

Análisis de los posibles impactos del Centro de Gestión Empresarial Mariano - CEGEM, en la ciudad de Pasto

Analysis of the potential multiple impact of the Centro de Gestión Empresarial Mariano (CEGEM), (Marian Center for Business Management) in Pasto

Franco Hernán Guerrero

Profesional en negocios internacionales, técnico en comercio exterior, licenciado en lenguas modernas, especialista en gerencia y negocios internacionales, especialista en docencia universitaria. Docente tiempo completo en el programa de Contaduría Pública de la Universidad Mariana.
frahergc@gmail.com

Germán Alfredo Gómez

Ingeniero industrial. Docente tiempo completo en el programa de Administración de Negocios Internacionales de la Universidad Mariana.
germanpac@gmail.com.

Omar de Jesús Montilla Galvis

Contador Público, Especialista en Gerencia Financiera, Magíster en Administración de Empresas. Profesor titular de la Universidad del Valle.
omontill@yahoo.com.mx

Fecha de recepción: 16-07-2011

Fecha de aprobación: 18-10-2011

Resumen

Este artículo presenta un análisis de los posibles impactos, en lo social y en lo económico, con la puesta en marcha del Centro de Gestión Empresarial Mariano – CEGEM, de Pasto, el cual parte del concepto de la economía del desarrollo que es el conjunto de prácticas públicas y privadas que promueven el desarrollo económico de un país o de una región, en este caso de la ciudad de Pasto, favoreciendo la propensión a invertir, innovar, emprender, formarse y trabajar el objetivo es reunir una masa crítica de factores de producción para iniciar un crecimiento económico suficiente que aporte en especial, una mejora sensible al nivel de vida de la zona en cuestión.

Lo anterior implica un aumento del ingreso per cápita y una reducción de la pobreza en el sur de Colombia, pero, a la vez, comprende como fines legítimos en sí mismos, una educación mejor, un mayor nivel de salud y nutrición, menos pobreza, un medio ambiente más puro, más igualdad de oportunidades, mayor libertad personal y una vida cultural más fructífera.

Por tanto, este estudio sobre el desarrollo empresarial a través de la puesta en marcha del CEGEM, analiza el impacto social y el impacto económico, con el fin de conocer cómo incide la creación del Centro.

Palabras clave

Impacto social, impacto económico, pobreza, emprendimiento, desarrollo, competitividad, asesoría.

Abstract

This article presents a review of the multiple potential impact of the establishment of the Centro de Gestión Empresarial Mariano, CEGEM [Mariano Center for Business Management] in Pasto, Nariño, on a social and economic level. It begins with a discussion of the concept of development economics, which is defined as a set of public and private practices that foster economic development in a region, a country or, as in this case, in the city of Pasto, thus favoring the desire to invest, innovate, launch, receive training, and work. The purpose is to gather a critical mass of production factors to initiate sufficient economic growth to bring about, in particular, noticeable improvement of the quality of life of the region involved.

This not only involves an increase in the per capita income and a reduction of poverty in southern region of Colombia, but also encompasses the following legitimate goals: better education, an improved level of health and nutrition, less poverty, a cleaner environment, greater equality of opportunities, more personal freedom, and a more fruitful cultural life.

Consequently, this study of business development associated with the establishment of the CEGEM provides an analysis of the social and economic impact in order to determine the impact of the creation of this center.

Keywords

Social impact, economic impact, poverty, entrepreneurship, development, competitiveness, consulting.

Introducción

Nariño se caracteriza por ser un departamento de menor desarrollo relativo en el país. Sus niveles de crecimiento han sido siempre inferiores al promedio histórico de la economía nacional en toda su historia, especialmente desde su creación el 6 de agosto de 1904. La economía de los 33.268 kilómetros cuadrados que lo componen sobrevive en medio del abandono. Incluso, al hacer el análisis de las variables más relevantes se observa un estancamiento de la economía regional en los últimos años.

La realidad del departamento, y específicamente de su capital, Pasto, a la cual se refiere en concreto esta investigación, presenta a la vez la existencia de un sector universitario de gran desarrollo, y dentro de él la actividad de facultades y programas dedicados a la formación profesional en el área de la administración. Sin embargo es hasta ahora insuficiente y quizás inexistente la acción de promoción social e investigación de esas unidades académicas y su vinculación efectiva con el sector empresarial.

Con esta perspectiva se hace necesario que en las universidades exista un Centro de Gestión Empresarial que tenga por objetivo brindar asesorías, consultorías, capacitación, prácticas

preprofesionales para la intervención en áreas específicas como administración, mercadeo y ventas, producción y gestión solidaria entre otros campos, que un profesional de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas pueda desarrollar. Por esa razón la Universidad Mariana ha decidido crear e implementar el Centro de Gestión Empresarial de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas de la Universidad, CEGEM. Este centro atenderá a empresas locales y regionales, constituyéndose así en un aporte importante sobre el cual gire el desarrollo integral del empresario del área de estudio.

Ante este panorama existente en Pasto, la propuesta de trabajo se refiere a investigar acerca del impacto social y económico que la implementación del CEGEM pueda generar dentro de la estructura económica de la ciudad hacia el inmediato futuro.

1. Descripción del problema

El Centro de Gestión Empresarial de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas de la Universidad Mariana, CEGEM, tiene como objetivo la creación, montaje y perfecto desarrollo de empresas de todo tipo, en el mercado de la región, en procura de ofrecer propuestas y alternativas para la acción.

Por tanto, el problema plantea la búsqueda de respuestas a la contribución que puede brindar el CEGEM a la estructura económica y social de la ciudad de San Juan de Pasto.

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Analizar el impacto económico social y que se puede atribuir en la región a la puesta en marcha del Centro de Gestión Empresarial de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas de la Universidad Mariana.

2.2 Objetivos específicos

- Presentar y analizar las variables con las que se puede caracterizar la coyuntura de la estructura económica y social de la ciudad de Pasto.
- Diagnosticar la realidad del desarrollo empresarial de Pasto en el momento actual.
- Analizar la dimensión que tiene la orientación y la asesoría empresarial que se brinda a los empresarios en Pasto.
- Evaluar cuáles pueden ser los efectos en el desarrollo empresarial de Pasto con la incorporación del Centro de Gestión Empresarial de la Universidad Mariana.

3. Aspectos metodológicos

3.1 Tipo de investigación

El tipo de estudio comprendió dos fases de la investigación.

Empezó por ser una investigación exploratoria para luego desarrollar el proceso descriptivo. En cuanto a lo segundo se trata de un estudio descriptivo porque analiza situaciones y eventos que describen cómo se manifiestan las variables económico-administrativas; y se especificarán propiedades de personas, grupos y comunidades de tipo empresarial. Es una investigación de corte cualitativo

El proceso investigativo es por una parte cualitativo, en lo referente al tema de la Gestión Empresarial, y por otra cuantitativo, cuando se desarrollaron las partes constitutivas del proceso económico y social en sí.

4. Marco de referencia

Este capítulo busca acercarse a la realidad empresarial que se vive en la ciudad de Pasto. Para ello se analizó la información oficial con que se cuenta en el momento actual. Se comprueba que sobre el tema no se han hecho estudios específicos de tipo oficial, ni tampoco por parte de las instituciones de educación superior. Se puede concluir al respecto que el solo objetivo específico de diagnosticar la realidad del desarrollo empresarial en Pasto es tema para otra investigación.

4.1 Caracterización del desarrollo empresarial en Pasto

4.1.1 Presentación general

Para realizar este punto de la temática coyuntural económica y social, con respecto al sector empresarial de Pasto, como punto central para todo el departamento, se acudió a los estudios de la Superintendencia de Sociedades, con el propósito de entregar datos y cifras que generen y faciliten cultura de medición y prácticas de autorregulación

4.1.2 Composición de la muestra

De un universo de 23.410 sociedades del sector real de la economía, de Pasto, se tomaron 106 sociedades.

4.1.3 Discriminación de la población empresarial según tamaño.

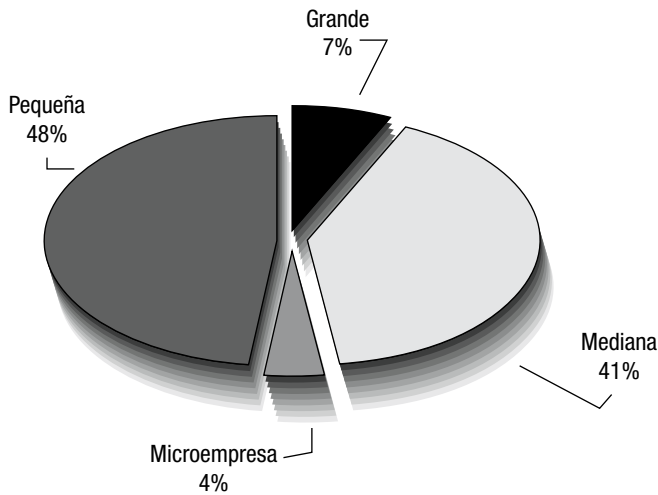
De acuerdo con lo expresado en la muestra, se pueden presentar el Cuadro 1 y la Gráfica 1 siguientes.

Cuadro 1. Discriminación de la población por tamaño del departamento de Nariño
Corte al 31 de diciembre de 2006

Tamaño	Número de sociedades	Participación	%
Grande	7	7%	7%
Mediana	43	43%	41%
Microempresa	4	4%	4%
Pequeña	52	52	49%
Total	106	16	100%

*Según Ley 905 de 2004

Fuente: Superintendencia de Sociedades -SIREM



Gráfica 1. Determinación de la población por tamaño del departamento de Nariño. Corte al 31 de diciembre de 2006.

Fuente: Superintendencia de Sociedades - SIREM

El departamento de Nariño, principalmente en Pasto, concentra el mayor número de sociedades en el grupo de pequeña empresa, con una participación del 49%, lo que equivale a cincuenta y dos (52) sociedades, seguido del grupo de mediana empresa que concentra el 41%, es decir cuarenta y tres (43) sociedades que pertenecen a este grupo; los de menor concentración en número de sociedades son la grande empresa y la microempresa con siete (7) y cuatro (4) sociedades, que participan con el 7% y el 4%, respectivamente.

4.1.4 Discriminación de los activos empresariales por tamaño (Cuadro 2)

Cuadro 2. Determinación de los activos por tamaño –Departamento de Nariño. Corte al 31 de diciembre de 2006

Tamaño*	Total activos*	Miles de pesos
		Participación %
Grande	142.359.279	39%
Mediana	173.139.999.	47%
Microempresa	471.735	0%
Pequeña	51.363.222	14%
Total	367.334.235	100%

*Según la Ley 905 de 2004

Fuente: Superintendencia de Sociedades -SIREM

En el departamento de Nariño, principalmente en Pasto, existen tres grandes empresas concentradas en el sector comercio al por mayor; igualmente se observa que el sector ya

mencionado y el de comercio al por menor reúnen un número significativo de empresas en el grupo de las Pymes

4.1.5 Cálculos según tamaño y sector empresarial.

Cuadro 3. Sectores económicos discriminados

Cortes al 31 de diciembre de 2006

Sectores	Grande	Mediana	Microempresa	Pequeña
Actividades de turismo			1	
Actividades diversas de inversión y servicios financieros				1
Actividades pecuarias y de caza				1
Adecuación de obras de construcción		1		
Alojamiento		1		1
Bebidas	1			
Comercio al por mayor	3	14	2	15
Comercio al por menor	1	6		12
Comercio de combustibles y lubricantes		4		1
Comercio de vehículos y actividades conexas		7		3
Construcción de obras civiles		1		2
Construcción de obras residenciales		3		2
Educación			1	2
Expendio de alimentos y bebidas				1
Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales		1		4
Otras actividades empresariales				2
Otras industrias manufactureras	1			1
Otros sectores agrícolas		1		
Pesca, piscicultura y actividades relacionadas		1		
Productos alimenticios	1	1		3
Productos químicos		1		
Publicaciones periódicas				1
Transporte terrestre de carga		1		

Fuente: Superintendencia de Sociedades - SIREM

4.1.6 Clasificación por el tipo de sociedad y tamaño

Esta discriminación se presenta a continuación en el cuadro 4.

Cuadro 4. Discriminación por tipo societario y tamaño

Corte al 31 de diciembre de 2006

Tipos de sociedades/tamaño	Grande	Mediana	Microempresa	pequeña	Total tipo de sociedad
Anónima	3	11	1	14	29
Limitada	4	29	3	32	68
S.C.A.		2		4	6
Unipersonal		1		2	3
Total tamaño	7	43	4	52	106

Fuente: Superintendencia de Sociedades -SIREM

Por otra parte, como se presenta en el Cuadro 5 de la muestra estudiada, 34 empresas pertenecen al sector comercio al por mayor, 19 al sector Comercio al por menor, 10 dedican su actividad al sector comercio de vehículos y actividades conexas, y los demás sectores de la economía real se ubican entre un rango de 1 a 5 empresas.

Cuadro 5. Sectores más representativos del departamento de Nariño.

Corte 31 de diciembre de 2006

Sectores	
Comercio al por mayor	34
Comercio al por menor	19
Comercio de vehículos y actividades conexas	10
Comercio de combustibles y lubricantes	5
Construcción de obras residenciales	5
Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y pers	5
Productos alimenticios	5
Construcción de obras civiles	3
Educación	3
Alojamiento	2
Otras actividades empresariales	2
Otras industrias manufactureras	1
Actividades de turismo	1
Actividades diversas de inversión y servicios financieros co	1
Actividades pecuarias y de caza	1
Adecuación de obras de construcción	1
Bebidas	1
Expendio de alimentos y bebidas	1
Otros sectores agrícolas	1
Pesca, piscicultura y actividades relacionadas	1
Productos químicos	1
Publicaciones periódicas	1
Transporte terrestre de carga	1

Fuente: Superintendencia de Sociedades -SIREM

4.1.7 Indicadores contables y financieros

Cuadro 6. Balance general consolidado – Activo

Corte al 31 de diciembre de 2006

	Miles de pesos	
Activo	2006	Part. %
11 Subtotal disponible	23,128,984	6%
12 Inversiones CP	1,340,244	0%
13 Subtotal deudores a corto plazo	129,739,375	32%
14 Subtotal inventarios	118,934,292	29%
17 Subtotal diferido	2,593,029	1%
0 Total activo corriente	275,735,924	68%
12 Inversiones LP	21,193,906	5%
13 Subtotal de deudores a largo plazo	1,205,920	0%
15 Propiedades planta y equipo neto	70,551,093	17%
16 Subtotal intangibles	671,776	0%
17 Subtotal diferidos	2,176,357	1%
18 Subtotal otros activos	332,278	0%
19 Subtotal valorizaciones	36,465,554	9%
0 Total activo no corriente	132,596,884	%
Total activo	408,332,808	100%

El total de los activos del departamento de Nariño, con Pasto como centro de la información, asciende a \$408.332 millones, la mayor participación corresponde a deudores corto plazo con el 32%, seguido por inventarios con el 29% y por último propiedad planta y equipo con el 17%.

Cuadro 7. Balance general consolidado – Pasivo

Corte al 31 de diciembre de 2006

	Miles de pesos	
Pasivo	2006	Part. %
21 Obligaciones financieras (CP)	74,541,637	30%
22 Proveedores	83,023,540	33%
23 Subtotal cuentas por pagar a corto plazo	28,693,258	12%
24 Impuestos gravámenes y tasas	9,406,371	4%
25 Obligaciones laborales a corto plazo	2,969,142	1%
26 Subtotal pasivos estimados y provisiones	2,507,827	1%
27 Diferidos a corto plazo	1,995,401	1%
28 Subtotal otros pasivos corto plazo	14,970,927	6%
0 Total pasivo corriente	218,108,103	88%
21 Obligaciones financieras (LP)	19,590,917	8%
23 Subtotal cuentas por pagar a largo plazo	5,562,493	2%
25 Obligaciones laborales a largo plazo	169, 832	0%
26 Subtotal pasivos estimados y provisiones (LP)	27,992	0%
27 Subtotal diferidos a largo plazo	1,245,113	1%
28 Subtotal de otros pasivos a largo plazo	4,034,823	2%
0 Total pasivo no corriente	30,631,170	12%
Total pasivo	248,739,273	100%

Fuente: Superintendencia de Sociedades - SIREM

El pasivo del sector real de la economía para el departamento de Nariño, tomando a Pasto como centro de información, en el año 2006 fue de \$248.739 millones, las obligaciones financieras a corto y largo plazo participaron con el 38% y proveedores con el 33%. El endeudamiento de las empresas del sector real es del 60.91%.

Cuadro 8. Balance general consolidado – Patrimonio

Corte al 31 de diciembre de 2006

Patrimonio	Miles de pesos	
	2006	Part. %
31 Subtotal capital social	37,320,937	23%
32 Subtotal superávit de capital	4,076,198	3%
33 Reservas	14,970,701	9%
34 Revaloración del patrimonio	45,833,78	29%
36 Resultados del ejercicio	12,585,391	8%
37 Resultados de ejercicios anteriores	7,097,711	4%
38 Superávit	37,708,849	24%
Total patrimonio	159,593,535	100%
Total pasivo y patrimonio	408,332,808	

Fuente: Superintendencia de Sociedades - SIREM

El patrimonio, como se presenta en el Cuadro 8 totalizó para el año 2006 \$159.593 millones de pesos, la revalorización del patrimonio fue el rubro de mayor participación con el 29%, seguido del capital social con el 23% y las reservas con el 9%.

Cuadro 10. Consolidado estado de resultados, departamento de Nariño.

Corte al 31 de diciembre de 2006

Estado de resultados	Miles de pesos	
	2006	Part. 100%
41 Ingresos operacionales	843,423,411	100%
61 MENOS: costos de ventas y de prestación de servicios	721,382,176	86%
Utilidad bruta	122,041,235	14%
51 MENOS: Gastos operacionales de administración	40,772,307	5%
52 MENOS: Gastos operacionales de ventas	61,168,932	7%
Utilidad operacional	20,099,996	2%
42 MAS: Ingresos no operacionales	42,318,513	5%
53 MENOS: Gastos no operacionales	43,227,010	5%
Utilidad antes de impuestos y ajuste por inflación	19,191,499	2%
47 Ajustes por inflación	2,240,911	0%
54 MENOS: Impuestos de renta y complementarios	9,547,019	1%
Ganancias y pérdidas	12,585,391	1%

Fuente: Superintendencia de Sociedades - SIREM

El sector real de la economía del departamento de Nariño, tomando a Pasto como centro de la información, registró utilidad por valor de \$12.585 millones de pesos, que corresponde al 1% del ingreso total, los sectores que presentaron pérdida contribuyeron a la disminución de la ganancia tales como actividades de turismo, otras actividades de servicios comunitarios, pesca, piscicultura y actividades relacionadas y construcción de obras.

Los sectores que obtuvieron ganancias en la muestra fueron: otras industrias manufactureras, comercio al por mayor, comercio de vehículos y actividades conexas y por último comercio al por menor.

Cuadro 11. Principales índices financieros, departamento de Nariño.

Corte al 31 de diciembre de 2006

Índices financieros	2006	Unidad de medida
Margen bruto	14%	
Margen operacional	2%	
Margen antes de impuestos	2%	
Margen neto	1%	
ROE	8%	
ROA	5%	
Endeudamiento	61%	
Razón corriente		1.3 Veces
Solvencia		1.6 Veces

Fuente: Superintendencia de Sociedades

De los principales índices financieros determinamos que el Sector Real de la Economía en el departamento de Nariño, con Pasto como su centro de información, para el año 2006, presenta endeudamiento del 61%, y los márgenes de rentabilidad se ubican entre el 1% y 14% siendo este último la rentabilidad bruta del consolidado sectorial.

4.2 Dimensiones de la asesoría y orientación empresarial de Pasto

4.2.1 Existencia de centros de apoyo

Una fase importante en la labor de este trabajo fue una investigación previa sobre la existencia de centros de gestión empresarial, de unidades de emprendimiento, centros de consultoría y conexas. Esto sirve de punto de referencia acerca de lo que podría hacerse con la evaluación del impacto de un centro de gestión como el de la Universidad Mariana.

Como resultado de este trabajo se puede discriminar el inventario existente en Pasto, acerca de la asesoría y orientación empresariales, en los siguientes parámetros.

a. Entidades básicas

- Unidad de emprendimiento Universidad Nacional.
- Unidad de emprendimiento empresarial de la Universidad de Antioquia.

- Centro de servicios y gestión empresarial, Sena regional Antioquia.
- Unidad de emprendimiento de la Universidad Tecnológica de Pereira UTP.
- Unidad de emprendimiento Marco Fidel Suárez.

b. Los consultorios

Los consultorios así contextualizados son los siguientes:

- Consultorios en la Universidad Nacional.
- Centro de Consultoría en la Universidad Sergio Arboleda.
- Consultorio Empresarial Universidad Militar Nueva Granada.
- Centro para la innovación, consultoría y empresarismo-Universidad EAFIT.

c. Los centros de gestión en Pasto

- Centro de Estudios de Desarrollo Regional y Empresarial –CEDRE.
- Sena Seccional Nariño.
- Agencia de Desarrollo Local, ADEL de Nariño.
- Corporación Incubadora de Empresas Nariño CIEN.

4.2.2 Las dimensiones de la asesoría y orientación

Las situaciones críticas y los retos de los centros de gestión

Los Centros de Gestión Empresarial han definido grandes objetivos que orientan el diario quehacer. Se destacan los de formar empresarios y gerentes integrales para la competitividad; actualizar y enriquecer el conocimiento de la gerencia integral; cooperar académicamente nacional e internacionalmente; adecuar tecnológicamente los procesos, y, por último, gestionar productiva y eficientemente la unidad académica.

En tales condiciones, la dimensión de la orientación y asesoría en generación y sostenimiento de las empresas debe contener:

- La gerencia integral para la competitividad
- Desde la perspectiva de la universidad, en sus tres funciones fundamentales se busca desarrollar la propuesta de solución a través de un plan genérico para la competitividad de las pequeñas y medianas empresas.
- Se tiene en cuenta un factor de extensión, traducido en el apoyo y servicio a las empresas locales, que son en su gran mayoría de tipo pequeño y mediano; paralelamente el establecimiento de relaciones con asociaciones y organismos estatales para contribuir en el mejoramiento y preparación de la empresa, de cara a los retos presentes y futuros.
- El resultado consiste en un programa de acompañamiento y apoyo a la empresa mediante la integración de equipos de profesores y estudiantes que desarrollan el pensamiento estratégico y la productividad operacional mediante actividades en el contexto de pequeñas y medianas empresas.

d. Orientación de los Centros de Gestión Empresarial en Pasto

Los programas de asesoramiento y orientación por parte de los Centros de Gestión Empresarial, en general siguen el siguiente proceso:

1. Diagnóstico prospectivo de sectores empresariales y de sus unidades.
2. Diagnóstico del nivel de productividad y potencial de ventas
3. Formulación de plan estratégico-prospectivo y de mejoramiento
4. Capacitación, asesoría e investigación
5. Vinculación de las empresas en equipos y proyectos de financiamiento y formación permanente.

Los Centros de Gestión Empresarial de Pasto pueden compendiarse en unos temas fundamentales:

1. La competitividad es un estado empresarial que resulta de la unión de la gestión estratégica y la productividad operacional.
2. El estado actual de las empresas pequeñas y medianas en Pasto.
3. Frente a esta situación, los actores del proceso han respondido positivamente y consideran que la academia, concebida de esta forma, es la alternativa para salir de la situación crítica.
4. No existe una definición aceptada del éxito de los Centros de Gestión Empresarial en Pasto, debido a la dificultad en medir el impacto, la gran variedad de servicios proporcionados, y las diferencias en los ambientes en que operan los programas.

e. Categorización de programas de los centros de gestión

El objetivo de categorizar estos centros es empezar a entender qué tipos de programas podrían ser comparados unos con otros; cuáles servicios están dirigidos más frecuentemente a la microempresa, y cuáles lo están más a la pequeña o mediana empresa; y buscar patrones reconocibles, problemas y lecciones en la provisión de Servicios de Asesoría y Consultoría.

Un patrón emergió al sistematizar una matriz de resultados de las acciones de los Centros de Gestión Universitaria de Pasto, muchos programas son dirigidos a más de una sola actividad empresarial. Esto probó ser más frecuente en ciertos tipos de intervenciones que en otras. Por ejemplo, los programas de transferencia de tecnología tendían a referirse a todas las actividades, excepto al cumplimiento de las regulaciones.

Otro efecto de los programas ha sido la creación de un ambiente competitivo entre las instituciones de capacitación, las cuales están bajando sus precios para competir por una parte del mercado.

f. Un listado de actividades posibles para el CEGEM

En este estudio, los servicios se consideraron en cuanto al efecto directo que tienen sobre la empresa en cuatro áreas: producción, mercadeo, administración y acatamiento de regulaciones.

En este contexto, el término mecanismos de entrega se refiere a la forma en la cual los servicios de desarrollo empresarial se transmiten a los microempresarios. Por ejemplo, información acerca de mercados se puede transmitir a través de centros de referencia informativa, sesiones individuales de orientación, o por medio de redes.

En un arreglo de subcontratación, el pequeño empresario tiene un cliente garantizado que comprará su producto que el produce; en un convenio de franquicia, esto no se da necesariamente.

Otras actividades del CEGEM son: transferencia de tecnología, incubadoras empresariales, centros de referencia, desarrollo empresarial, orientación del crédito, capacitación orientada a la administración, capacitación orientada a la producción y capacitación para el desarrollo empresarial comunitario.

5. Efectos económicos y sociales del desarrollo empresarial a través del CEGEM

Sobre la base de lo estudiado hasta el momento, acerca del desarrollo económico y social de Pasto, se puede concluir que su característica fundamental es la necesidad de generar, mejorar y sostener empresas, de crear y sostener con vía al éxito nuevas entidades empresariales. Es decir, que el desarrollo tanto de la ciudad como del departamento, como lo necesita la nación entera, puede sustentarse en la variable empresarial, en la innovación, en la incubación, nacimiento y sostenibilidad exitosa de empresas económicas.

En ese sentido, con la puesta en marcha del Centro de Gestión Empresarial de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas de la Universidad Mariana, CEGEM, unirse lograrán resultados que se traducen en desarrollo social y económico que garantizan la producción necesaria a la sociedad pastusa y la correspondiente generación de empleo e ingresos. Esto se puede traducir en los componentes de desarrollo que se exponen a continuación.

5.1 El impacto social

De la ventaja comparativa basada en recursos naturales se ha pasado a un nuevo patrón en el que lo importante es la creación de ventajas competitivas basadas en el capital intangible. La capacidad para generar riqueza se asienta de manera creciente sobre el desarrollo de recursos intangibles. Las diferencias entre las distintas sociedades (agrícola, industrial y postindustrial) se explican mejor al atender a sus diferentes niveles de acumulación de conocimiento que considerando otro parámetro. En esa dimensión se ubican las labores del Centro de Gestión Empresarial de la Universidad Mariana, enfocado a crear, incentivar, estimular y apoyar nuevas empresas.

En este sentido, las políticas de desarrollo, y particularmente las regionales, no pueden limitarse a incentivar la adquisición de los factores tradicionales de producción: capital (préstamos blandos), tierra (terrenos para desarrollos industriales) y trabajo (planes de empleo), ni mucho menos sustentarse en ventajas comparativas asociadas a la dotación de recursos naturales, los salarios bajos o la ubicación geográfica. Lo que determina hoy en día la supervivencia en unos mercados cada vez más reñidos es el valor que se pueda agregar a partir de los resultados de la inversión científica y tecnológica.

Se ha determinado que el eje de la actividad empresarial no es más la empresa individual, sino la red de empresas, clientes, competidores, centros de investigación y el mismo Estado anillado en un Sistema Nacional de Innovación, creando organizaciones inteligentes, que reaccionen anticipadamente a los rápidos cambios de su entorno. Dando respuesta a esta realidad, desde hace algún tiempo se han incorporado innovaciones conceptuales orientadas a apoyar la capacidad de emprender, generar nuevos empleos y mejorar los niveles de eficiencia en pequeñas unidades empresariales. Las “Incubadoras de Empresas” están dentro de las alternativas ideadas para crear un ambiente de mayor protección para la creación e implantación de nuevas empresas. Existe también otro concepto que es similar y que nació al alero de algunas universidades con fuerte inclinación a la investigación y desarrollo en países desarrollados, este es el de Parques Tecnológicos, ideado como mecanismo de vinculación con la empresa, y además para canalizar en gran medida el espíritu empresarial de alumnos y profesores. Este tipo de experiencia se ha visto con mucho éxito en Latinoamérica en distintas versiones adaptadas de las experiencias originales.

En este punto del trabajo, se tiene como objetivo integrar las diversas interpretaciones sobre las nuevas tendencias para el desarrollo empresarial a fin de formular algunas aproximaciones que sienten las bases para la creación, en la ciudad de Pasto, del CEGEM.

El término desarrollo empresarial se entiende en este trabajo como las distintas acciones llevadas a cabo por las unidades de producción ante las políticas económicas gubernamentales y que han determinado el estado actual de las mismas, desde el punto de vista de los factores establecidos de ventajas competitivas, como son la tecnología y el acceso a mercados externos.

La conceptualización que sirve de marco de referencia a este trabajo, enfatiza los términos de la innovación tecnológica y los diferentes agentes involucrados en la misma: quiénes la crean y difunden (universidades y centros de investigación); quiénes la incentivan (sector oficial) y finalmente quiénes la utilizan económicamente (las empresas).

Las posibles contribuciones de este estudio, aunque se está consciente de sus limitaciones, se pueden resumir en los siguientes aspectos:

Las nuevas tendencias que explican las riquezas de las naciones revelan un creciente consenso en torno al impacto que tiene la innovación tecnológica como clave del desarrollo económico y del nivel de vida de los ciudadanos.

Una nueva tipología sobre la manera de desarrollar económicamente la región, puede ser útil para implementar un sistema regional de innovación.

La operacionalización de algunos de los enfoques aquí planteados, servirá como base para futuros trabajos sobre el tópic.

Acerca del ámbito del desarrollo social. El conjunto de procedimientos e instrumentos, apoyados en el saber científico, que permiten en una vasta escala la acción sobre cosas, concretamente sobre la naturaleza, para satisfacer los deseos del hombre o incluso para ir por delante de ellos suscitándolos, determina un desarrollo de la sociedad.

La innovación ha pasado a ser palabra clave dentro de la elaboración de la estrategia de cualquier empresa sin importar su tamaño. El interés despertado por esta variable tan importante

está estrechamente relacionado con la competitividad que ella es capaz de proporcionar. Constituye el futuro de cualquier empresa, sector o país.

Entendemos la innovación, entonces, como un proceso sistemático, sistémico y deliberado de transformación empresarial a través del cual se conciben nuevas ideas que, una vez desarrolladas, permiten la introducción en el mercado de nuevos productos o procesos, la adopción por parte de la empresa de nuevas estructuras organizativas, el empleo de nuevas técnicas comerciales, de gestión, etc.¹

Todo proceso de desarrollo y el social es el principal, tienen su base teórica en unos paradigmas.

Por tal razón, definir paradigma es de vital importancia para este trabajo, ya que es necesario ubicarnos en la actualidad, en este siglo XXI, en esta era de la información, en esta sociedad del conocimiento. No importa cómo la llamemos, lo importante es saber que la gran mayoría de las personas vivas hoy, fueron formadas en una sociedad que ya no existe y esto implica que muchas cosas que aprendió y que resultaron exitosas en ese momento, hoy no rinden el mismo fruto. Esto porque el paradigma, el modelo, la manera de hacer las cosas, la “verdad” es otra, ha cambiado, ha evolucionado.

Al estudiar o realizar un diagnóstico de la situación de Pasto, vale la pena traer a colación un factor fundamental. Se atribuye la fase de “depresión” de los ciclos económicos a una crisis estructural del sistema socioeconómico. Entendiendo esta crisis como una ruptura entre el subsistema económico y el contexto socio institucional en el cual se desempeña; una especie de desacoplamiento que se produce cuando el subsistema económico el cual se transforma y emerge como resultado de la manifestación de potencialidades de cambio, asociadas a un nuevo vector tecnológico, entra en conflicto con las estructuras sociopolíticas existentes. Ante este evento, se sostiene que el crecimiento no se reanuda hasta que el marco socioinstitucional logra modernizarse y reacomodarse con las nuevas lógicas imperantes en el ámbito tecno económico.

Desarrollo social y sus componentes. Al respecto del desarrollo social que puede resultar de la acción de las Universidades, como en este caso con el CEGEM, el impacto debe compendiarse en aspectos como el sistema nacional de innovación, las incubadoras de empresas y sus efectos y otros componentes.

Un Sistema Nacional de Innovación (SNI) comprende todas las instituciones y prácticas que afectan la introducción y la difusión de las innovaciones en una economía nacional y representan desde un punto de vista institucional, la mejor manera de entender la formación de “brechas tecnológicas” entre países.²

Una manera de conceptualizar el atraso tecnológico de Nariño, y de Pasto en especial, es estudiando las fallas en su Sistema Nacional de Innovación. En América Latina el SNI es conocido como el Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología. Dado este enfoque, los académicos eran los únicos que se creían con autoridad para hacer innovación tecnológica,

1 Benavides, Carlos:(1998) *Tecnología, Innovación y Empresa*, Madrid, España, Ediciones Pirámide.

2 Freeman, Christopher:(1993), *El reto de la innovación, (la experiencia del Japón)*, Caracas, Editorial Galac.

y por otro lado, los empresarios consideraban la tecnología como un bien exógeno a sus operaciones el cual debía ser adquirido como cualquier otro insumo.

Aun reconociendo que aunque de una manera dispersa, la creación de centros de investigación hasta 1994, constituyó un paso importante en el desarrollo institucional de la investigación tecnológica, la brecha que los originó sigue vigente, dado el estancamiento de la economía colombiana en los últimos años.

Las universidades están en la actualidad adaptando sus estructuras a los tiempos modernos, los cuales solicitan más pertinencia, más presencia, más aportes concretos al bienestar de la sociedad que las financia. El reto de las universidades está pues, en involucrarse en el Sistema Nacional de Innovación para formar, junto con el sector empresarial y el sector oficial, el “triángulo del desarrollo”.

La investigación básica y orientada, los proyectos de innovación y la formación del capital humano son actividades incluidas dentro de las funciones supremas de la universidad como son las de docencia, investigación y extensión. Se requiere en el caso del SNI, que la universidad adapte estas funciones a los objetivos del sistema. Pero en el caso de las incubadoras y viveros de empresas la universidad estaría dando un aporte más directo y planificado al desarrollo de la innovación empresarial.

Impacto concreto del CEGEM

Sin ánimo de dogmatizar, se puede afirmar que en la actualidad la estrategia de desarrollo que parece haber dado resultados más seguros y ofrecer mayores posibilidades indica la conveniencia de evaluar de nuevo las funciones que cumplen el mercado y el Estado.

En el sentido amplio, la definición del desarrollo comprende también la mayor igualdad de oportunidades, la libertad política y las libertades civiles. Se comprende así que se persigue el objetivo global de dotar de mayores derechos económicos, políticos y civiles a todos los seres humanos.

Lo novedoso de la búsqueda está en enfatizar en una estrategia del desarrollo que armonice con el mercado, a través de las personas, en recursos humanos.

5.2 Impacto económico

El efecto posible: crecimiento a través del empresarismo

En la ciudad de Pasto se puede lograr al menos el crecimiento que encamine a la región hacia el desarrollo, a través de la opción de la creación, mejoramiento y sostenimiento de empresas. A ese objetivo se enrumba el CEGEM y por lo tanto los efectos que se espera recibir del accionar del Centro de Gestión Empresarial deben ser los normales al crecimiento, es decir: incremento de la producción y la productividad, generación constante de empleo e ingresos, satisfacción de las necesidades individuales y globales, todos ellos para la estructura económica y social de Pasto.

Entonces, en el CEGEM, se puede aceptar que el crecimiento económico es la sumatoria de muchas variables macroeconómicas que convergen para producir un efecto de estabi-

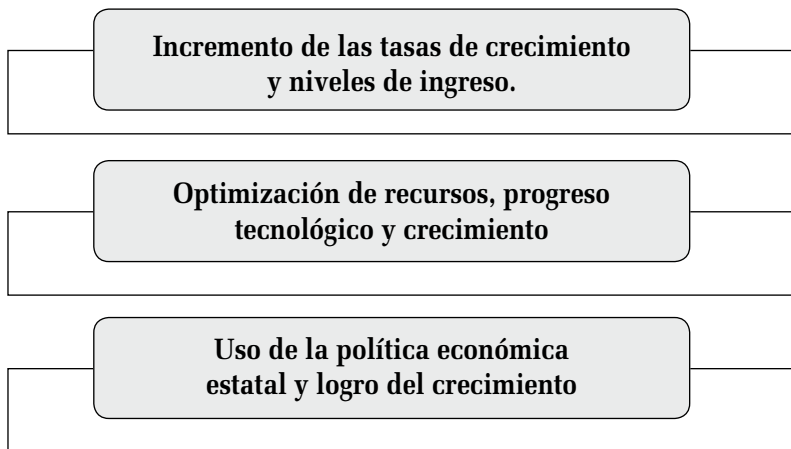
lidad,³ bienestar y desarrollo para la sociedad que disfruta del mismo, en este caso, Pasto. Se puede añadir que la unión de mucho trabajo, inversión, producción, empleo y consumo contribuye al desarrollo económico y, por ende, al bienestar. Este es el efecto a lograr con la actividad del CEGEM.

El crecimiento económico de Pasto forma parte de la misión del CEGEM, en el contexto de estrategias se contemplan cinco dimensiones fundamentales, empresarismo, talento humano, administración científica, empleo y generación de la demanda.

A través del empresarismo gestado con el CEGEM se optimiza la utilización del talento humano universitario para administrar en la práctica y científicamente las empresas. Se logra así generar autoempleo y empleo adicional, con lo cual se generan ingresos. Con ingresos seguros y en aumento se incrementa la demanda de bienes y servicios producidos por las empresas, lo que implica aumentar la oferta de los bienes. El ciclo del crecimiento se ha creado y se estimula constantemente. El resultado es una vida social mejor.

El efecto, en términos de las ciencias económicas y la acción que el CEGEM va a lograr en Pasto, se traduce en un esquema que se muestra a continuación.

Ilustración 1. Efectos económicos con el CEGEM



Lo anteriormente especificado en el diagrama tiene un sustento que se sostiene en el CEGEM.

Se trata de que a través del CEGEM se utilice, por parte de empresas y empresarios, los posibles efectos económicos que se plantean en la Ilustración 1. Si estos se logran, paralelamente se alcanzarán los efectos sociales que significan educación, vivienda, salud y mejor calidad de vida.

3 Sentimiento de predictibilidad, control y certidumbre en una economía u organización.

Al terminar el trabajo sobre el impacto económico y social que puede resultar del funcionamiento del CEGEM, es necesario especificar lo que al final se puede concluir y recomendar a quienes tengan que ver con esta investigación.

6. Conclusiones

De acuerdo con lo especificado en este trabajo, se puede concluir que en Pasto tiene como característica fundamental la necesidad de generar, mejorar y sostener empresas, de crear y sostener con vía al éxito nuevas entidades empresariales.

El desarrollo tanto de la ciudad como del departamento, como lo necesita la nación entera, puede sustentarse en la variable empresarial, en la innovación, en la incubación, en el nacimiento y sostenibilidad exitosa de empresas económicas.

Con respecto al desarrollo empresarial que se requiere en Pasto, la puesta en marcha del Centro de Gestión Empresarial de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas de la Universidad Mariana, CEGEM, se convierte en un instrumento de primer orden para gestar la senda del crecimiento y el desarrollo posterior de la ciudad y de la región.

A través del Centro de Gestión Empresarial de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas de la Universidad Mariana, CEGEM se lograrán los resultados que se traducen en desarrollo social y económico y que garantizan la producción necesaria a la sociedad pastusa, con la correspondiente generación de empleo e ingresos.

7. Recomendaciones

De lo expuesto en desarrollo de este trabajo se deducen unas recomendaciones específicas que se pueden sintetizar de la manera siguiente:

- Las políticas de desarrollo y particularmente las regionales, no pueden limitarse a incentivar la adquisición de los factores tradicionales de producción: capital (préstamos blandos), tierra (terrenos para desarrollos industriales) y trabajo (planes de empleo), ni mucho menos sustentarse en ventajas comparativas asociadas a la dotación de recursos naturales, los salarios bajos o la ubicación geográfica.
- Para el logro del crecimiento o al menos la supervivencia en unos mercados cada vez más reñidos, se requieren políticas que favorezcan el incremento del talento humano con dirección al empresarismo.
- Al saber que el eje de la actividad empresarial no es más la empresa individual, sino la red de empresas, clientes, competidores, centros de investigación y el mismo Estado anillado en un Sistema Nacional de Innovación, para lo cual se deben crear organizaciones inteligentes que reaccionen anticipadamente a los rápidos cambios de su entorno.
- Es necesario incorporar innovaciones conceptuales orientadas a apoyar la capacidad de emprender, generar nuevos empleos y mejorar los niveles de eficiencia en pequeñas unidades empresariales.

- Es necesario incrementar las “Incubadoras de empresas” para fomentar un ambiente de mayor protección para la creación e implantación de nuevas empresas.
- Es imprescindible integrar las diversas interpretaciones sobre las nuevas tendencias para el desarrollo empresarial, a fin de formular algunas aproximaciones al camino hacia el desarrollo de Pasto.
- Es necesario ampliar el cubrimiento y la influencia del CEGEM para enfatizar su labor acerca de los términos de la innovación tecnológica y los diferentes agentes involucrados en la misma: universidades y centros de investigación, el sector oficial y las empresas.

Bibliografía

1. Álvarez R., Víctor (1996). *La política tecnológica como política económica*. Págs. 5-33, Revista Espacios, Vol. 17, N° 1.
2. Benavides, Carlos (1998). *Tecnología, innovación y empresa*. Madrid, España, Ediciones Pirámide.
3. Balestrini, Miriam y Lares, Armando (2000). *Metodología para la elaboración de informes (modalidades, estructuras, cuestiones gramaticales y redacción)*. Caracas, BL Consultores y Asociados, Servicio Editorial.
4. Drucker, Peter (1989). *Las Nuevas Realidades*, Bogotá, Editorial Norma.
5. Drucker, Peter (1994). *La Sociedad Post Capitalista*, Bogotá, Editorial Norma.
6. Flores, Carmen (1994). *Motivación, una alternativa para el éxito*. Caracas, Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental (Fedeupel).
7. Freeman, Christopher (1993). *El reto de la innovación (la experiencia del Japón)*. Caracas, Editorial Galac.
8. López, Luis y Loira, Luis:(1999). *Fortalecimiento de los sectores productivos a través de la innovación*. Documento en Proceso, Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible. Mimeografiado.
9. Maslow, Abraham:(1994). *La amplitud potencial de la naturaleza humana*. México, segunda edición, Trillas.
10. Pazos, Felipe:(1985). *Política y desarrollo económico*. Colección: Estudios Económicos, Caracas, Banco Central de Venezuela, Editorial Arte.