcionan las Microempresas de Mensajería.....	73
Grafica 8. Medio de transporte que utilizaron las microempresas para operar en el sector de mensajería.....	74
Grafica 9. Cantidad de vehículos que poseen las microempresas para distribuir la mensajería.....	75
Grafica 10. Porcentaje de crecimiento en ventas de las microempresas de Mensajería en los últimos dos años.....	77
Grafica 11. Entidades donde han adquirido créditos las microempresas de mensajería	78
Grafica 12. Apreciación de los empresarios respecto al apoyo ofrecido por la cámara de comercio a las microempresas de mensajería.....	79

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A. 2 Encuesta para evaluar el nivel de crecimiento económico de las microempresas.	102
---	-----

RESUMEN

La economía del Valle del Cauca es considerada como una de las más dinámicas del territorio nacional. Las posibilidades geográficas le permiten tener condiciones favorables para el desarrollo y la expansión en términos económicos. No obstante, la estructura del departamento ha cambiado notablemente en los últimos 10 años debido a que se le ha dado prioridad al comercio exterior que está por encima de cualquier sector productivo.

El objetivo de esta investigación es realizar un análisis del crecimiento económico de las microempresas de mensajería en la ciudad de Palmira, con el propósito de identificar cómo aportan al bienestar y desarrollo de la ciudad y del país, y esto puede verse en la generación de empleo y aportación al Producto Interno Bruto permitiendo mejorar el nivel adquisitivo de los ciudadanos.

Para la obtención de la información se realizaron una serie de encuestas a las microempresas de mensajería de la ciudad de Palmira, una vez obtenida la información se procede a codificarla para su posterior análisis y así, dar respuesta a los objetivos diseñados en la investigación.

Por medio de los resultados obtenidos se determina que las microempresas en Palmira se encuentran en un proceso de consolidación en el mercado, al analizar el sector de mensajería se puede observar que la dinámica en materia de crecimiento económico muestra un notable avance y fortalecimiento que favorece la economía y desarrollo de la ciudad.

En conclusión, caracterizar las microempresas de mensajerías de la ciudad de Palmira permitió tener una base de referencia para futuras investigaciones, a su vez identificar los factores que influyen en el crecimiento económico le permite a las microempresas tener una visión en la toma de decisiones y fortalecer las estrategias organizacionales.

Palabras Claves: crecimiento económico, mensajería, microempresas

SUMMARY

The economy of the Valle del Cauca is considered one of the most dynamic in the country. Geographical possibilities allow you to have favorable conditions for development and expansion in economic terms. However, the structure of the department has changed markedly over the last 10 years because it has given priority to foreign trade that is above any productive sector.

The objective of this research is to analyze the economic growth of micro messaging in the city of Palmira, in order to identify how to contribute to the welfare and development of the city and the country, and this can be seen in employment generation and contribution to the gross domestic product enabling improved the purchasing power of citizens.

To obtain information a number of surveys were conducted to micro messaging city of Palmyra, once it obtained the information we proceed to encode it for further analysis and thus to respond to the objectives designed in the investigation.

Through the results it is determined that microenterprises in Palmira are in a process of consolidation in the market, to analyze the sector of messaging can be seen that the dynamic in economic growth shows a marked advance and strengthen that favors economy and development of the city.

In conclusion, characterize the micro-messaging city Palmira allowed to have a baseline for future research, in turn identify the factors that influence

economic growth it allows microenterprises have a vision in decision-making and strengthen organizational strategies.

Keywords: economic growth, messaging, microenterprises

0. INTRODUCCIÓN

El crecimiento económico se puede definir como el ritmo al que se incrementa la producción de bienes y servicios de una economía, y por tanto su renta, durante un período determinado. Este período puede ser muy corto (un trimestre o un año); pero la teoría del crecimiento económico se ocupa principalmente de analizar los factores que influyen en el ritmo al que crece una economía por término medio durante períodos más largos. De esta forma, el énfasis se pone más en la expansión de la capacidad productiva de un país que en sus fluctuaciones a corto plazo, de las que se ocupa la teoría del ciclo económico.¹

El interés de realizar esta investigación surge de la necesidad en conocer cuáles son las razones o factores que permiten que las microempresas tengan una perdurabilidad en el mercado y cómo estas aportan al crecimiento económico de la ciudad.

Para la obtención de los resultados pretendidos en la investigación se plantea un objetivo general el cual consiste en analizar el nivel de crecimiento económico de las microempresas en el sector transporte terrestre de mensajería en la ciudad de Palmira, para alcanzar este objetivo general se determinan una serie de objetivos específicos los cuales están descritos de la siguiente manera: en primer lugar lograr caracterizar las microempresas de mensajería, seguido de identificar el nivel de crecimiento que han logrado las microempresas en ventas, número de

¹ Expansión: Crecimiento económico; disponible en: <http://www.expansion.com/diccionario-economico/crecimiento-economico.html> consultado el: 27-09-15

empleados, activos e infraestructura, y por último identificar los factores que determinan el crecimiento económico en las microempresas de mensajería.

Las economías cada vez son más abiertas y flexibles por ende, las microempresas para poder competir en las grandes superficies tanto a nivel nacional como internacional deben apostar por ser más eficientes y eficaces en sus procesos y estrategias comerciales.

En Colombia existen más de 500.000 empresas, de las cuales el 88% son microempresas, el 9% son pequeñas, el 2% medianas, y tan solo el 1% de las empresas son grandes. Mensualmente en Colombia el 16% de las empresas constituidas se liquidan y de 100 empresas constituidas después de 5 años solo 2 permanecen. Lo anterior, muestra que en Colombia existe poca perdurabilidad empresarial y pocas empresas saludables que se mantienen en el tiempo con un desempeño superior, por esto la importancia de resaltar aquellos factores que influyen en el crecimiento y consolidación de las organizaciones.²

El transporte y especialmente el de mensajería son factores determinantes en la formación de un mercado amplio y en la vinculación de regiones aisladas. De esta manera el sector pretende elevar la eficiencia en la prestación del servicio de transporte en términos de calidad, oportunidad, tiempo y costos, así como extender su cobertura a las regiones más aisladas de la geografía nacional.³

² Vida y muerte empresarial, estudio empíricos de perdurabilidad. Autores: Daniela Hernández y Lina María Zúñiga. Disponible en: <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/3649/1020742002-2012.pdf?sequence=1> consultado el 20-11-14

³ Caracterización del transporte en Colombia diagnóstico y proyectos de transporte e infraestructura Disponible en: [file:///C:/Users/usuario/Downloads/Caracterizacion Transporte Colombia.pdf](file:///C:/Users/usuario/Downloads/Caracterizacion%20Transporte%20Colombia.pdf) consultado el 25-11-14

La metodología utilizada es la encuesta la cual se lleva a cabo mediante un tipo de investigación cuantitativa, por lo tanto se aplican encuestas a las microempresas de la ciudad, el estudio realizado es de tipo exploratorio pues se aborda un tema no ha sido estudiado con anterioridad. Para la obtención de la información se utiliza la encuesta como fuente primaria, en cuanto a las fuentes secundarias se utiliza la base de dato de la cámara de comercio como también las bases de datos de las universidades, igualmente una de las fuentes más poderosas del siglo XXI que es el internet.

En el primer capítulo, se presentan los resultados correspondientes a la caracterización de las microempresas, en ellos se demuestran cómo están conformadas, el tiempo que llevan operando en el mercado, el tipo de establecimiento que utilizan para la prestación der servicio y por último, se determina el número promedio de empleados con el que cuentan las microempresas.

En el segundo capítulo, se aborda el crecimiento obtenido por las microempresas en lo referente activos, ventas, número de empleados e infraestructura, a su vez se define el concepto de crecimiento económico.

En tercer capítulo, se hace un análisis del contexto de los factores externos e internos que de una u otra manera determinan el crecimiento económico, seguidamente se mencionan aquellos factores que influyeron directamente en el crecimiento de las microempresas de mensajería de Palmira.

La identificación de todos estos factores permite conocer no sólo las particularidades del mercado laboral de la ciudad de Palmira, sino que también resultan útiles para establecer el rango y alcance de las políticas locales que

posibilitan un mejoramiento en el desempeño del mercado laboral y económico local.⁴

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes

Los economistas que han estudiado el crecimiento han encontrado que el motor del progreso económico debe sustentarse en los mismos cuatro pilares, no importa cuán rico o pobre sea el país. Estos cuatro pilares o factores de crecimiento son: Recursos humanos (oferta de trabajo, educación habilidades, disciplina, motivación). Son muchos los economistas que consideran que la calidad del trabajo, las habilidades, el conocimiento y la disciplina de la fuerza laboral, es el elemento más importante e inclusive el único en el crecimiento económico. Una microempresa podría comprar computadoras avanzadas, dispositivos modernos de telecomunicaciones entre otros. Sin embargo, estos bienes de capital pueden ser utilizados y mantenidos con eficacia sólo por trabajadores calificados y capacitados. Las mejoras en el nivel de alfabetización, salud y disciplina, y más recientemente la capacidad para usar computadoras son factores de gran importancia para la productividad del trabajo.

⁴ Programa Nacional de Asistencia Técnica para el Fortalecimiento de las Políticas de Empleo, Emprendimiento y Generación de Ingresos en el ámbito Regional y Local.

Disponible en: http://www.mintrabajo.gov.co/component/docman/doc_download/157-palmira.html.

Consultado el 25-11-14

Recursos naturales (tierra, minerales, combustibles, calidad ambiental). El segundo factor clásico son los recursos naturales. Pero la posesión de recursos naturales no es necesaria para el éxito económico en el mundo moderno. Muchos países como Japón, prácticamente no tienen recursos naturales, pero han prosperado al especializarse en sectores que dependen más del trabajo y del capital que de los recursos naturales.

Capital (plantas, maquinaria, carreteras propiedad intelectual). Cuando se piensa en el capital, uno no debe limitarse en las computadoras y en las fábricas. Muchas inversiones necesarias para el eficiente funcionamiento del sector privado, pueden ser comprendidas solo por el gobierno. Estas inversiones se conocen capital social indirecto, y consisten en proyectos de gran envergadura que proceden al intercambio y al comercio.

Avances tecnológicos e innovación (ciencia, ingeniería, administración, talento empresa). Además de los tres factores clásicos antes expuestos, el avance tecnológico ha sido un cuarto y vital ingrediente en la rápida elevación de los niveles de vida.

El avance tecnológico denota cambios en los procesos de producción y comercialización de nuevos productos o servicios. El avance tecnológico es un proceso complejo y multifacético, y no se ha encontrado una fórmula única de éxito. He aquí algunos ejemplos históricos: Toyota tuvo éxito en implantar una ética de trabajo de mejora continua en calidad, desde la base de la organización y hacia arriba; esto impulso a Toyota a la cúspide de la industria automotriz. Un patrón bastante distinto surgió en la industria de computadoras en Silicón Valley. Aquí, el avance tecnológico se alimentó de un espíritu emprendedor de libre indagatoria, una regulación gubernamental laxa, un libre comercio internacional,

productos de propiedad intelectual, y un paquete atractivo de acciones con elevadas ganancias.

Unas de las tareas claves del desarrollo económico es promover un espíritu empresarial. Un país no puede si un grupo de propietarios o administradores que quieren correr riesgos, abrir nuevas empresas, adoptar nuevas tecnologías e importar nuevas formas de hacer negocios. A nivel más fundamental, la innovación y el espíritu empresarial florecen cuando los derechos de propiedad son claros y completos, y los impuestos y otras cargas sobre los beneficios (como la corrupción) son bajos y predecibles. El gobierno también puede alentar el espíritu empresarial mediante inversiones específicas: estableciendo servicios de extracción agrícolas, educando y capacitando a la fuerza laboral, y estableciendo escuela de administración.⁵

Tomando como referencia lo citado anteriormente y en el intento de descifrar el nivel de crecimiento económico de las microempresas de transporte de mensajería en la ciudad del Palmira, se determina determinar que tanto el gobierno local como nacional deben contribuir en políticas económicas que apoyen al crecimiento de las microempresas, es decir, facilitándoles las vías para que estas puedan desarrollar de una manera más eficiente su actividad comercial. Analizando los cuatros factores del crecimiento se puede observar que las microempresas en la ciudad de Palmira se encuentran en desventajas frente a estos factores que determinan el crecimiento económico, debido a que las mayorías de las microempresas no tienen un respaldo financiero que les permita realizar negocios de gran tamaño.

⁵Paul A. Samuel son y William D. Nordhaus.Macroeconomía 19ed. Con aplicaciones a Latinoamérica, pág. 227, 228 y 258.

Todo país, dentro del marco del desarrollo económico debe plantear una visión de largo plazo que promueva las condiciones adecuadas para lograr el desarrollo y crecimiento económico de la región en favor del bienestar social y calidad de vida de su comunidad. Hoy en día cuando las economías desarrolladas como Japón, Corea del Sur, Malasia, Singapur, Taiwán, Hong Kong y China demuestran que parte de su crecimiento económico se debe al alto índice de PYMES, los gobiernos de países emergentes cambian su percepción y empiezan a tomar medidas para fortalecer este sector productivo e impulsarlo hacia un modelo de negocio más productivo y formal.

En Colombia, del mismo modo que en los países asiáticos el sector de las microempresas representa un 96,4% del parque empresarial nacional y se reconocen por ser las principales propulsoras de la economía nacional.

Bajo esta perspectiva, el Gobierno Nacional reconoce que debe integrar a las microempresas en el nuevo contexto global, y para ello ha formulado un plan social: Colombia Visión 2019, diseñado como un Proyecto de Estado en donde se plantea la necesidad de incrementar el patrón de crecimiento desde una nueva perspectiva económica en donde las Pymes se conviertan en las propulsoras del crecimiento económico del país.⁶

En los últimos años hemos venido asistiendo a un cambio en el entorno económico marcado por la liberalización de la economía y por la globalización de los mercados. Ello ha supuesto una mayor facilidad y aumento en el intercambio de bienes y servicios, poniendo de relieve la importancia del transporte en ese nuevo escenario. Colombia y sus sectores estratégicos de actividad económica ya

⁶ Las pymes: una mirada a partir de la experiencia académica de la MBA. Disponible en: <http://www.eafit.edu.co/revistas/revistamba/Documents/pymes-mirada-a-partir-experiencia-academica-mba.pdf> consultado el 26 de febrero del 2014

están inmersos en dicho entorno, vendiendo sus productos en mercados globales, considerando la exportación como la línea estratégica para la mejora de resultados y obtención de metas propuestas. Esa situación es la que confiere al transporte por carretera una gran importancia como garante de la internacionalización de la economía nacional.

Colombia forma parte de este nuevo entorno económico participando en el mercado ampliado, siendo los destinos de las mercancías de exportación que tienen su origen en nuestro país en gran medida hacia los países de Centro y Suramérica. El transporte por carretera experimenta tasas de crecimiento positivas, dado el desarrollo económico del país, en el que los servicios son responsables de una mayor generación de valor agregado, siendo uno de los más importantes el de transporte.

El Índice de Competitividad Global es publicado anualmente desde 1979 por el Foro Económico Mundial. El informe de 2010-2011 evaluó 139 economías de países desarrollados y en desarrollo. El índice de competitividad mide un conjunto de instituciones, políticas y factores que definen los niveles de prosperidad económica sostenible hoy y a medio plazo. El Índice mide en un rango de entre 0 y 7 puntos doce factores, que incluyen, entre otras, infraestructura, ambiente de negocios, eficiencia del mercado laboral, desarrollo del mercado financiero, salud y educación primaria, I+D y tamaño absoluto del mercado.

No obstante, Colombia ocupó el lugar 68 en el Índice de Competitividad Global (IGC) 2010-2011, pierde puestos en el pilar de infraestructura. El informe sobre competitividad global 2010-2011 del Foro Económico Mundial lo dice: “si bien Colombia muestra competitivas fortalezas en la calidad de su entorno macroeconómico, el tamaño de su mercado interno y el sofisticado nivel de sus

empresas (...), se requiere más inversión para mejorar las redes de infraestructura y llevarlas a estándares de primera clase".

Es así como en la calidad general de la infraestructura desciende del puesto 83 en el año 2009 al puesto 97 en el año 2010; específicamente, en calidad de carreteras desciende del puesto 101 al puesto 108, por debajo de Ecuador y Perú, puestos 83 y 92, respectivamente.

Igualmente, en la calidad en infraestructura ferroviaria el país perdió 3 puestos, al pasar del 99 en 2009 al 102 en el 2010. También se observa una caída en la percepción en la calidad de infraestructura aérea, descendiendo del puesto 81 en el 2009 al puesto 89 en el 2010. El único factor que presentó un ascenso fue el correspondiente a la calidad de la infraestructura portuaria al subir del puesto 107 en el 2009 al 105 en el 2010.⁷

En Colombia según la Ley 905 del 2004 y por la cual se modifica la ley 590 del 2000 expedida por el Congreso de la república para el fomento de la micro, pequeña y mediana empresa donde se estipula su clasificación en:

Microempresas: 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 superiores a 501 salarios mínimo mensuales legales vigentes.

7 MINISTERIO DE TRANSPORTE.OFICINA DE ASESORÍA DE PLANEACIÓN. Grupo de planeación sectorial. disponible en:

<https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CC8QFjAB&url=https%3A%2F%2Fwww.mintransporte.gov.co%2Fdescargar.php%3FidFile%3D5608&ei=43o9U8-EDonksASDrYKoCQ&usg=AFQjCNG0iILWAHiis2vJDfPqPBNa2I9p6A&bvm=bv.63934634,d.cWc>. Consultado el: 02/04/2014.

Mediana: personal entre 51 y 200 trabajadores. Activos totales entre 5.001 y 15.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.⁸

En los años 90, cuando la mayor atención en la economía de los países estaba centrada en las grandes empresas, los estudios reflejaron que la contribución que daban las microempresas a la economía eran muy importantes, sobre todo por la contribución a la generación de empleo dado que a este tipo de empresas por razones de inversión le es más difícil remplazar el capital humano por la tecnología.

En general, se comprendió que las microempresas contribuyen al progreso económico de la comunidad, de tal forma que se convierten en un integrante fundamental de la economía mundial y a quien se deben enfocar los esfuerzos para su propagación, crecimiento y solidez, si se desea una economía creciente y sostenible; Adicionalmente, la globalización obligó a cada una de las naciones a trabajar en su competitividad, si deseaban que sus economías perduraran. Por éstas razones, empieza a tomar importancia el papel de las microempresas en la economía mundial, donde a pesar de que su tamaño podría asumirse como una debilidad, por el contrario, era la mayor fortaleza, pues se convirtió en el mayor factor de competitividad dada la flexibilidad y facilidad de reacción al cambio que brinda.⁹

⁸ Pymes en Colombia microempresas colombianas pequeñas y medianas, ACOPI EXPOPYMES PROEXPORT. Disponible en: www.Businesscol.com/empresarial/pymes Consultado el: 24 de febrero de 2014.

⁹ La importancia de las pymes en la promesa comercial de almacenes La 14 S.A. disponible en: http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/67901/1/caso_pymes_promesa.pdf consultado el 26 de febrero de 2014.

Dejando de lado el tema de crecimiento económico se procede a analizar la situación económica del sector postal en Colombia. La normatividad Colombiana expresada en la ley 1369 de 2009 expedida por el Congreso de la República de Colombia define que los Servicios Postales consisten en el desarrollo de las actividades de recepción, clasificación, transporte y entrega de objetos postales a través de redes postales, dentro del país o para envío hacia otros países o recepción desde el exterior.

Según cálculos de la CRC (Comisión de Regulación de Comunicaciones), para países como Colombia, que cuentan con un bajo volumen de piezas postales per cápita los mayores costes en la cadena de valor de la prestación de servicios postales corresponden a la fase de entrega, y representan el 55% de los costes totales. Por otro lado, los costes de la fase de recolección representan el 6-7% de los costes totales¹⁰.

Descripción del mercado de servicios de correo y mensajería expresa

Según datos generados por la CRC (Comisión de Regulación de Comunicaciones), para el periodo 2008 se estimaron que los envíos postales generaron ingresos de 575 mil millones de pesos y registraron 961 millones de envíos. En lo cual se incluyen a los operadores informales.

¹⁰ Superintendencia de Industria y Comercio; disponible en: <http://www.sic.gov.co/drupal/sites/default/files/files/Estudio%20Econ%C3%B3mico%20Sector%20Postal%20en%20Colombia.pdf> consultado el: 25-09-15

Tabla 1. Estimaciones de ingresos y envíos según producto postal

	Envíos	Ingresos	Tarifas Promedio
Envíos individuales	92.26 millones de envíos aproximadamente, con una valor del 9.6%	303.43 mil millones de pesos aproximadamente, con un porcentaje del 52.77%	3700 pesos promedio
Envíos masivos	864.9 millones de envíos aproximadamente, con un valor del 90%	217.41 mil millones de pesos estimados, representados en un 37.81%	250 pesos promedio
Envíos internacionales	1.35 millones de envíos aproximadamente, representados en un 0.14%	57.17 mil millones de pesos aproximadamente, con un valor del 9.422%	42348 pesos promedio
Total envíos	575 mil millones de pesos	961 millones de envíos	

Fuente: elaboración propia con datos de la CRC y SIC

Como se observa en la tabla, las menores tarifas corresponden a los envíos masivos, seguida por las tarifas de los envíos individuales, siendo la tarifa más alta la designada para los envíos internacionales. En otra medida se puede determinar que el volumen más representativo corresponde a los envíos masivos con un 90%,

seguido de los envíos individuales con una representación del 9.6% y por último se tienen los envíos internacionales con un valor del 0.14%.

Haciendo referencia al tema de informalidad en el sector postal en Colombia, se define esta como aquellas actividades productivas de bienes y servicios lícitos que no han sido registrados ante las autoridades. La informalidad implica en incumplimiento de las obligaciones legales a la que una empresa debe asumir como son el pago de impuestos, la falta de registro mercantil y la no afiliación de los trabajadores a la seguridad social¹¹. Se estima que el impacto de la informalidad en el número de envíos en los mercados masivos a nivel nacional, especialmente en el casco urbano es muy significativo y equivale a cerca del 50% del mercado total, una cifra muy alta para los intereses de las empresas legalmente constituidas¹².

A nivel nacional, las microempresas se han caracterizado por ser el eje fundamental en el momento de generar empleo, pero a su vez estas presentan falencias que no les permiten crecer en el ámbito empresarial para llegar a hacer grandes empresas tanto a nivel nacional como internacional.

¹¹ Santamaría y Rozo, revista de Desarrollo 2° Semestre 2009. Análisis Cualitativo y Cuantitativo de la Informalidad en Colombia. Disponible en:

https://economia.uniandes.edu.co/images/archivos/pdfs/Articulos_Revista_Development_y_Sociedad/Articulo_63_8.pdf consultado el 25-09-15

¹² Comisión de Regulaciones de Comunicaciones. Análisis preliminar del mercado postal en Colombia, disponible en:

<http://www.sic.gov.co/drupal/sites/default/files/files/Estudio%20Econ%C3%B3mico%20Sector%20Postal%20en%20Colombia.pdf> consultado el: 25-09-15

No obstante la economía del Valle del Cauca muestra un comportamiento positivo en la mayoría de sus actividades económicas¹³. Esto se da, ya que el departamento se encuentra geográficamente en un punto estratégico lo cual le facilita el comercio nacional como internacional. Sin embargo, dichas ventajas comerciales no han sido utilizadas para el desarrollo de las microempresas y por ende del departamento, esto se debe a que se presenta una estructura débil para el desarrollo de las actividades económicas como lo son la falta de inversión en las vías importantes para facilitar el comercio local como internacional.

En lo correspondiente para las microempresas en el plan de desarrollo del Valle del Cauca 2012 – 2015, uno de los objetivos de este plan es el fortalecimiento productivo y competitivo de las microempresas del Valle del Cauca, en donde se pretende al finalizar este periodo un crecimiento del 5% en la productividad y la competitividad de las microempresas a nivel departamental.¹⁴

1.2. Descripción del problema

Consiste en identificar cuáles son las políticas o lineamientos que no permiten que las microempresas tengan un nivel de crecimiento económico sostenible o constante.

¹³ Desempeño de la economía del Valle del Cauca, Roberto Arango Delgado presidente cámara de comercio de Cali.

¹⁴ Plan de desarrollo del Valle del Cauca 2012 – 2015. Disponible en:

<<http://www.observatoriovalle.org.co/wp-content/uploads/2012/05/Plan-de-Desarrollo-del-Valle-del-Cauca-2012-20151.pdf>>. > Consultado el 26 de febrero del 2014.

Según el último estudio realizado en el 2009 por la red de colaboración en investigación más grande que existe, el Global Entrepreneurship Monitor “GEM”, que cuenta con cerca de 100 universidades alrededor del mundo y con 42 países miembros, Colombia se sitúa en el quinto lugar en creación de empresas, pero resulta a su vez, el segundo con mayores cierres de empresas; se argumentan entre otras razones la gran competencia, la falta de consumidores o los problemas financieros.

Pero es claro que el éxito de las organizaciones no depende solo de ellas, por tal motivo el gobierno nacional como local debe brindar políticas que faciliten el comercio nacional como internacional. En Colombia es evidente que faltan políticas que permitan que generen en el microempresario la necesidad de exportar su producto y/o servicio, para esto se requiere estudios especializados de mercadeo y una mayor red de la información.

Actualmente podemos observar que las microempresas son de gran ayuda para el crecimiento económico y la generación de empleo, la pregunta es ¿porque las microempresas ya estando constituidas se quedan paralizadas y no consiguen sostenerse en el mercado?, esto puede obedecer a que no generan nuevas estrategias que les permitan lograr una ventaja competitiva respecto al manejo de: valor agregado, innovación, creatividad, nuevas tecnologías e inyección de capital y apoyos gubernamentales.

Tal como lo expresa un documento emanado del Foro Visión Colombia II Centenario 2019, publicado en el año 2006, “el desarrollo de las regiones depende de su capacidad de interacción (comunicación, intercambio, comercio.)” Este trabajo presenta una mirada al sector del transporte por carretera en Colombia desde el punto de vista de la actividad transportadora misma como tal (entendida como la movilización de pasajeros y de carga), de la infraestructura que le sirve,

de los equipos con los que se presta, la seguridad que existe hoy día para su operación, el tema del tránsito de los mismos por las carreteras nacionales, y de las inversiones para su desarrollo y progreso, sabiendo que el transporte es un sector prioritario para el desenvolvimiento económico y el progreso social de un país. Algunos estudios y trabajos han mostrado la relevancia del transporte y especialmente de la infraestructura vehicular sobre la productividad y el crecimiento económico en general; además de tener un impacto directo en el crecimiento, ellos pueden afectar el producto de un país de manera indirecta a través de su efecto sobre el comercio internacional. Casos puntuales como el Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos ponen de manifiesto esa importancia y de alguna manera resaltan las deficiencias y evidencian los problemas del sector. Se ha mencionado que el aumento de los kilómetros de carreteras está ligado con el aumento en el porcentaje del Producto Interno Bruto del país; al respecto habría mucho que discutir y, a lo mejor, mucho que mejorar. Probablemente en pocas actividades económicas es tan importante la estadística y la información de las cifras y datos que en ella se dan día a día. Esos datos están relacionados, entre otros factores, con la cantidad (o volumen) y la distancia (o espacio), lo que permite establecer magnitudes comparables entre diferentes sistemas o modos de transporte que existen - y puedan competir - en una región y en un periodo determinado de tiempo. Hoy día se debe afianzar un modelo de desarrollo dentro del marco de un mundo globalizado y con acceso a nuevos mercados; ello significa seguir con la directriz de tener un transporte eficiente y competitivo: bajos costos, reducción de tiempos, altos niveles de prestación del servicio¹⁵.

¹⁵ MINISTERIO DEL TRANSPORTE. 2008. Oficina de asesoría de planeación. DIAGNOSTICO DEL SECTOR TRANSPORTE. GRUPO DE PLANIFICACION SECTORIAL.

Disponible en :

Esto un problema social político y económico que involucra a toda la sociedad en general, ya que las microempresas son la fuente del desarrollo económico del país. Por esta razón es necesario que las microempresas conozcan de las políticas gubernamentales una base en cuanto a información y acompañamiento en su proceso de crecimiento.

1.3. Formulación del problema

¿Determinar cuál es el crecimiento económico de las microempresas de transporte terrestre de mensajería en la ciudad de Palmira?

1.4. Sistematización del problema

¿Cuántas microempresas de mensajería legalmente constituidas existen en la ciudad de Palmira para el periodo 2012 – 2014?

¿Cuál ha sido el nivel de crecimiento económico que han tenido las microempresas de mensajería de la ciudad de Palmira Valle para el periodo 2012 - 2014?

<https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=0CD8QFjAD&url=https%3A%2F%2Fwww.mintransporte.gov.co%2Fdescargar.php%3FidFile%3D4305&ei=hmk7U6ulJLfUsATguIGQCg&usg=AFQjCNEcKCamid57MLaEUnLKbm0PI FRvA>, consultado el: 01/04/14

¿Cuáles han sido los factores que han influenciado en el crecimiento económico de las microempresas de mensajería de la ciudad de Palmira Valle para el periodo 2012 – 2104?

2. OBJETIVO GENERAL

Analizar el nivel de crecimiento económico de las microempresas en el sector transporte terrestre de mensajería en la ciudad de Palmira.

2.1. Objetivos específicos

Caracterizar las microempresas del sector transporte de mensajería terrestre de la ciudad de Palmira.

Establecer el nivel de crecimiento de las microempresas de transporte terrestre de mensajería en la ciudad de Palmira, en lo referente a ventas, activos, número de empleados e infraestructura.

Identificar los factores que influyeron en el desarrollo económico de las microempresas de transporte de mensajería terrestre en la ciudad de Palmira para el período 2012-2014.

3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Las microempresas para la ciudad de Palmira representan el 92% del número de empresas (6.693) registradas en la cámara de comercio para el año 2014¹⁶. Existe una relación entre ciudad, economía, transporte y la calidad de los habitantes. En Palmira las microempresas desempeñan un papel importante en aras de aportar al avance económico, social y cultural de la ciudad, se observa claramente que una de las acciones que se debe plantear toda nación es la de brindar apoyo y acompañamiento al campo emprendedor, buscando fortalecer e incentivar la creación de nuevas compañías que aporten al desarrollo y crecimiento económico.

Para toda sociedad es importante identificar los sectores empresariales que conforman la economía y el grado de aportación de estos al desarrollo del país. Con lo anterior, es necesario caracterizar un grupo específico de microempresas de la ciudad de Palmira, del mismo modo identificar las transformaciones en materia de crecimiento económico que han obtenido las microempresas objeto de estudio y poder determinar los factores que influyeron en el proceso de consolidación de las mismas.

¹⁶ Registro mercantil: Cámara de comercio de Palmira. Disponible en: www.ccpalmira.org.co. Consultado el 11/09/2015.

3.1. Justificación para la universidad

La universidad del Valle como institución gestora de conocimiento y formación profesional, en las diferentes áreas del conocimiento, forma al profesional como un ser integro en sus valores y principios morales. Como administradores de empresas y haciendo énfasis a nuestro perfil es de vital importancia promover la investigación profesional como referente para apoyar el arte del valor agregado a las empresas y a la comunidad.

De esta forma, la investigación busca implementar todos los conocimientos adquiridos en el transcurso de la carrera y en donde podamos experimentar por medio de la información obtenida como estas microempresas trabajan para permanecer en el mercado laboral y cumplir con las expectativas del cliente.

3.2. Justificación profesional.

En el ámbito profesional, cuando elegimos ser administradores de empresas adquirimos un compromiso con la profesión y la sociedad, por esta razón se determinó realizar esta investigación con el fin de aportar a la línea de investigación del país, ciudad y la universidad.

La administración de empresas dada su importancia en su contexto local, regional, nacional e internacional; ofrece al mercado administradores con la capacidad de ofrecer nuevas ideas que fortalezcan y generen cambios positivos en la economía y desarrollo de la nación. Por lo tanto los estudiantes deben estar en la capacidad de realizar investigaciones que permitan aportar a las microempresas un marco de

referencia en términos de identificar los factores que influyen en su crecimiento económico.

3.3. Justificación metodológica

Para lograr los objetivos de esta investigación se acude en primera instancia a una fase exploratoria con la cual se familiariza con el tema o problema de investigación, con ello se realiza el marco de referencia teórico y contextual. Con lo expresado anteriormente se logra realizar una investigación cualitativa que es un proceso metodológico que recopila datos en fuentes primarias y secundarias expresados en textos, palabras, gráficos entre otros.

Para el logro y obtención de la información se recurrió a una fuente secundaria, que para tal caso en específico; fueron la base de dato de la cámara de comercio de la ciudad de Palmira, a partir del año 2012 hasta el año 2014. En cuanto a la fuente de recolección primaria se opta por utilizar el instrumento de la encuesta, la cual se aplica a los microempresarios de la ciudad, por ser un grupo reducido de microempresas dedicadas a la mensajería, se determina realizar el cien por ciento de las encuestas con el objetivo de priorizar la eficacia en los resultados esperados.

Una vez recopilada la información primaria se da paso al procesamiento y análisis de la misma, con lo cual se permite identificar el nivel de crecimiento económico de las microempresas de mensajería y a su vez cumplir con los objetivos de la investigación.

4. MARCOS DE REFERENCIAS

Para la realización de toda investigación es importante tener de referencia una serie de marcos para su mejor entendimiento, los cuales son: el marco contextual que delimita el problema a un contexto espacial con ciertas características específicas importantes de ser detalladas; un marco teórico que define una serie de conceptos científicos originados por autores reconocidos del tema en cuestión; un marco legal dentro del cual se expresan las normas, leyes y decretos que rigen la investigación, y un marco conceptual que facilita al lector la comprensión y entendimiento de los conceptos técnicos empleados en el desarrollo de la investigación. A continuación se plantean estos marcos de referencias.

4.1. Marco contextual

Palmira capital agrícola de Colombia y segunda ciudad del departamento, fue fundada en 1680. Palmira ha experimentado grandes avances económicos, urbanísticos e industriales en los últimos años. En su prefectura se encuentran instaladas grandes organizaciones dedicadas a la producción de muebles, maquinaria agrícola, empaques etc. En la misma medida encontramos grandes factorías dedicadas a la prestación de servicios entre otros.¹⁷

El municipio de Palmira está situado al suroccidente de Colombia, al sur del extenso y fértil Valle bañado por el río Cauca en una región estratégica, ideal para

¹⁷ Reseña histórica de Palmira. Disponible en: WWW.valledelcauca.gov.co; consultado el 09/06/2015.

todos los aspectos: por ser un cruce indiscutido de caminos y por su posición geográfica esta ciudad tiene vocación internacional. El puerto más importante del país está a solo tres horas de viaje por tierra. Las vías de comunicación terrestre permiten una comunicación y desplazamiento por todo el territorio. Una excelente autopista la une con la capital del Departamento, Santiago de Cali a tan solo 23 kilómetros, de igual forma, por la carretera Panamericana se extiende hacia el norte y sur, ofreciendo inmensas posibilidades de conexión con todas las ciudades de Colombia.¹⁸

Posición geográfica

Palmira se encuentra localizada en la región del sur del departamento del Valle del Cauca, Colombia. Su cabecera está situada a 3° 31' 46" de latitud norte y 76° 81' 13" de longitud a oeste de Greenwich.¹⁹

División político-administrativa

El territorio de Palmira en su conjunto (zona plana y zona de ladera), corresponde a un sistema de asentamientos de distinto orden (de población, industriales, institucionales). La división político-administrativa del municipio está conformada

¹⁸ Alcaldía de Palmira. Reseña histórica de Palmira. Disponible en: www.palmira.gov.co; consultado el: 09/06/2015.

¹⁹ Alcaldía de Palmira. Reseña histórica de Palmira. Disponible en: www.palmira.gov.co; consultado el: 09/06/2015.

por dos sistemas: uno urbano (barrios) y otro rural (corregimientos). El primero está ordenado por comunas. Las cuales van desde la No. 1 hasta la No. 7 y el segundo desde la No. 8 hasta la No. 16.

Población

En el último censo realizado en el territorio colombiano para el año 2005, Palmira contaba con una población de 283.431 habitantes. En la actualidad se estima que cuenta con una población aproximada de 350.000 habitantes.

Historia económica de Palmira

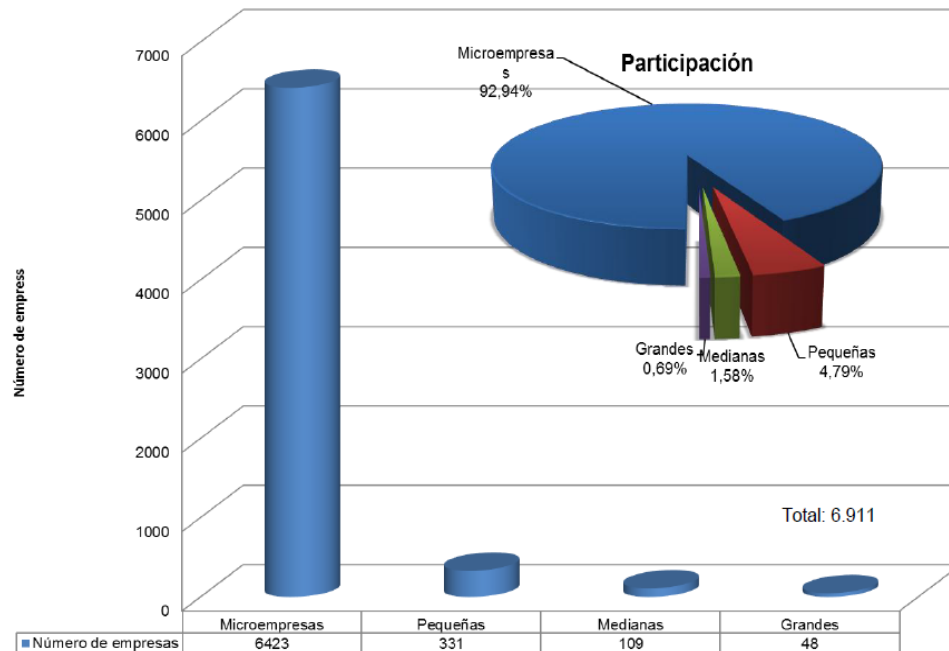
Palmira hace parte del selecto grupo de ciudades que exporto café a Europa. El secado del café se hacía en Palmira de manera elemental en patios especialmente adaptados para desarrollar el proceso. En otras ciudades del país no se percibían las bondades agronómicas del eje cafetero para su cultivo. Departamentos como caldas no se habían desarrollado en este aspecto.

Con el transcurrir del tiempo se constituyen en Palmira un gran número de empresas de diversos sectores, entre ellos uno de los más importantes el agroindustrial que llevo a la denominación de Capital Agrícola de Colombia. Palmira conserva su carácter agrícola debido a sus privilegiados suelos fértiles y abundantes aguas que permiten desarrollar la agricultura a gran escala. Este sector ha sido uno de los propulsores de desarrollo económico de la región.

En la actualidad Palmira cuenta con más de 6.000 empresas registradas en la Cámara de Comercio dentro de los cuales los sectores más representativo

corresponden a: el comercio, la industria manufacturera, transporte, hoteles y restaurantes, inmobiliarios, agroindustriales y de servicio.

Grafica 1. Empresas en Palmira según tamaño 2014



Fuente: elaboración Cámara de Comercio Palmira

Como se puede observar en la gráfica Palmira cuenta con alrededor de 6.911 empresas registradas en Cámara de Comercio, de las cuales el 92,94% corresponden a las microempresas, seguido de pequeñas con una participación del 4,79%. Con lo anterior se puede determinar que la economía de la ciudad de Palmira esta cimentada por las microempresas, las cuales aportan gran parte de los ingresos per cápita de la ciudad.

Ilustración 1. Mapa de Palmira Valle



Fuente de elaboración: Alcaldía de Palmira Valle.

La investigación será en el centro urbano de la ciudad de Palmira en donde se analizará la importancia que tiene el sector de mensajería y cómo este contribuye al desarrollo de la economía y a la estabilidad económica social de la ciudad. Para la realización del trabajo se realizará una investigación a las microempresas de mensajería, con la cual se pretende determinar el nivel de crecimiento económico que han obtenido las microempresas en un periodo de 2 años.

En lo que respecta al transporte de mensajería, diferentes entidades tienen sus oficinas y bodegas en el municipio, prestando su servicio a nivel nacional e internacional, no solo a nivel particular sino a las industrias y empresas

establecidas en Palmira y sus alrededores. En términos generales estos procesos conllevan problemas de tipo ambiental al territorio, ya que los automotores, sobre todo los de gran peso, en algunas ocasiones transitan por vías secundarias que pertenecen a los barrios periféricos, generando deterioro en las mismas, son fuentes móviles que en algunos sectores, por su tránsito, producen material particulado causando problemas en la salud de sus habitantes, también por las altas velocidades a las que discurren por las vías ocasionan accidentes en los transeúntes.

La infraestructura vial: Los asentamientos industriales localizados al borde de la Recta Cali-Palmira especialmente en los sectores de La Dolores, Cauca seco y cerca de Palma-seca requieren de entrada y salida de vehículos de carga, lo cual representa un alto riesgo de accidentalidad en un corredor donde las velocidades de recorridos son elevadas. El tránsito de los denominados traylers, carros cañeros o las tracto-mulas para transportar la caña hacia los ingenios azucareros, por su gran peso (entre 50 y 150 toneladas) están causando grave deterioro en las vías que cruzan el territorio Palmirano tanto en el sector rural como urbano, contribuyendo a la contaminación atmosférica por la generación de material particulado que se levanta al paso de éstos, especialmente en vías destapadas.²⁰

²⁰ Ministerio de ambiente, Dirección General Ambiental Sectorial. Corporación Autónoma Regional Del Valle Cauca – CVC. Alcaldía de Palmira. Disponible en:

http://www.minambiente.gov.co/Puerta/destacado/vivienda/gestion_ds_municipal/home/Pal.pdf

consultado el 19-03-2014

4.2. Marco conceptual

Función logística. Capacidad de satisfacer las necesidades del cliente, proporcionándole los productos en el momento, lugar y cantidad esperada por él, incurriendo en un mínimo costo.²¹

La satisfacción de las necesidades del cliente es uno de los principales objetivos de la logística. Cuando una empresa no puede ofrecer un producto al cliente en el lugar, hora y cantidad deseada puede elevar sus costos debido a dos motivos, el primero es que es una venta potencial no realizada y el más importante es que la empresa va perder credibilidad comprometiendo su imagen y las futuras ventas.²²

Microempresas. 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 superiores a 501 salarios mínimo mensuales legales vigentes.

Mediana Empresa. Personal entre 51 y 200 trabajadores. Activos totales entre 5.001 y 15.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.²³

Capacidad. La capacidad requerida para el almacén se mide con el número de unidades de carga tales como: cajas, palets, contenedores, etc.²⁴

²¹ Rodrigo López Fernández, operaciones de almacenaje, pág. 2

²² Ibíd.

²³ Pymes en Colombia microempresas colombianas pequeñas y medianas, ACOPY EXPOPYMES PROEXPORT. Disponible en: www.Businesscol.com/empresarial/pymes Consulta: 19 de marzo de 2014.

Transporte. Es un sistema de medios para conducir personas o cosas de un lugar a otro.²⁵

Almacenamiento. Reunir o guardar muchas cosas en un lugar o sitio adecuado para ello.²⁶

Infraestructura. Para Karl Marx la infraestructura es la base material en la que está sentada la sociedad, que incluye, en pocas palabras, a la economía: las fuerzas y las relaciones de producción. Desde allí se sostiene la estructura social, y más arriba la superestructura, que dependen también de la infraestructura y donde se encontraría por ejemplo, la vida cultural e ideológica. Sin embargo existen otras acepciones para el término, como cuando nos queremos referir a la construcción edilicia, entonces decimos que se han hecho inversiones en infraestructura.²⁷

La exportación. Es cualquier bien o servicio el cual es enviado desde un país a otra parte del mundo. Es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios que se trasladan de un país a otro.

Se realiza en condiciones determinadas en donde la complejidad de las distintas legislaciones y las operaciones involucradas pueden ocasionar determinados efectos fiscales. Se trata de una venta que va más allá de las fronteras

²⁴ Rodrigo López Fernández, operaciones de almacenaje, pág. 19.

²⁵ Real academia de la lengua española, disponible en: <http://lema.rae.es/drae/?val=transporte> Consultado el 19 de marzo del 2014.

²⁶ Ibíd.

²⁷ Definición de infraestructura, disponible en: <http://definicion.mx/infraestructura/> Consultado el 27/03/14

arancelarias en donde se encuentra instalada la empresa y por tanto las “reglas del juego” pueden cambiar.²⁸

La Zona Franca. Es el área geográfica delimitada dentro del territorio nacional, en donde se desarrollan actividades industriales de bienes y de servicios, o actividades comerciales, bajo una normatividad especial en materia tributaria, aduanera y de comercio exterior. Las mercancías ingresadas en estas zonas se consideran fuera del territorio aduanero nacional para efectos de los impuestos a las importaciones y a las exportaciones.²⁹

Crecimiento económico. Kuznets ofreció una definición simple de crecimiento económico señalando que “es un incremento sostenido del producto per cápita o por trabajador”. Así pues, desde este planteamiento, sería un aumento del valor de los bienes y servicios productivos por una economía durante un periodo de tiempo.³⁰

Servicios de mensajería. Los servicios de mensajería ayudan a las empresas y a las personas a transportar documentos importantes, paquetes y otros artículos. Un

²⁸ Gestión.org; revista empresarial. Disponible en:

<http://www.gestion.org/estrategia-empresarial/comercio-internacional/5666/que-es-la-exportacion/>

Consultado el: 19 de marzo del 2014.

²⁹ Las zonas francas de Colombia: Hernando Caicedo T. Asesor comercial. Disponible en:

<http://www.icesi.edu.co/icecomex/images/stories/pdfs/zonas%20francas%20icesi%2050809%20hc.pdf>

Consultado el: 19/marzo/2014.

³⁰ RevistaICE.com; disponible en:

http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_858_3956_8C514DA83EDE4E6BB9EA8213B6E44EBE.pdf

Consultado el: 19/marzo/2014.

servicio de mensajería se caracteriza por la entrega rápida, el rastreo y la seguridad de los artículos que son entregados.³¹

Servicios Postales. Los Servicios Postales consisten en el desarrollo de las actividades de recepción, clasificación, transporte y entrega de objetos postales a través de redes postales, dentro del país o para envío hacia otros países o recepción desde el exterior. Son servicios postales, entre otros, los servicios de correo, los servicios postales de pago y los servicios de mensajería expresa.³²

Encomienda. Servicio obligatorio para el Operador Postal Oficial o Concesionario de correo, que consiste en la recepción, clasificación, transporte y entrega no urgente, de objetos postales, mercancías, paquetes o cualquier artículo de circulación en el territorio nacional o internacional, con o sin valor declarado, hasta un peso de 30 kg, conforme a lo establecido por la Unión Postal Universal.³³

Servicio de Mensajería Expresa. Servicio postal urgente que exige la aplicación y adopción de características especiales para la recepción, recolección, clasificación, transporte y entrega de objetos postales hasta de 5 kilogramos. Este peso será reglamentado por la Comisión de Regulación de Comunicaciones.³⁴

³¹ Ehow en español finanza. Disponible en: http://www.ehowenespanol.com/definicion-servicio-mensajeria-sobre_456308/ consultado el 28-11-14

³² Alcaldía de Bogotá: Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=38901#> consultado el 28-11-14

³³ Alcaldía de Bogotá: Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=38901#> consultado el 28-11-14

³⁴ Alcaldía de Bogotá: Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=38901#> consultado el 28-11-14

Operador de Mensajería Expresa. Es la persona jurídica, habilitada por el Ministerio de Comunicaciones para ofrecer al público un servicio postal urgente con independencia de las redes postales oficiales de correo nacional e internacional, que exige la aplicación y adopción de características especiales para la recepción, recolección, clasificación, transporte y entrega.³⁵

Productividad. La productividad es la capacidad de algo o alguien de producir, ser útil y provechoso. Siempre que se pronuncia la palabra se está dando cuenta de la cualidad productiva que presenta algo. En la economía, la productividad resulta ser la relación entre lo que se produce y los medios empleados para producir, la mano de obra, los materiales, la energía, entre otros. Generalmente, por esto es que se suele relacionar la productividad a la eficiencia y al tiempo, porque cuanto menor sea el tiempo que lleve el obtener el resultado deseado más productivo será el sistema³⁶.

Globalización. Se denomina globalización, al proceso, cultural, económico y de información, que tuvo lugar hacia finales del siglo XX y comienzos del siglo XXI, en el cual los importantes avances que se dieron en materia de ciencia y tecnología y aplicados principalmente a los medios de comunicación masiva y el transporte, hicieron que las fronteras entre los distintos países se hagan menos evidentes y las relaciones entre los habitantes de estos más cercanas³⁷.

³⁵ Alcaldía de Bogotá: Disponible en:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=38901#> consultado el 28-11-14

³⁶ Definición ABC. Disponible en: <http://www.definicionabc.com/economia/productividad.php> Consultado el 22-09-15

³⁷ Definición ABC. Disponible en: <http://www.definicionabc.com/economia/productividad.php> Consultado el 22-09-15

Desarrollo económico o sostenible. Se considerará como Desarrollo Sostenible a aquel desarrollo que permite satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin que por ello se vean comprometidas las capacidades de las generaciones futuras para satisfacer sus necesidades. Es decir, el desarrollo sostenible implica poner en marcha todo lo que sea necesario para cubrir las demandas de la sociedad pero a un nivel de explotación de recursos consciente y respetuoso para con el medio ambiente natural³⁸.

Competitividad Empresarial. Hace referencia a las diferentes estrategias y métodos que las diversas entidades comerciales llevan a cabo con tal de no sólo obtener los mejores resultados sino también de que esos resultados sean los mejores en el rubro. Así, las empresas realizan diferentes campañas en las que a través de elementos como publicidad, calidad del producto o servicio, confianza, efectividad o tradición apelan a diferentes clientes que pueden ya existir o que pueden generarse a partir del momento³⁹.

Los Servicios Postales. Consisten en el desarrollo de las actividades de recepción, clasificación, transporte y entrega de objetos postales a través de redes postales, dentro del país o para envío hacia otros países o recepción desde el exterior. Son servicios postales, entre otros, los servicios de correo, los servicios postales de pago y los servicios de mensajería expresa⁴⁰.

³⁸ Definición ABC. Disponible en: <http://www.definicionabc.com/economia/productividad.php> Consultado el 22-09-15

³⁹ Definición ABC. Disponible en: <http://www.definicionabc.com/economia/productividad.php> Consultado el 23-09-15

⁴⁰ Ley 1369 de 2009. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=38901> consultado el 23-09-15

Objetos Postales. Objetos con destinatario, presentados en la forma definitiva en que deban ser transportados por el Operador de Servicios Postales. Se consideran objetos postales entre otros las cartas, tarjetas postales, telegramas, extractos de cuentas, recibos de toda clase, impresos, periódicos, cecogramas, envíos publicitarios, muestras de mercaderías y pequeños paquetes⁴¹.

Redes Postales. Son el conjunto de instalaciones, equipos y demás dispositivos destinados a la prestación de los servicios postales ofrecidos al público en general de manera directa o indirecta por los Operadores de Servicios Postales. Hacen parte de la Red Postal los puntos de atención a los usuarios de servicios postales⁴².

5. MARCO TEÓRICO

El presente trabajo analiza el nivel de crecimiento económico de las microempresas de mensajería en la ciudad de Palmira. En este sentido, es preciso aclarar algunos conceptos y teorías que sustenten la presente investigación. Para empezar, entenderemos el concepto de crecimiento económico.

⁴¹ Ley 1369 de 2009. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=38901> consultado el 23-09-15

⁴² Ley 1369 de 2009. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=38901> consultado el 23-09-15

Introducción a la economía de la empresa: Por Santiago García Echevarría.

Este autor define el crecimiento como: *"toda variación positiva de la dimensión empresarial del proceso productivo, lo que implica la fijación previa de una magnitud de referencia"*.⁴³

Santiago García Echevarría en su obra economía de la empresa haciendo énfasis al papel de la empresa, menciona que: *toda institución que realiza una combinación de factores tiene que buscar su éxito en una buena respuesta a las exigencias que le impone el entorno*.⁴⁴

Con lo anterior el autor manifiesta que toda institución o empresa debe basar sus estrategias de crecimiento teniendo en cuenta el contexto en el cual desempeña su actividad. Las empresas deben encontrar coordinación entre ellas y el entorno, dado que es ahí donde se va a medir su éxito o fracaso.

Las empresas o instituciones no deben basar sus esfuerzos en obtener beneficios en periodos de corto plazo, sino que, dentro de una perspectiva temporal, esa empresa o institución tenga capacidad para adaptarse permanentemente a las situaciones y exigencias del entorno, y asegure en periodo de largo plazo su capacidad para dar respuesta a los grupos de referencia, tanto internos como externos de la empresa. Solamente de esta forma la empresa genera una dinámica empresarial que le lleve al éxito en un futuro.

⁴³ Introducción a la economía de la empresa (1974): por Santiago García Echevarría. p.25

⁴⁴ Introducción a la economía de la empresa (1974): por Santiago García Echevarría. El papel de la empresa. p.11

Siguiendo con el análisis se encuentra la economía de la empresa; es el diseño de la institución y de los procesos empresariales singulares que deben servir de base para la configuración de la empresa mediante la toma de decisiones de sus responsables incorporando estratégicamente la empresa y sus procesos en los entornos económicos y societarios.

La economía de la empresa analiza las instituciones empresariales desde las características que exige todo proceso de configuración, dirección y decisión de la empresa. El objetivo científico de la economía de la empresa reside, naturalmente, por un lado, en la descripción, aclaración, explicación y pronóstico de los procesos empresariales y de la evolución de la propia institución de la empresa; por otra parte la economía de la empresa se plantea, como una de sus exigencias más significativas, en dar sustento científico a la configuración de las estructuras empresariales, y de los procesos para adoptar aquellas decisiones que permitan elegir las alternativas más eficientes de la perspectiva de los objetivos que se persiguen en la empresa.

Formas de crecimiento

Crecimiento interno. Consiste en aumentar las inversiones de la empresa en su propia estructura, creando y desarrollando la propia empresa una nueva capacidad productiva.

Crecimiento externo. Consiste en aumentar las inversiones de la empresa mediante la adquisición y control de una parte o de la totalidad de otra empresa. El crecimiento externo puede llevarse a cabo a través de fusiones y adquisiciones.

Crecimiento híbrido. Es aquel que se lleva a cabo mediante la cooperación entre empresas. La cooperación empresarial consiste en un acuerdo entre dos o más empresas independientes que deciden unir parte de sus recursos y/o capacidades con objeto de lograr un determinado objetivo.⁴⁵

Como se puede observar en los conceptos mencionados anteriormente, existen varias formas de crecimiento a la que una empresa puede aplicar, para ello la empresa debe evaluar cuál se aplica a su estructura y razón de ser, con el propósito de establecer una adecuada y eficiente estrategia que permita generar un crecimiento estable.

Los siguientes conceptos son extraídos del libro *crecimiento económico moderno* de SIMON KUZNETS.

Dentro de la perspectiva de analizar estado-nación como organismos gubernamentales capaces de adoptar muchas decisiones a corto y largo plazo que promueven o frenan el crecimiento económico por medio de una infinita variedad de actos ejecutivos, legislativos y judiciales, que abarcan desde normas administrativas sobre imposición tributaria, concesión de licencias y reglamentaciones sobre servicios públicos hasta materias básicas como la legislación relativa a la libertad de mercados, de asociación o de la propiedad⁴⁶.

Es por ello que el crecimiento económico no está sujeto solo a las acciones o estrategias que implemente la empresa, sino que este va más encaminado a las

⁴⁵ Introducción a la Economía de la Empresa. Tema 05. Crecimiento y desarrollo empresarial. José Luis Fernández Sánchez; Ladislao Luna Sotorrío. DPTO. DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. disponible en: <http://ocw.unican.es/ciencias-sociales-y-juridicas/introduccion-a-la-economia-de-la-empresa/materiales/Intro-Eco-Empresa5.pdf>. Consultado el 27/03/14

⁴⁶ Tomado de: Crecimiento económico moderno. SIMON KUZNETS. p. 18.

decisiones administrativas que el estado-nación determine para los diferentes sectores económicos.

Crecimiento de población y de producto.

El crecimiento económico moderno está determinado por el crecimiento poblacional, puesto que son las personas quienes consumen sus frutos; de igual forma el aumento de la población es una característica fundamental que distingue el crecimiento económico moderno. Sin embargo, el crecimiento económico moderno tuvo su origen en los países europeos más pequeños y su expansión en otros países europeos y en aquellos de ultramar que descendían de Europa, mientras los extensos y populosos países de Asia y África están aún subdesarrollados. Por consiguiente, aunque la expansión del sistema industrial moderno supuso la adicción sucesiva de nuevas unidades al grupo de países desarrollados, y aun cuando el crecimiento de la población que se desarrollan fue muy superior a la de otros. El desarrollo acertado del potencial que encierra el crecimiento económico moderno está limitado, incluso hoy, a una minoría de la población mundial⁴⁷.

Introducción a la economía del transporte. Por Gonzalo Duque Escobar.

El transporte puede definirse como el movimiento de personas y bienes a lo largo del espacio físico, mediante los modos terrestres, aéreos o marítimos, o alguna

⁴⁷ Tomado de: Crecimiento económico moderno. SIMON KUZNETS. p. 37

combinación de estos. El transporte no se demanda como actividad final, sino como medio para satisfacer otra necesidad.

La economía del transporte es la rama de la teoría económica que se ocupa del sector transporte, y que estudia el conjunto de elementos y principios que rigen el transporte de personas y bienes y que contribuyen a la vida económica y social de los pueblos.

Efectivamente el transporte se encuentra relacionado con la economía, a tal punto que se puede afirmar que el transporte, como cualquier otra actividad productiva, es parte de ella: sin la función del sistema de transporte, no se puede dar el bien económico, puesto que la infraestructura se constituye en un factor de producción, y la movilidad en un determinante del costo y del mercado.

Necesidad y causa generadora del Transporte

Por ser una actividad costosa, “prima facie” parecería que el transporte debería ser evitado o reducido en todo lo posible; sin embargo existe una relación entre las inversiones en infraestructura de transporte y el desarrollo regional, que señalan que este constituye una actividad importante en continuo proceso de expansión y modernización.

Aspectos destacables del Transporte

Los avances registrados en la logística han globalizado la economía y expandido el comercio y el transporte internacional. Pero también el crecimiento de la congestión, ha incrementado los niveles de contaminación ambiental y los accidentes, en especial en las grandes ciudades.

En los países en desarrollo el sector transporte que depende sustancialmente de los gastos del Gobierno, es presupuestalmente deficitario, y esto se revierte en una baja calidad del servicio. Además en los últimos años se ha podido observar un incremento notable de los flujos de capital privado en el sector transporte, como consecuencia del modelo neoliberal y la apertura de mercados.

Importancia del Transporte

El transporte sostenible comprende los factores, metas e impactos en las dimensiones ambiental, social y la económica, además de los instrumentos fiscales y legales necesarios y adecuados para abordar los problemas ambientales. Entre los principales problemas para desarrollar los escenarios urbanos y resolver sus problemas, se contemplan las incidencias de los planes de ampliación de la red de transporte masivo en las megalópolis, y de vías para la conurbación de las ciudades intermedias conformando la ciudad región.

El Transporte y los Mercados

En un mercado compradores y vendedores se interrelacionan y esto les posibilita realizar los intercambios.

El transporte comercial, que incluye la infraestructura necesaria para el movimiento de las personas y de los servicios de recepción, entrega y manipulación de bienes, está al servicio del interés público.

El transporte comercial de personas se clasifica como servicio de pasajeros, y el de bienes como servicios de mercancías.

La posición estratégica de los pueblos con relación a los medios y sistemas de transporte, ha sido factor determinante para el progreso de las civilizaciones y las culturas, también causa de atraso material para muchos pueblos que han permanecido desarticulados de los escenarios donde se desarrollan los mercados.

Los modelos de Transporte en Colombia

Son dos los hechos más relevantes, en el caso de Colombia:

El primero: nuestro ineficiente sistemas de transporte se soporta en el medio carretero a pesar de poseer dos valle interandinos, el río de Magdalena y el del río Cauca, que ofrecen en su orden posibilidades más económicas para el transporte fluvial y ferroviario.

El segundo: el país nunca ha tenido visión marítima a pesar de poseer dos océanos y de estar ubicado en la mejor esquina de América.

A pesar de las ventajas comparativas asociadas a esa posición geoestratégica y a la riqueza marítima, perdimos a Panamá, nos mantuvimos con los mismos puertos de siempre, por eso sin advertir que había llegado la era de los contenedores, vimos desaparecer nuestra Flota Mercante Gran Colombiana creada en 1946, que sin los efectos de la competencia mantuvo en su medio siglo de existencia su política de utilidades basadas en alto precios y bajos niveles de calidad.⁴⁸

CRECIMIENTO Y EXPANSIÓN DE LAS EMPRESAS: Vicente del Valle Zaragoza, J. Luis Gómez de Agüero de Acuña.

El papel de la pequeña empresa y sus retos.

La mayoría de nuestras empresas son pequeñas y medianas; así, en la industria, las que tienen menos de cincuenta trabajadores representan, aproximadamente, el 97 por ciento de todo el sector. Podemos hablar de pequeña dimensión pero de gran trascendencia social y económica, ya que de los datos anteriores se deduce que la mayor parte de la población vive del empleo que dichas empresas generan.

La realidad de estas empresas radica bastante de los planteamientos formales que las distintas administraciones realizan sobre las mismas. Las políticas económicas del país dirigen sus actuaciones en el mismo sentido que se orientan las políticas internacionales y estas se mueven dependiendo de la presión que ejercen las transaccionales. El sistema fiscal, la seguridad social, el mercado de

⁴⁸ FUNDAMENTOS DE LA ECONOMÍA Y TRANSPORTE. Parte III. Introducción a la Economía del Transporte. GONZALO DUQUE ESCOBAR. disponible en: <http://www.bdigital.unal.edu.co/1879/5/03-int-ec-transp.pdf>
Consultado el 27/03/14

trabajo y la fijación de precios se legislan y normalizan olvidando en algunos casos a las microempresas.

Orta limitación que sufren las microempresas en su funcionamiento diario es la dureza con que la banca les presta financiación, si bien esta situación ha mejorado con el tiempo debido a las políticas de regulación de las sociedades de garantías. ¿Qué deben hacer las microempresas para asegurar su supervivencia? Fundamentalmente deben ocuparse de actividades propias de bajas economías de escalas, potenciar el servicio directo con el cliente y mejorar la calidad de los productos, poseer flexibilidad suficiente para responder con agilidad a los cambios de la demandad y del entorno, no renunciar a las oportunidades de crecimiento y desarrollo y, por último, romper con la posición conservadora propia del negocio familiar, que dificultad la aplicación de nuevos procedimientos y nuevas técnicas administrativas lo que les permite estancarse en su crecimiento como empresas.

EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL

El crecimiento es la propensión natural de la empresa, si bien este puede ser controlado por la dirección en función de sus objetivos a medio y largo plazo. Cuando se crece, se hace en respuesta a una serie de estímulos que pueden tener influencia interna o externa a la organización y suele satisfacer las necesidades que originan los agentes que intervienen en el desarrollo de la actividad, tales como: accionistas, proveedores, clientes, administración; actuación que habrá de realizarse siempre en equilibrio con la comunidad.

Ahora bien, el crecimiento no tiene por qué ser sinónimo de dimensión superior, es decir, la nueva dimensión se alcanza cuando el crecimiento continuado ha

ocupado plenamente los recursos productivos de la empresa y hace necesario el empleo de mayores cantidades de factor para el desarrollo de actividad.

Cuando además del tamaño de la empresa se está analizando su ámbito de influencia nos referimos a la expansión de la actividad. Dicha expansión se produce por medio de:

La línea tradicional: se colocan mayores cantidades del producto en el mercado.

Cambio de línea: se venden nuevos productos en el mismo mercado.

Nuevos mercados: la empresa comercializa el mismo producto, además del mismo mercado ingresa a otros nuevos.

Cambio de línea y nuevo mercados: la empresa ofrece distintos productos y participa en diferentes mercados, es decir, ampliación en el portafolio de productos y/o servicio.⁴⁹

6. MARCO JURÍDICO – LEGAL

En la presente investigación se utilizará como referencia el Decreto 173 de 2001, por el cual se reglamenta el Servicio Público de Transporte Terrestre Automotor de Carga. Precepto por la Presidencia de la Republica y el Ministerio de Transporte.

El presente decreto tiene como objeto reglamentar la habilitación de las empresas de Transporte Público Terrestre Automotor de Carga y la prestación por parte de

⁴⁹ Revisar libro. Autores: Vicente del Valle Zaragoza, J. Luis Gómez de Agüero de Acuña. Editorial... consultado el 26/abril/2014, pág. 150, 152 y 153.

estas, de un servicio eficiente, seguro, oportuno y económico, bajo los criterios básicos de cumplimiento de los principios rectores del transporte, como el de la libre competencia y el de la iniciativa privada, a las cuales solamente se aplicarán las restricciones establecidas por la ley y los Convenios Internacionales.

Ley 1369 del 2009 (Diciembre 30) expedida por el Congreso de Colombia, por medio de la cual se establece el régimen de los servicios postales en Colombia.

La presente ley señala el régimen general de prestación de los servicios postales y lo pertinente, a las entidades encargadas de la regulación de estos servicios, que son un servicio público en los términos del artículo 365 de la Constitución Política. Su prestación estará sometida a la regulación, vigilancia y control del Estado, con sujeción a los principios de calidad, eficiencia y universalidad, entendida esta última, como el acceso progresivo a la población en todo el territorio nacional.

Los Servicios Postales están bajo la titularidad del Estado, el cual para su prestación, podrá habilitar a empresas públicas y privadas en los términos de esta ley.⁵⁰

Decreto 867 de 2010 (Marzo 17) expedida por el presidente de la Republica, por el cual se reglamenta las condiciones de habilitación para ser operador postal y el Registro de Operadores Postales.

Las disposiciones contenidas en el presente Decreto aplican a los Operadores de Servicios Postales de que trata el numeral 4 del artículo 3° de la Ley 1369 de

⁵⁰ Alcaldía de Bogotá. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=38901>.

Consultado el 29-11-14

2009, esto es, a los Operadores de Servicios Postales de Pago, de Mensajería Expresa, y al Operador Postal Oficial o Concesionario de Correo, en el último caso, en materia de registro de operadores postales y cuando quiera que pretenda prestar servicios postales de pago y de mensajería expresa.

Igualmente el presente Decreto aplica a los Operadores de otros servicios postales que la Unión Postal Universal clasifique como tales⁵¹.

Artículo 365 de la Constitución Política de Colombia 1991, de la finalidad del estado y de los Servicios Públicos. Los servicios públicos son inherentes a la finalidad social del Estado. Es deber del Estado asegurar su prestación eficiente a todos los habitantes del territorio nacional.

Los servicios públicos estarán sometidos al régimen jurídico que fije la ley, podrán ser prestados por Estado, directa o indirectamente, por comunidades organizadas, o por particulares en todo caso, el Estado mantendrá la regulación, el control y la vigilancia de dichos servicios. Si por razones de soberanía o de interés social, el Estado, mediante ley aprobada por la mayoría de los miembros de una u otra cámara, por iniciativa del Gobierno decide reservarse determinadas actividades estratégicas o servicios públicos, deberá indemnizar previa y plenamente a las personas que en virtud de dicha ley, queden privadas del ejercicio de una actividad lícita⁵².

⁵¹ Decreto 867 de 2010. Disponible en:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=38901> consultado el 23-09-15

⁵² Constitución Política de Colombia, capítulo V artículo 365. Pág. 153.

7. METODOLOGÍA

7.1. Metodología de la investigación

Este estudio se llevara a cabo mediante un tipo de investigación cuantitativa, puesto que se realizaran encuestas a los microempresarios de la ciudad de Palmira valle para poder determinar cuál es, y ha sido el comportamiento en cuanto a: crecimiento económico, infraestructura, contratación de personal y capacidad instalada de las microempresas de mensajería. Para dar cumplimiento a lo expresado anteriormente se tendrán en cuenta las fuentes primarias para la recolección de la información que nos permita como investigadores tener una visión más clara del sector objeto de estudio.

7.2. Tipo de estudio.

Esta investigación se realizara bajo un estudio de tipo exploratorio, pues se aborda un tema que no ha sido estudiado anteriormente como lo es analizar el nivel de crecimiento de las microempresas de mensajería de la ciudad de Palmira Valle del Cauca. Para la economía de la ciudad las microempresas cumplen un papel muy importante a la hora de contribuir al desarrollo tanto local, regional y nacional. Por eso la necesidad de conocer más afondo el sector de mensajería, que aporta en materia de crecimiento a la economía de la ciudad.

7.1. Técnicas de recolección de información

Las técnicas de recolección permiten obtener información necesaria en el proceso investigativo. Hace referencia al procedimiento y la condición de recaudación de datos, dependiendo de las distintas fuentes de búsqueda que pueden ser primaria y secundaria.

7.2. Fuente de información primaria

Se obtiene de la realidad no es sujeto a ningún proceso de elaboración previa. La fuente de información primaria es recolectar datos cuantitativos como lo es la encuesta en donde extraer la información necesaria para la realización del análisis del nivel de crecimiento económico de las microempresas.

7.3. Fuente de información secundaria

En cuanto a las técnicas de recolección secundaria se denomina documental y sus fuentes principales son: el internet, bibliotecas, organismos estatales y de empresas.

7.4. Muestreo

7.4.1. **Población:** Para esta investigación se tendrá en cuenta la población concerniente a las microempresas de mensajería legalmente constituidas en la ciudad de Palmira Valle del Cauca. En el que además de analizar su nivel de crecimiento económico se caracterizaran dichas empresas, determinando los factores que influyen en su crecimiento a nivel económico.

7.4.2. **Muestra:** para aplicar el instrumento se tendrá en cuenta una muestra representativa de la población objeto de estudio, la cual será realizada mediante la fórmula estadística aplicada para las poblaciones finitas. En esta investigación se realizara una muestra del 100% de las microempresas de mensajería terrestre de la ciudad de Palmira Valle, que nos permita tener una perspectiva eficiente del sector.

7.5. Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra fueron las microempresas de mensajería de la ciudad de Palmira legalmente constituidas y que han renovado su licencia a partir del 2012 ante la cámara de comercio de la ciudad. Para la investigación se contó con 21 microempresas las cuales representan el 100% de las microempresas de esta categoría.

8. RESULTADOS

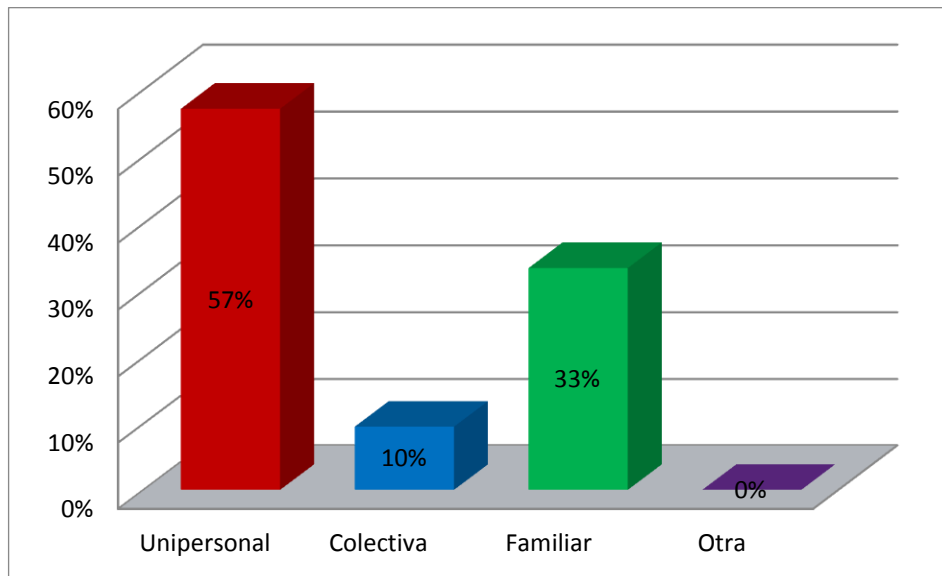
La consolidación de la información que se presenta en este apartado constituye los resultados obtenidos mediante la investigación realizada a las microempresas de mensajería en la Ciudad de Palmira Valle.

Con el estudio realizado se logra apreciar el crecimiento económico que han logrado las microempresas en lo referente a: ventas, activos, número de empleados e infraestructura.

8.1. Clasificación de las microempresas de mensajería según su origen de conformación

Puede apreciarse en la Grafica No. 1 que las microempresas de mensajería en la ciudad de Palmira en su gran mayoría están conformadas bajo la clasificación de Unipersonal, con un peso porcentual del 57%, seguido de las microempresas de carácter familiar con el 33%; esto puede obedecer a que la constitución de este tipo de microempresas es más sencillo por su tamaño, no exige y/o requiere de un capital social inicial mínimo para su creación y simplifica al máximo las obligaciones empresariales periódicas.

Grafica 2. Clasificación de las Microempresas de Mensajería según actividad económica



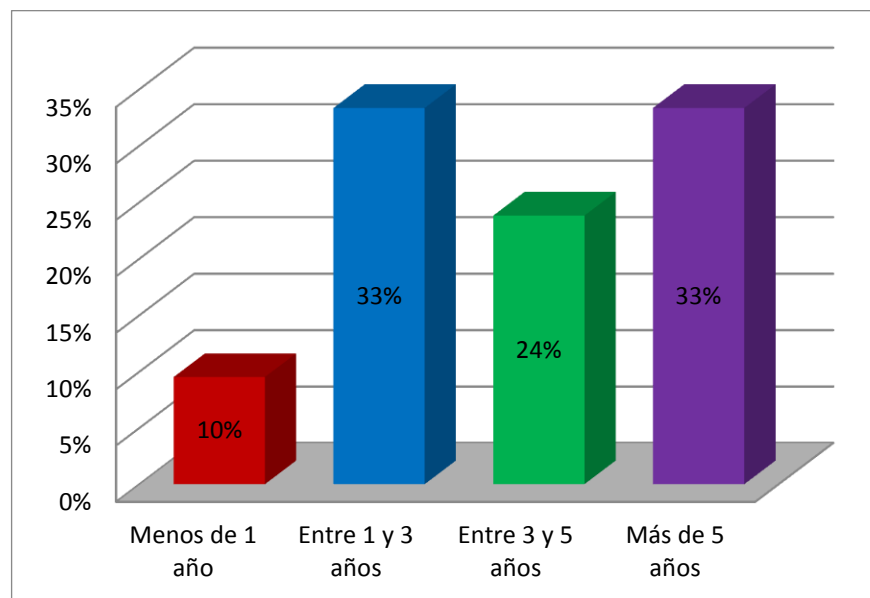
Fuente: Elaboración propia

8.2. Tiempo de creación de las microempresas de mensajería en el mercado de Palmira

La Grafica No. 2 representa la creación de las microempresas de mensajería clasificadas por periodos, siendo representativo el número de empresas que fueron creadas con un tiempo superior a 5 años, con un peso porcentual del 33%, igualmente llama la atención el número de empresas que fueron creadas en el periodo de 1 a 3 años representando el 33%, esto muestra que un buen número de microempresas se encuentran en proceso de consolidación en el mercado Palmirano. Adicionalmente, con el estudio fue posible identificar que el 24% de

este tipo de organizaciones fueron constituidas en el periodo de 3 a 5 años, evidenciando que el mercado de Palmira les ha permitido su sostenimiento y se asocia que se encuentran en etapa de maduración.

Grafica 3. Periodos de creación de las Microempresas de Mensajería en la ciudad de Palmira



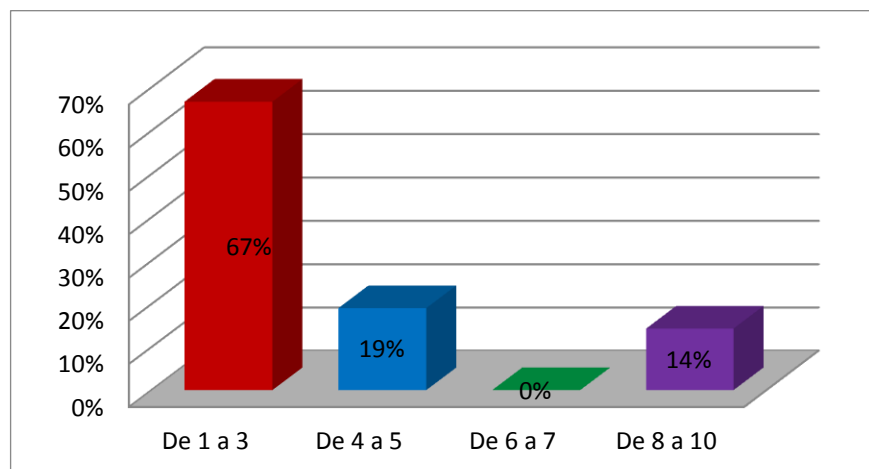
Fuente: Elaboración propia

8.3. Número de empleados con los cuales las microempresas iniciaron su actividad económica

La grafica No. 3 muestra que el 67% de las microempresas de mensajería iniciaron su actividad económica con 1 a 3 trabajadores, seguido del 19% de estas

que contaron con 4 a 5 trabajadores y el 14% que inició con 8 a 10 trabajadores. Lo anterior, evidencia que este tipo de organizaciones comenzaron actividades con un número reducido de mano de obra, con una fuerte tendencia a su creación bajo la figura unipersonal, lo cual pudo obedecer al manejo de recursos limitados.

Grafica 4. Número de empleados con los que iniciaron su funcionamiento las microempresas

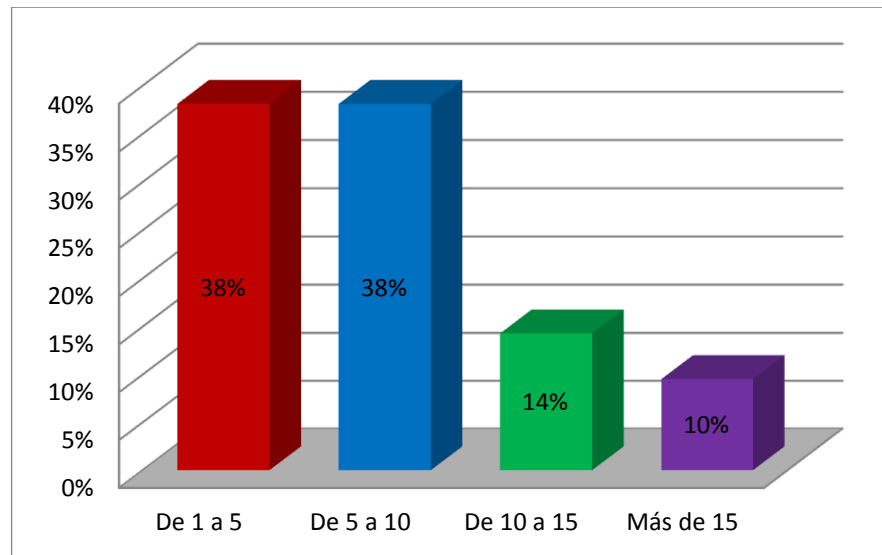


Fuente: Elaboración propia

8.4. Número de empleados actuales vinculados a las microempresas de mensajería

En la gráfica No 4 se puede evidenciar que el 38% de las microempresas de mensajería tiene vinculados actualmente entre 1 a 5 trabajadores, igualmente llama la atención que entre 5 a 10 trabajadores se encuentran con el mismo porcentaje. Al comparar los resultados obtenidos entre la gráfica No 3 con la gráfica No 4, se puede apreciar que las microempresas tuvieron un leve aumento en la contratación de personal. En la gráfica N°3 la mayor participación se encuentra en el rango de 1 a 3 trabajadores con un porcentaje del 67%, observando la gráfica No 4 se puede ver que la mayor participación de trabajadores está en las categoría de 1 a 5 y de 5 a 10 trabajadores con un 38% respetivamente, lo que quiere decir que las microempresas han diseñado nuevos cargos en su estructura organizacional entendiendo esto como un crecimiento en los puestos establecidos por la organización.

Grafica 5. Porcentaje de trabajadores con los que cuentan las Microempresas de Mensajería a la fecha



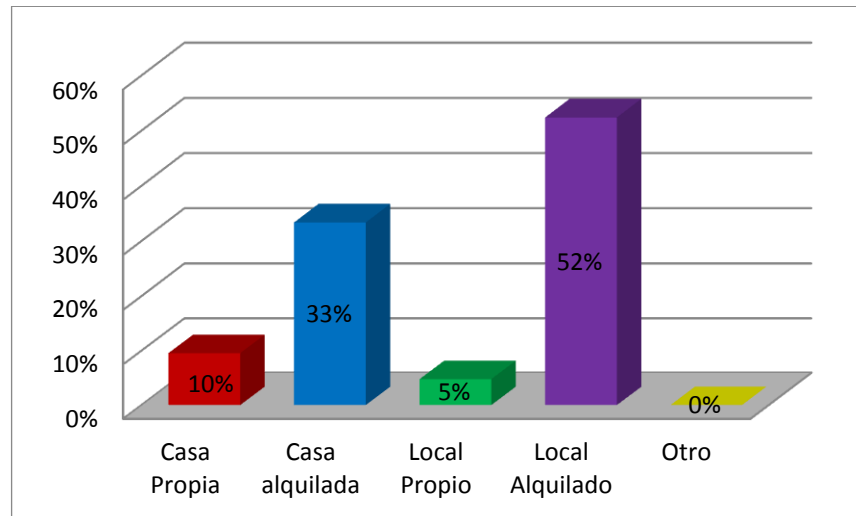
Fuente: Elaboración propia

8.5. Inmuebles utilizados por las microempresas de mensajería al momento de su creación

Como se puede apreciar en la gráfica No. 5 el 85% de las microempresas de mensajería iniciaron su operación económica en inmuebles alquilados, distribuidas con el 52% en locales y el 33% en casas alquiladas. Adicionalmente, las microempresas consideran que la ubicación del negocio es crucial en el momento de incursionar en el mercado y pueden considerarse como decisiones de tipo estratégicas en donde se puede determinar la población donde se va a ubicar, para lo cual es necesario conocer la zona de influencia de cada población,

además el área comercial de la localidad, tendrá un público objetivo que estará dentro del alcance y será más atractiva la ubicación al comercio.

Grafica 6. Inmuebles utilizados por las microempresas de mensajería al inicio su actividad.



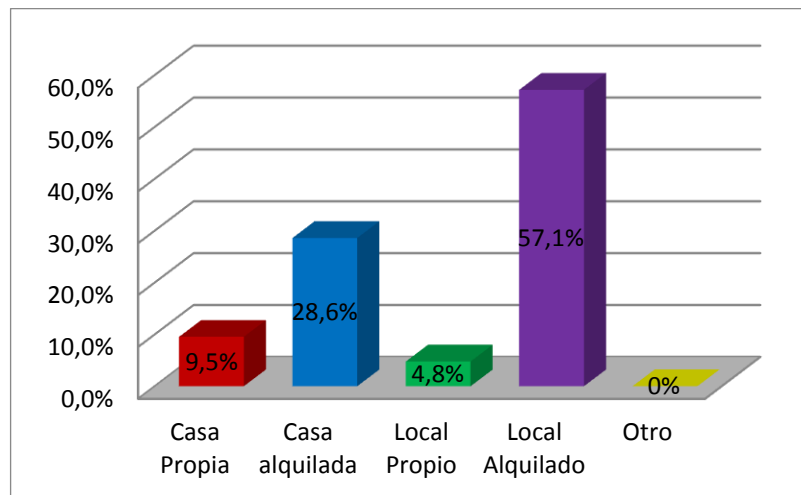
Fuente: Elaboración propia

8.6. Localización actual de las microempresas de mensajería.

La grafica No.6 representa la ubicación actual de las microempresas de mensajería, donde se puede observar que el local alquilado tiene gran representación con un 57%, seguido de casa alquilada con un porcentaje del 29%.

Relacionando la gráfica No 6 con la gráfica No.5 se puede apreciar que las microempresas de mensajería siguen con la tendencia de funcionar en locales y/o casas alquiladas. Cabe mencionar que la variación entre la gráfica No.5 y la No.6 es relativamente mínima en todos sus rubros, es decir, las microempresas pasaron de un 52% a un 57% en la opción de local alquilado y disminuyendo en la categoría de casa alquilada de 33% al 29%, manteniéndose las demás categorías en igual orden.

Grafica 7. Localización de los establecimientos donde funcionan las Microempresas de Mensajería

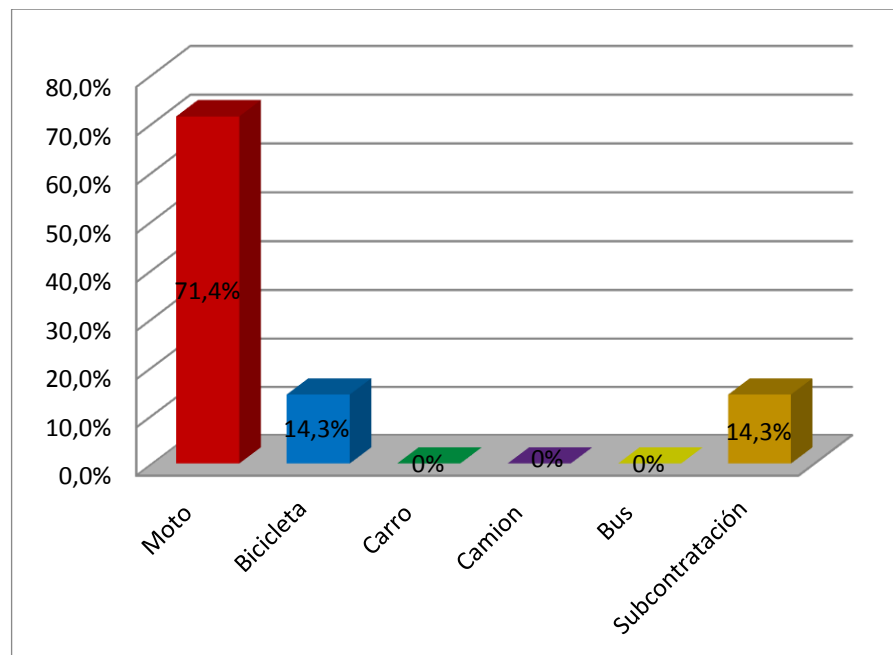


Fuente: Elaboración propia

8.7. Medio de transporte utilizado para distribuir la mensajería

De acuerdo con la gráfica No 7 se puede evidenciar que las microempresas de mensajería iniciaron su actividad económica mediante la utilización de motocicletas con un porcentaje del 71%, por otra parte el 19% de las microempresas utilizaron el método de subcontratación, viendo este como una mejor alternativa para la entrega de los pedidos.

Grafica 8. Medio de transporte que utilizaron las microempresas para operar en el sector de mensajería

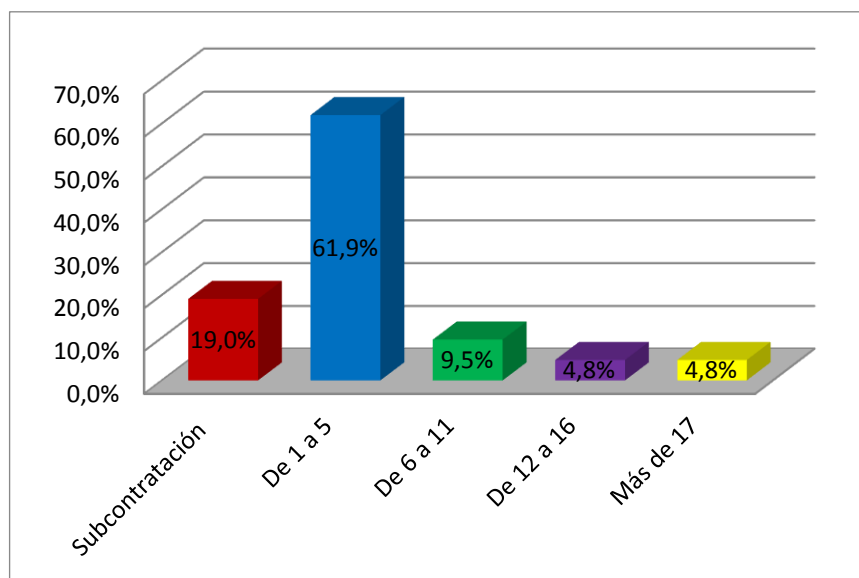


Fuente: Elaboración propia

8.8. Número de vehículos que tienen las microempresas de mensajería para desarrollar sus actividades

En la gráfica No 8 se puede evidenciar que el 62% de las microempresas disponen de 1 a 5 vehículos para el transporte de la mensajería, esto puede obedecer a que su capacidad económica no le permite adquirir un número mayor de activos. Igualmente llama la atención que el 19% corresponde a la subcontratación de vehículos, esto puede verse como un mecanismo para reducir costos a corto plazo. La subcontratación “Más que un gasto adicional, permite reorientar los recursos internos e influir de manera significativa en su nivel de competitividad. En cuestión de ahorro de capital, esta herramienta de gestión deja en libertad gran parte del presupuesto que se puede dedicar a otros propósitos”.

Grafica 9. Cantidad de vehículos que poseen las microempresas para distribuir la mensajería



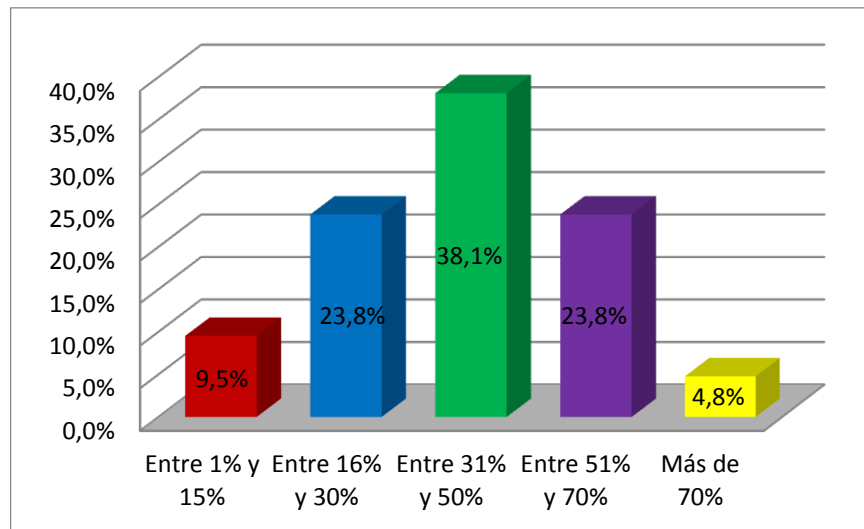
Fuente: Elaboración propia

8.9. Crecimiento en ventas de las microempresas de mensajería en los últimos 2 años

De acuerdo a los resultados de la encuesta, en la Grafica No. 9 se puede evidenciar que las microempresas de mensajería en su gran mayoría han incrementado sus ventas entre el 31% y el 50%, con un peso porcentual del 38% de los encuestados. También, se aprecia un notorio crecimiento de las ventas en los rangos del 16% al 30%, al igual que del 51% al 70%, cada uno estos con una representación porcentual del 24% de los encuestados.

Al analizar el sector de mensajería se puede observar que la dinámica en materia de crecimiento económico muestra un notable avance y fortalecimiento que favorece la economía y desarrollo de la ciudad.

Grafica 10. Porcentaje de crecimiento en ventas de las microempresas de Mensajería en los últimos dos años

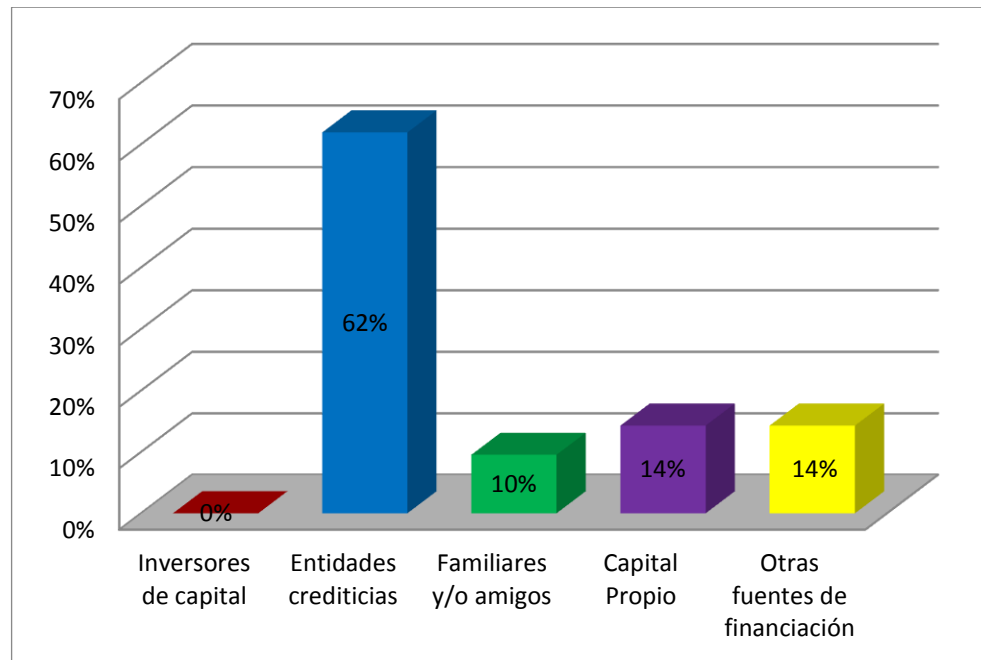


Fuente: Elaboración propia

8.10. Fuentes de financiación de las microempresas de mensajería

De acuerdo a lo observado en la gráfica No.10, se puede apreciar que el 62% de las microempresas decidieron financiarse con entidades crediticias, seguido de capital propio y otras fuentes de financiación, con una participación del 14% cada una. Lo anterior, manifiesta que las microempresas buscan financiarse a través de entidades legalmente constituidas, lo que les permite tener un respaldo legal para el manejo de tasas de interés y cumplimiento de la obligación financiera.

Grafica 11. Entidades donde han adquirido créditos las microempresas de mensajería



Fuente: Elaboración propia

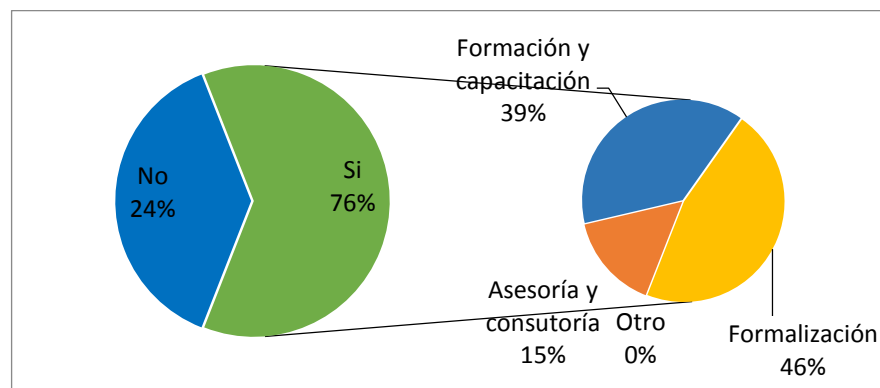
8.11. Percepción de los empresarios respecto al apoyo brindado por la cámara de comercio de Palmira a las microempresas

En la Gráfica No.11, se puede apreciar que el 76% del total de los encuestados tuvieron algún tipo de apoyo ofrecido por la cámara de comercio, lo que dio paso a la formalización y legalización de las microempresas de mensajería. Sin embargo, el otro 24% manifestó la falta de apoyo y acompañamiento por parte de esta institución. Lo anterior, evidencia que los empresarios en gran medida han

contado con algún tipo de apoyo en el proceso de conformar y formalizar las microempresas de mensajería.

Por lo tanto, se evidencia que la Cámara de Comercio de Palmira ha contribuido al desarrollo económico de las microempresas de mensajería. como se muestra en el gráfico analizado, del 76% de las microempresas encuestadas que manifestaron haber tenido apoyo por esta entidad, el 46% lo recibió a través de acompañamiento en la formalización de su negocio y el 39% por medio de formación y capacitación principalmente.

Grafica 12. Apreciación de los empresarios respecto al apoyo ofrecido por la cámara de comercio a las microempresas de mensajería



Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Técnica

FICHA TÉCNICA	
Elaboración	Stefanny Victoria y Edwin Granja
Universo	Microempresas de Mensajería de la ciudad de Palmira
Unidad de muestreo	Microempresas registradas ante la cámara de comercio en el periodo 2012-2014
Tipo de muestreo	Cuantitativo
Técnicas de recolección de datos	Encuesta
Tamaño de la muestra	21 microempresas
Objetivos	Caracterizar las microempresas del sector transporte de mensajería terrestre de la ciudad de Palmira. Establecer el nivel de crecimiento de las microempresas de transporte terrestre de mensajería en la ciudad de Palmira, en lo referente a ventas, activos, número de empleados e infraestructura. Identificar los factores que influyeron en el desarrollo económico de las microempresas de transporte de mensajería terrestre en la ciudad de

	Palmira para el periodo 2012-2014.
Número de preguntas	11
Nivel de confianza	100%
Supervisión y control	Lorena Villalobos Martínez

Fuente: Elaboración propia

9. CAPÍTULO 1: CARACTERIZACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR TRANSPORTE DE MENSAJERÍA TERRESTRE DE LA CIUDAD DE PALMIRA

Este capítulo se centra en la caracterización de las microempresas del sector transporte de mensajería terrestre de la ciudad de Palmira, primero se proporciona una descripción general del sector, seguido de la ubicación de las microempresas en la ciudad de Palmira, de igual forma se tendrá en cuenta que tipo de microempresa es, hace cuánto se creó la microempresa, por último se genera información del sector obtenida por la encuesta, al final se encuentra un resumen con el que finaliza el capítulo, brindando una explicación referente a la caracterización del sector transporte de mensajería terrestre en la ciudad de Palmira.

Esta caracterización de las microempresas, permite que las personas obtenga información del sector en cuanto a la cantidad de microempresas que existen, como se encuentran clasificadas, el número de vehículos o la subcontratación de estos, por esto la caracterización de las microempresas ubicadas en la ciudad

pueden otorgar datos de interés a las personas que desean conocer este sector de transporte de mensajería en la ciudad.

En la ciudad de Palmira encontramos registradas en cámara de comercio las siguientes microempresas de mensajería.

Tabla 3. Microempresas de mensajería en la ciudad de Palmira Valle

Nombre	Dirección
Mega pagos Palmira	Diag. 65 N° 31-33 local 202
Digitalzone EPB	M2 2 casa 7 URB. Pobl. campestre
Multiservicios Matriz Palmira	Carrera 41 N° 39-11
Servicios y diligencias mafra	Arboleda campestre Manz
Rapi Servicio García	carrera 7EA N° 32a-93
Pronto envío logísticos N°1	Carrera 29 N° 31-57
Saymor Servicios	Calle 68 N° 29-58
Paga todo	Carrera 32 N° 20-47 local 9
soluciones logísticas RyP	carrera 25a N° 18-36
Rápido urban express	calle 35 N° 22-05
Malkev mensajería y publicidad	Calle 47 Bis N° 42c-14

GS express SAS	Calle 30 N° 30-77
Johana Díaz Acevedo	Carrera 26 N° 35-23
Mensajería Santa Monika	Carrera 30 N° 26-68
Mensajería JJ	Carrera 31 N°44-45
Soluciones integrales y multiservicios A & A SAS	Calle 42 N° 39-68 local 204
MC mensajería confidencial	Carrera 32 N°29-79
Servientrega Carrefour Palmira	Calle 66 N° 1-43
Servitem Ltda. transporte y mensajería Palmira	Calle 35 N° 27-75
Surtifiesta obrero	Carrera 25 N° 33-70
El palmar EV	Calle 42b N° 8-43 urb. campestre

Fuente: elaboración propia; dato tomado de la Cámara de Comercio de Palmira

El sector postal colombiano ha sido sujeto de importantes transformaciones en los últimos años, como resultado del desplazamiento que vivió el correo tradicional, medio emblemático de comunicación utilizada en el siglo XX, en gran medida por los nuevos servicios de tecnología de la información y las comunicaciones. En efectos las cifras más reciente manifiestan que para el 2010 se registraron, según la Universal Postal Unión (UPU según sus siglas en inglés), 23.6 millones de envíos de correspondencia (doméstica e internacional). En este contexto resulta indispensable reflexionar sobre la evolución del sector postal en Colombia que garantice la sostenibilidad a mediano y largo plazo, en cuanto a la provisión de un

servicio público eficiente que contribuya a la integración nacional de los colombianos⁵³.

En la ciudad de Palmira se encontraron 21 microempresas registradas en la cámara de comercio que brindan el servicio de mensajería, las cuales tienen un tiempo de creación superior a 5 años donde el 57% de ellas están conformadas bajo la clasificación de unipersonal, en términos de mano de obra las microempresas cuentan en promedio con 5 trabajadores para la realización de las diferentes actividades o prestación de un servicio de mensajería eficiente.

Las microempresas de mensajería en su totalidad están ubicadas en el casco urbano compartidas en las diferentes comunas de la ciudad de Palmira, utilizando como medio para operar los locales comerciales con un 52% respecto a casa que es otro medio que utilizan este tipo de microempresas para ejercer su actividad económica.

Con los datos obtenidos se puede decir que el sector transporte de mensajería terrestre cuenta con un mercado amplio para desarrollar su actividad, es importante que estas microempresas presten atención a las entidades que las regulan, para que no se vean afectadas en el desarrollo de su actividad.

⁵³ Perspectiva de los servicios postales en un contexto marcado por la masificación de las TIC. Disponible en: <http://www.fenalco.com.co/contenido/3057/Perspectiva%20de%20los%20servicios%20postales%20en%20un%20contexto%20marcado%20por%20la%20masificaci%C3%B3n%20de%20las%20TI> Consultado el 26-09-

10. CAPÍTULO 2: CRECIMIENTO EN LO REFERENTE A VENTAS, ACTIVOS, NÚMERO DE EMPLEADOS E INFRAESTRUCTURA

Este capítulo comprende el ítem de crecimiento económico que han logrado las microempresas de mensajería terrestre en la ciudad de Palmira en lo referente a: activos, ventas, número de empleados e infraestructura, a continuación se explica el concepto de crecimiento económico correspondiente a las distintas variables mencionadas con anterioridad y posterior a esto se realiza el respectivo análisis de los datos obtenidos en la investigación.

Siguiendo con el análisis se procede a examinar los datos obtenidos de las microempresas de mensajería terrestre en la ciudad de Palmira, este crecimiento se puede ver reflejado en la vinculación de empleados debido a la implementación de nuevos cargos, seguido de la adecuación en infraestructura para la prestación del servicio y en último lugar la adquisición de nuevos activos y el crecimiento en los ingresos de las microempresas.

Concepto de crecimiento económico

Kuznets (1966) ofreció una definición simple de crecimiento económico señalando que «es un incremento sostenido del producto per cápita o por trabajador». Así pues, desde este planteamiento, sería un aumento del valor de los bienes y servicios producidos por una economía durante un período de tiempo. Por lo que se refiere a su medición, por regla general se suele utilizar la tasa de crecimiento

del producto interior bruto y se suele calcular en términos reales para eliminar los efectos de la inflación⁵⁴

Cuando se hace referencia al crecimiento económico del sector transporte de mensajería terrestre en Palmira estas deben cumplir con unos lineamientos y políticas legales que permitan desarrollar su actividad, en este punto es importante que las microempresas cumplan con los requerimientos necesarios para la transportación de la mensajería.

En conclusión se identificaron cuatro factores para determinar el nivel de crecimiento de las microempresas los cuales consisten en: activos; el 62% de las microempresas disponen de 1 a 5 vehículos para el transporte de la mensajería, también se tiene que el 19% de las microempresas subcontratan los vehículos. En cuanto a las ventas, se evidencia que las microempresas de mensajería han incrementado sus ventas entre el 31% y el 50% con un porcentaje del 38% respecto a las demás variables, se analiza que la dinámica en materia de crecimiento económico muestra un notable avance y fortalecimiento que favorece la economía y desarrollo de la ciudad, seguido del número de empleados que se encuentran actualmente vinculados, el 38% comprende el rango entre 1 a 5 trabajadores igualmente entre 5 a 10 trabajadores se encuentran con el mismo porcentaje, lo que quiere decir que las microempresas han diseñado nuevos cargos en su estructura organizacional entendiendo esto como un crecimiento en los puestos establecidos por la organización, para finalizar se encuentra la infraestructura, en la cual, el 57% de las microempresas desarrollan su actividad en locales alquilados siendo esta la mejor opción.

⁵⁴ Crecimiento Económico Moderno, Kuznets 1966. pág. 1

11. CAPÍTULO 3: FACTORES QUE INFLUYEN EN EL DESARROLLO ECONÓMICO DE LAS MICROEMPRESAS DE TRANSPORTE DE MENSAJERÍA TERRESTRE

Este capítulo presenta los factores que intervienen en el crecimiento económico de las microempresas de transporte de mensajería terrestre, primero se tendrá en cuenta los puntos que incurren en el crecimiento económico de manera general, segundo los que están directamente relacionados con las microempresas de mensajería de la ciudad de Palmira, en último lugar se encuentra el análisis obtenido de los datos de los factores que influyen en el desarrollo económico de las microempresas de transporte de mensajería terrestre.

Es importante reconocer los elementos que influyen en el crecimiento económico y también identificar los factores que no permiten que las microempresas puedan consolidar su crecimiento. Esto permite que las microempresas puedan generar estrategias que fortalezcan de manera positiva y elimine aspectos negativos buscando ser más competitivas y eficientes respecto a las grandes compañías que ofrecen el mismo servicio.

El crecimiento económico está condicionado por diferentes factores de diversa índole, tanto interna como externa. En función de la importancia de estos con el desempeño de las microempresas, es oportuno analizar los diferentes factores que pueden ayudar a explicar la adopción del crecimiento como estrategia pretendida por la gerencia para alcanzar una mayor competitividad y un mejor posicionamiento en el sector en cual opera.

FACTORES INTERNOS

Dentro del marco de crecimiento de las microempresas se encuentran factores que de una u otra manera influyen en el proceso de consolidación y expansión. A este respecto, se han tomado como potencialidades internas que promueven el crecimiento: la edad y el tamaño de la empresa, la motivación, la estructura de propiedad, y la gestión del conocimiento.

La edad y el tamaño

La edad y el tamaño son mecanismos que condicionan el crecimiento empresarial, para las microempresas, este factor determina la sostenibilidad respecto a las grandes empresas. El ciclo de vida de toda empresa está determinado por la introducción, crecimiento, madurez y declive; para las grandes empresas es más fácil mantenerse en la etapa de madurez puesto que suelen tener mayor inyección de capital y estructuras sólidas que les permiten afrontar los diferentes cambios económicos del entorno. Sin embargo, para las microempresas sucede todo lo contrario, se les es más difícil afrontar la competencia y por ende su ciclo de vida suele ser más corto, pasando en algunas ocasiones de la introducción al declive.

La motivación

Este factor consiste en la motivación del directivo respecto a los colaboradores para aprovechar de manera eficiente los recursos que inciden en el crecimiento.

En tal forma la búsqueda de la satisfacción personal de los individuos vinculada al aumento del salario, bonificaciones y reconocimientos por las labores realizadas, conllevan al empoderamiento y sentido de pertenencia de los trabajadores para con la empresa.

La estructura de la propiedad

A demás de la motivación, la estructura forma parte importante en el proceso de crecimiento de las empresas, este factor permite que las organizaciones opten por un marco de acción sustentado en ideas claras y flexibles que hacen que los colaboradores aporten a la gestión del conocimiento y competitividad de la empresa, por consiguiente, cuando se tiene una estructura bien definida en términos financieros, valores, principios, procesos, misión y visión se es más propicio a general crecimiento económico.

FACTORES EXTERNOS

Hablar de factores externos que influyen en la gerencia al tomar decisiones encaminadas al crecimiento económico, es hablar de factores económicos sociales, políticos y tecnológicos que inciden de forma notoria en la toma de decisión, y que su comportamiento en cierta instancia no depende de la organización, entre los cuales se encuentran:

Clientes

Con el tiempo los compradores o clientes son cada vez más especializados y difíciles de discernir por las diversas opciones que les ofrece el mercado para elegir.

En estas circunstancias, las empresas deben orientar sus estrategias hacia la búsqueda selectiva de nuevos clientes y mercados más favorables a su estructura.

Competidores

Para las microempresas este factor influye de manera significativa en su estrategia de general crecimiento, y aún más cuando la competencia proviene de sectores informales que no cumplen con los requisitos legales exigidos por las autoridades competentes. Por esta razón, en los sectores emergentes resulta primordial instaurar estrategias diferenciadoras respecto a los demás competidores, esto con el objetivo de atesorar clientes que generen mayor rendimiento económico a la organización.

Proveedores

La fortaleza de los proveedores y de la capacidad de la empresas para negociar con estos depende en gran medida el ritmo de los beneficios de los consumidores, cuanto mayor sea el control de los proveedores mayor serán los precios a los que las empresas deberán ofrecer sus productos o servicios a los clientes, por tanto,

una postura queden asumir las empresas para evitar dicha situación podrá estar enmarcada en la contratación con diferentes proveedores.

Analizando el contexto local de la ciudad de Palmira específicamente el sector de mensajería se logra identificar una serie de factores que influyen en el crecimiento de las microempresas. Conforme a esto, se procede a mencionar estos factores. Se obtuvieron datos con referencia a los apoyos ofrecidos por la cámara de comercio en temas relacionados con: formación, capacitación, asesoría, consultoría y formalización, las microempresas manifestaron en su gran mayoría a ver recibido este tipo de apoyo, esto confirma la opinión de la Unión Europea que sustenta que los apoyos gubernamentales fomentan la creación como el crecimiento empresarial⁵⁵. Otro factor que sustenta el crecimiento de las microempresas corresponde a la inyección de capital, en su proceso de expansión y consolidación las microempresas acudieron en un 62% a las entidades crediticias como fuente de financiación, esto evidencia que las microempresas tienen fácil acceso a los créditos ofrecidos por estas entidades, por otra parte, el establecimiento en cual esté operando la microempresa también constituye un factor que determina el crecimiento, respecto a los datos obtenidos en la investigación se puede determinar que las microempresas que operan en casas alquiladas tienden a tener márgenes de ventas entre 51% y 70%, esto puede obedecer a que los arrendamientos en este aspecto suelen ser más económicos por no estar ubicados en lugares comerciales, por otra parte, las microempresas ubicadas en locales comerciales alquilados obtuvieron ventas con un rango del 31% y 50%. Con esto se da paso al cumplimiento del tercer objetivo de investigación.

⁵⁵ Parlamento Europeo, Consejo Europeo de Lisboa 2000; disponible en: http://www.europarl.europa.eu/summits/lis1_es.htm consultado el: 26-09-15

12. CONCLUSIONES

Contar con un marco de referencia que identifique y caracterice las microempresas de mensajería del municipio de Palmira, constituye el primer aporte de la investigación, en vista de que permite a la Administración Municipal, la Cámara de Comercio y al gremio de microempresas de mensajería tener una reseña para establecer estrategias comerciales que logren fortalecer el núcleo empresarial del municipio.

La aplicación de esta investigación ha confirmado que las microempresas de mensajería en la ciudad de Palmira obtuvieron un nivel de crecimiento económico sólido. Sin embargo, con las exigencias actuales del mercado y la alta competitividad de las grandes empresas, las microempresas están expuestas a nuevas visiones que les permita ser más eficientes y competitivas para hacer frente a los constantes cambios del entorno.

Como resultado del trabajo de investigación, es posible concluir que los factores más representativos en los cuales se apoyaron las microempresas de mensajería para sustentar su crecimiento económico tenemos: inyección de capital, tipo de establecimiento en el cual opera la microempresa y los apoyos ofrecidos por la Cámara de Comercio. Estos factores originan en las microempresas una solides en su proceso de crecimiento y en la búsqueda de nuevos mercados o en la diversificaron de los ya existentes.

13. RECOMENDACIONES

La economía de Palmira carece de estudios que determinen el estado actual de las microempresas, por ende es de importancia tener una base de referencia que permita determinar cómo ha sido el ciclo de crecimiento de las microempresas.

Reconocimiento en el mercado y buscar posicionamiento de la marca, ofrecer servicios adicionales que sean elementos diferenciadores para la satisfacción total del cliente.

Las microempresas deben actualizar sus datos en la Cámara de Comercio de la ciudad para que la información sea verídica respecto a su ubicación y contacto, para no generar inconveniente.

Verificar que al realizar la subcontratación de vehículos, estos presten sus servicios en las condiciones óptimas con su respectiva licencia

14. BIBLIOGRAFÍA

Vida y muerte empresarial, estudio empíricos de perdurabilidad. Autores: Daniela Hernández y Lina María Zúñiga. Disponible en:

<http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/3649/1020742002-2012.pdf?sequence=1> consultado el 20-11-14

Caracterización del transporte en Colombia diagnóstico y proyectos de transporte e infraestructura. Disponible en:

<https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CCAQFjAB&url=https%3A%2F%2Fwww.mintransporte.gov.co%2Fdescargar.php%3Fid%3D455&ei=vc-BVLzZNMekNvq9gLgH&usq=AFOjCNF577RF8HXRgOpNZnRn0pw3GZ3Nkg&bvm=bv.80642063,d.eXY&cad=rja> consultado el 25-11-14

Programa Nacional de Asistencia Técnica para el Fortalecimiento de las Políticas de Empleo, Emprendimiento y Generación de Ingresos en el ámbito Regional y Local. Disponible en:

http://www.mintrabajo.gov.co/component/docman/doc_download/157-palmira.html. Consultado el 25-11-14

Paul A. Samuelson y William D. Nordhaus. Macroeconomía 19ed. Con aplicaciones a Latinoamérica, pág. 227, 228 y 258.

Las pymes: una mirada a partir de la experiencia académica de la MBA. Disponible en: <http://www.eafit.edu.co/revistas/revistamba/Documents/pymes-mirada-a-partir-experiencia-academica-mba.pdf> Consultado el 26 de febrero del 2014

MINISTERIO DE TRANSPORTE.OFICINA DE ASESORÍA DE PLANEACIÓN.
Grupo de planeación sectorial. Disponible en:

<https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CC8QFjAB&url=https%3A%2F%2Fwww.mintransporte.gov.co%2Fdescargar.php%3FidFile%3D5608&ei=43o9U8-EDonksASDrYKoCQ&usq=AFQjCNG0ILLWAHiis2vJDfPqPBNa2I9p6A&bvm=bv.63934634,d.cWc>. Consultado el: 02/04/2014.

Pymes en Colombia microempresas colombianas pequeñas y medianas, ACOPY EXPOPYMES PROEXPORT. Disponible en:

www.Businesscol.com/empresarial/pymes Consultado el: 24 de febrero de 2014.

La importancia de las pymes en la promesa comercial de almacenes La 14 S.A. disponible en:

http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/67901/1/caso_pymes_promesa.pdf

Consultado el 26 de febrero de 2014.

Superintendencia de Industria y Comercio; disponible en:

<http://www.sic.gov.co/drupal/sites/default/files/files/Estudio%20Econ%C3%B3mico%20Sector%20Postal%20en%20Colombia.pdf> consultado el: 25-09-15

Santamaría y Rozo, revista de Desarrollo 2° Semestre 2009. Análisis Cualitativo y Cuantitativo de la Informalidad en Colombia. Disponible en:

https://economia.uniandes.edu.co/images/archivos/pdfs/Articulos_Revista_Desarrollo_y_Sociedad/Articulo63_8.pdf consultado el 25-09-15

Comisión de Regulaciones de Comunicaciones. Análisis preliminar del mercado postal en Colombia, disponible en:

<http://www.sic.gov.co/drupal/sites/default/files/files/Estudio%20Econ%C3%B3mico%20Sector%20Postal%20en%20Colombia.pdf> consultado el: 25-09-15

Desempeño de la economía del Valle del Cauca, Roberto Arango Delgado presidente cámara de comercio de Cali.

Plan de desarrollo del Valle del Cauca 2012 – 2015. Disponible en:

<<http://www.observatoriovalle.org.co/wp-content/uploads/2012/05/Plan-de-Desarrollo-del-Valle-del-Cauca-2012-20151.pdf>. > Consultado el 26 de febrero del 2014.

MINISTERIO DEL TRANSPORTE. 2008. Oficina de asesoría de planeación. DIAGNOSTICO DEL SECTOR TRANSPORTE. GRUPO DE PLANIFICACION SECTORIAL.

Disponible en:

https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=0CD8QFjAD&url=https%3A%2F%2Fwww.mintransporte.gov.co%2Fdescargar.php%3FidFile%3D4305&ei=hmk7U6ulJLfUsATguIGQCg&usq=AFQjCNEcKCamid57MLaEUnLKbm0PI_FRvA. Consultado el: 01/04/14

Registro mercantil: Cámara de comercio de Palmira. Disponible en:

www.ccpalmira.org.co. Consultado el 11/09/2015.

Reseña histórica de Palmira. Disponible en: WWW.valledelcauca.gov.co; consultado el 09/06/2015.

Alcaldía de Palmira. Reseña histórica de Palmira. Disponible en:

www.palmira.gov.co; consultado el: 09/06/2015.

Alcaldía de Palmira. Reseña histórica de Palmira. Disponible en:

www.palmira.gov.co; consultado el: 09/06/2015.

Ministerio de ambiente, Dirección General Ambiental Sectorial. Corporación Autónoma Regional Del Valle Cauca – CVC. Alcaldía de Palmira. Disponible en: http://www.minambiente.gov.co/Puerta/destacado/vivienda/gestion_ds_municipal/home/Pal.pdf consultado el 19-03-2014

Rodrigo López Fernández, operaciones de almacenaje, pág. 2

Pymes en Colombia microempresas colombianas pequeñas y medianas, ACOPY EXPOPYMES PROEXPORT. Disponible en: www.Businesscol.com/empresarial/pymes Consulta: 19 de marzo de 2014.

Rodrigo López Fernández, operaciones de almacenaje, pág. 19.

Real academia de la lengua española, disponible en: <http://lema.rae.es/drae/?val=transporte> Consultado el 19 de marzo del 2014.

Definición de infraestructura, disponible en: <http://definicion.mx/infraestructura/> Consultado el 27/03/14

Gestión.org; revista empresarial. Disponible en: <http://www.gestion.org/estrategia-empresarial/comercio-internacional/5666/que-es-la-exportacion/> Consultado el: 19 de marzo del 2014.

Las zonas francas de Colombia: Hernando Caicedo T. Asesor comercial. Disponible en: <http://www.icesi.edu.co/icecomex/images/stories/pdfs/zonas%20francas%20icesi%2050809%20hc.pdf> Consultado el: 19/marzo/2014.

RevistaICE.com; disponible en:

http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_858_3956_8C514DA83EDE4E6BB9EA8213B6E44EBE.pdf Consultado el: 19/marzo/2014.

Ehow en español finanza. Disponible en:

http://www.ehowenespanol.com/definicion-servicio-mensajeria-sobre_456308/
consultado el 28-11-14

Alcaldía de Bogotá: Disponible en:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=38901#> consultado
el 28-11-14

Alcaldía de Bogotá: Disponible en:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=38901#> consultado
el 28-11-14

Alcaldía de Bogotá: Disponible en:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=38901#> consultado
el 28-11-14

Alcaldía de Bogotá: Disponible en:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=38901#> consultado
el 28-11-14

Definición ABC. Disponible en:

<http://www.definicionabc.com/economia/productividad.php> Consultado el 22-09-15

Definición ABC. Disponible en:

<http://www.definicionabc.com/economia/productividad.php> Consultado el 22-09-15

Definición ABC. Disponible en:

<http://www.definicionabc.com/economia/productividad.php> Consultado el 22-09-15

Definición ABC. Disponible en:

<http://www.definicionabc.com/economia/productividad.php> Consultado el 23-09-15

Ley 1369 de 2009. Disponible en:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=38901> consultado el 23-09-15

Ley 1369 de 2009. Disponible en:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=38901> consultado el 23-09-15

Ley 1369 de 2009. Disponible en:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=38901> consultado el 23-09-15

Introducción a la economía de la empresa (1974): por Santiago García Echevarría. p.25

Introducción a la economía de la empresa (1974): por Santiago García Echevarría. El papel de la empresa. p.11

Introducción a la Economía de la Empresa. Tema 05. Crecimiento y desarrollo empresarial. José Luis Fernández Sánchez; Ladislao Luna Sotorrío. DPTO. DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Disponible en: <http://ocw.unican.es/ciencias-sociales-y-juridicas/introduccion-a-la-economia-de-la-empresa/materiales/Intro-Eco-Empresa5.pdf>. Consultado el 27/03/14

Tomado de: Crecimiento económico moderno. SIMON KUZNETS. p. 18.

Tomado de: Crecimiento económico moderno. SIMON KUZNETS. p. 37

FUNDAMENTOS DE LA ECONOMÍA Y TRANSPORTE. Parte III. Introducción a la Economía del Transporte. GONZALO DUQUE ESCOBAR. Disponible en: <http://www.bdigital.unal.edu.co/1879/5/03-int-ec-transp.pdf> Consultado el 27/03/14

Revisar libro. Autores: Vicente del Valle Zaragoza, J. Luis Gómez de Agüero de Acuña. Editorial... consultado el 26/abril/2014, pág. 150, 152 y 153.

Alcaldía de Bogotá. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=38901>. Consultado el 29-11-14

Decreto 867 de 2010. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=38901> consultado el 23-09-15

Constitución Política de Colombia, capítulo V artículo 365. Pág. 153

Perspectiva de los servicios postales en un contexto marcado por la masificación de las TIC. Disponible en:

<http://www.fenalco.com.co/contenido/3057/Perspectiva%20de%20los%20servicios%20postales%20en%20un%20contexto%20marcado%20por%20la%20masificaci%C3%B3n%20de%20las%20TI> Consultado el 26-09-15

Crecimiento Económico Moderno, Kuznets 1966. pág. 1

Parlamento Europeo, Consejo Europeo de Lisboa 2000; disponible en:
http://www.europarl.europa.eu/summits/lis1_es.htm consultado el: 26-09-15

15. ANEXOS

Anexo A. 1 Encuesta para evaluar el nivel de crecimiento económico de las microempresas.

Objetivo: Recopilar información de las Microempresas de mensajería de la ciudad de Palmira, en lo referente al nivel de ventas, activos, número de empleados e infraestructura con el fin de analizar su crecimiento económico.

Nota: La información suministrada será solo para uso académico.

1. **¿Qué tipo de microempresa es?**

A. unipersonal ____ B. colectiva ____ C. familiar ____ D. otra ____

¿Cuál? _____

2. **¿Hace cuántos años se creó la microempresa?**

A. menos de un año ____ B. entre 1 y 3 años ____

C. entre 3 y 5 años ____ D. más de 5 años ____

3. **¿Con cuántos empleados inició la microempresa?**

A. De 1 a 3 ____

C. De 6 a 7 ____

B. De 4 a 5 ____

D. Con 8 o 10 ____

4. ¿Con cuántos empleados cuenta la microempresa actualmente?

A. De 1 a 5 ____

C. De 10 a 15 ____

B. De 5 a 10 ____

D. De 15 o mas ____

5. De las siguientes opciones indique en qué lugar comenzó la microempresa.

A. casa propia ____

B. casa alquilada ____

C. local propio ____

D. local alquilado ____

E. otro ____

¿Cuál? _____

6. En qué lugar funciona actualmente la microempresa?

A. casa propia ____

B. casa alquilada ____

C. local propio ____

D. local alquilado ____

E. otro ____

¿Cuál? _____

7. Con que tipos de vehículo inició

- A. Moto ____ B. Bicicleta ____ C. Carros ____ D. Camiones ____ E. Buses ____
F. Subcontratación ____

8. Con cuantos vehículos cuenta actualmente la microempresa?

- A. Subcontratación ____ B. De 1 a 5 ____ C. De 6 a 11 ____ C. 12 a 17 ____
D. Más de 17 ____

9. De acuerdo a los resultados obtenidos por la empresa en los últimos años estime en términos de porcentaje el nivel de crecimiento de las ventas.

- a. Entre 1% y 15% ____
b. Entre 16% y 30% ____
c. Entre 31% y 50% ____
d. Entre 51% y 70% ____
e. Más de 71% ____

10. Ha tomado algún crédito para reinvertir en la microempresa, si la respuesta es SI indique cual fue el origen de estos recursos:

- A. Inversores de capital ____
- B. Entidades crediticias__
- C. Familiares y/o amigos
- d. Capital propio ____
- e. Otro ____

Cual_____

11. Considera que los programas ofrecidos por la cámara de comercio de la ciudad, ¿Lo han beneficiado? Si su respuesta es positiva indique aspecto

Sí____ No____

- Asesoría y consultaría
- Formación y capacitación
- Formalización
- Otro

¿Cuál?_____