

# **CAPACITACIÓN Y ASESORÍA PARA LA PERDURABILIDAD DE MICROEMPRESAS EN FUSAGASUGÁ, COLOMBIA**

Elizabeth Ann Escobar Cazal, Universidad de Cundinamarca

Gonzalo Escobar Reyes, Universidad de Cundinamarca

## **RESUMEN**

*De acuerdo con la base de datos suministrada por la Cámara de Comercio de Bogotá sede Fusagasugá, entre los años 2013 y 2014 se registraron 757 organizaciones empresariales que cancelaron sus matrículas mercantiles. Frente a esta situación, el trabajo se orientó a realizar un plan de acción (piloto) de fortalecimiento a microempresas fundamentado en el análisis de causas que obligaron a los microempresarios al cierre de establecimientos. En una primera fase (diagnóstico) se utilizó la modalidad investigación descriptivo-analítica y complementariamente el modo aplicativo (plan de acción). Así, se analizaron áreas funcionales de las microempresas, identificando problemas, debilidades y fortalezas. Brindando información requerida 141 microempresarios participaron en el proceso. Como parte de este, fue diseñada la base de datos, planteándose el correspondiente Análisis descriptivo con tablas de contingencia. Fueron establecidas como causas principales incidentes en la morbilidad de estas organizaciones: Escaso nivel de conocimientos administrativos, poca experiencia administrativa, carencia de medios publicitarios, uso de una contabilidad empírica, resistencia a la innovación, etc. Como otros resultados, se determinó que la mayoría de microempresas eran de carácter familiar administradas por sus dueños, empleando pocas personas. Su periodicidad de funcionamiento estaba en el rango de 1 a 4 años. Como objetivo en cumplimiento y para garantizar la permanencia y consolidación de las microempresas, se ejecutaron programas de capacitación y asesoría.*

**PALABRAS CLAVE:** Diagnósticos, Morbilidad Empresarial, Intervenciones Empresariales

## **TRAINING AND ADVICE FOR THE PERDURABILITY OF MICRO- ENTERPRISES IN FUSAGASUGÁ**

### **ABSTRACT**

*According to data provided by the Cámara de Comercio of Bogotá, Fusagasugá location, between the years 2013 and 2014, 757 business organizations cancelled their commercial registration. This research focuses on developing a plan of action to strengthen micro-enterprises. This is developed based on an analysis of causes which forced to micro-entrepreneurs to close. In a first phase we used descriptive-analytical research and the application mode. Thus, functional areas of micro-enterprises, identifying problems, weaknesses and strengths were analyzed. Some 141 entrepreneurs participated in the process. We develop a database, to culminate the data and analyze through contingency tables. We identify the main causes of mortality incidents among these organizations including: low level of administrative knowledge, little administrative experience, lack of advertising media, use of an empirical accounting, resistance to innovation, and so on. We determined that a majority of micro-enterprises were family managed by its owners, employing few people. Life achieved was in the range of 1 to 4 years.*

**JEL:** M15

**KEYWORDS:** Diagnostics, Morbidity Business, Business Interventions

## INTRODUCCIÓN

Fusagasugá es cabecera de la Provincia del Sumapaz, Departamento de Cundinamarca. Según las proyecciones del DANE, el crecimiento poblacional del municipio para el año 2013 fue de 129.301 personas y para 2014 fue de 131.914 personas. (DANE, 2005) La actividad económica se basa principalmente en agricultura destacándose la producción de frutas, hortalizas y café; también son activos los renglones de avicultura y ganadería. Igualmente, según el Censo General DANE 2005, los resultados de la actividad económica municipal arrojaron el siguiente consolidado: 57.4% corresponde a establecimientos comerciales (al por menor de alimentos y bebidas alcohólicas) 34.1% al sector servicios (educación, salud, restaurantes) 7.3% asociado a la industria (elaboración de alimentos a base de frutas, producción de harinas y almidones, productos de panadería, productos lácteos, confección de ropa; otras relacionadas con el subsector de la construcción: productos metálicos, fabricación de muebles) y el 1.2% a otra actividad. (DANE, 2005) También, el informe del DANE afirma que el 98% del tejido empresarial corresponde a microempresas, por lo que su mercado tiende a ser exclusivamente local: el 80% de estas organizaciones que tienen 4 o menos empleados vende localmente sus productos, solo el 20% de las empresas de más de 20 empleados vende una buena fracción de su producción externamente (DANE, 2005) El incremento y desarrollo de micro y pequeñas empresas de tipo formal e informal aportan significativamente a la economía del municipio y son fuente generadora de empleo (autoempleo) para microempresarios y familias. Pero problemas como: -Insuficiencia de conocimientos administrativos y contables, -inexperiencia en la actividad empresarial, débil manejo de inventarios: excesiva inversión en activos fijos; carencia tecnológica y de publicidad, etc. determinaron que la supervivencia en el mercado no fuera suficientemente sólida para mantenerse y crecer, marcándose una tendencia a desaparecer.

En la base de datos proporcionada por la Cámara de Comercio de Bogotá, sede Fusagasugá, para los años 2013 y 2014 se registraron 757 organizaciones que cancelaron la matrícula mercantil. Estas cifras agrupan solamente al sector formal, desconociéndose con precisión la cantidad de micro y pequeñas empresas informales que se vieron obligadas a cerrar sus establecimientos. Con este referente (base de datos) se inició el estudio diagnóstico de las áreas funcionales de las mipymes: Administrativa, de mercadeo, financiera, de producción y de recursos humanos, para identificar las causas que obligaron a los microempresarios a tomar la decisión mencionada. Sobre este análisis, se señalaron problemas, debilidades y fortalezas de las mipymes, que, entre otros criterios, permitieron generar planes de mejoramiento y de capacitación y asesoría. Como objetivos se formularon: - Analizar las causas que determinaron el cierre de las mipymes a partir del estudio de las Áreas Funcionales. - Desarrollar planes de capacitación en las áreas administrativas, de mercadeo, financiera, de producción y talento humano. - Implementar asesorías a microempresarios participantes. La investigación dentro de la ampliación de su corpus atendió con particular detalle la sección de revisión literaria consignando referentes sobre Áreas Funcionales, concepto de perdurabilidad y mortalidad empresarial y estudios relacionados con la temática. Análogamente la metodología incluye: Tipo de investigación, muestra, diseño del instrumento diagnóstico y cruce de variables identificando objetivamente problemas en las áreas administrativa, de mercadeo y finanzas, contrastando resultados con otros estudios. Igualmente fueron registradas las asesorías realizadas, las conclusiones y bibliografía.

## REVISIÓN DE LITERATURA

Autora relevante para el estudio, es Lourdes Munch Galindo, quien define las Áreas funcionales de la organización afirmando: que para lograr sus objetivos, independientemente de su tamaño, toda empresa realiza cinco funciones básicas: elaborar el producto, venderlo, invertir y manejar el dinero para producirlo, a la vez que controlar las ganancias que obtiene, y manejar la información y la tecnología, contratar y coordinar al personal para que desempeñe sus labores tendientes al logro de los objetivos

organizacionales. A estas cinco funciones se les denomina Áreas Funcionales o Departamentos de la Empresa, las cuales usualmente son: Producción, Mercadotecnia, Finanzas, Sistemas y Recursos Humanos. (Munch, 2007) Bernal y Ojeda definen las áreas de actividad, conocidas también como áreas de responsabilidad, departamentos o divisiones, están en relación directa con las funciones básicas que realiza la empresa a fin de lograr sus objetivos. Dichas áreas comprenden actividades, funciones y labores homogéneas. La efectividad de una empresa no depende del éxito de un área funcional específica; sino del ejercicio de una coordinación balanceada entre las etapas del proceso administrativo y la adecuada realización de las actividades de las principales áreas funcionales. (Bernal & Ojeda, 2005)

De otra parte, Bedoya, considera que la muerte empresarial se origina, principalmente, cuando un efecto negativo comercial tiene consecuencias negativas financieras. Por ejemplo, pérdida de clientes afecta la facturación y si los costos fijos permanecen igual hay detrimento financiero. Normalmente estos efectos no son inmediatos. (Bedoya, 2007) Claudia Toca, en el texto: Perspectivas para el estudio de la realidad y la perdurabilidad de las organizaciones, cita a LeBrasseur y Zinger quienes consideran que la mayoría de estudios de perdurabilidad y mortalidad de las empresas han privilegiado los factores internos –capacidad directiva, control financiero y de inventarios, asignación de precios y habilidades para establecer procesos y sistemas apropiados entre otros– quedando abierta la posibilidad para el abordaje de los factores interfase y externos. Las perspectivas de estudio empleadas para explorar el desempeño y la perdurabilidad de dichas empresas incluyen los rasgos de los directores y otros atributos como su experiencia, conocimiento de la industria, habilidad para acceder a los recursos esenciales y competencias técnicas del fundador (LeBrasseur y Zinger, 2005: 409). La misma autora, refiere a Hage, Collins, Hull y Teachman, que proponen que hay otros factores, como el conocimiento en sus dos modalidades (capital humano y tecnología tangible) también han sido considerados como determinantes de la perdurabilidad de las empresas, concluyendo que es la inversión en capital humano la que conduce a una superioridad en materia de exploración del entorno, de procesamiento de información y de desarrollo de nuevos mercados y que la inversión en tecnología lleva a eficiencias superiores en la producción y productos de mayor calidad (Hage, Collins, Hull y Teachman. 1993: 224). (Toca, 2011).

Toca, define perdurabilidad empresarial como la habilidad de las organizaciones para permanecer activas en una industria, un sector o un mercado, sin importar los cambios, incertidumbres, contingencias o riesgos futuros que tengan que enfrentar. (Toca, 2011) En el mismo sentido, es importante citar el estudio: Estrategias empresariales más utilizadas por las pymes en Sincelejo, Sucre (Colombia) realizado en 2013, que analiza las estrategias que utilizan las pymes para ser competitivas: servicio al cliente, reducción de costos y el mejoramiento continuo. El autor afirma que un aspecto relevante en las pymes sincelejanas es su permanencia, que da cuenta de su trayectoria y posible desenvolvimiento en prácticas que la han hecho perdurar a través de los años. Lo que se evidencia en la ciudad es que son pocas las pymes que han superado la barrera de los 40 años y en suma solo el 1,8% tiene más de 30 años de existencia. Algo destacable es que en los últimos 10 años se ha reactivado la creación de pymes, tanto así que el 59,4% de ellas aún no llega a los 5 años de operaciones y las que tienen entre 5-9 años constituyen casi el 21,7%, lo que implica que están en plena etapa de crecimiento, buscando consolidarse y afianzarse (Pacheco, 2013). De forma similar él, citando a Castro, afirma que existe una alta tasa de mortalidad empresarial: 678 empresas entre 2009 y 2012 que muestra que son muchas las que han detenido su actividad, razón que puede considerarse suficiente para no solo estar centrados en el apoyo y puesta en marcha de la pyme, sino también en la supervivencia y crecimiento de la misma, teniendo en cuenta que no todos los sectores industriales ofrecen las mismas oportunidades; de ahí la importancia de contemplar todos los elementos estratégicos básicos para poder establecer una estrategia coherente y alcanzable (Castro, 2010) .

Complementariamente se cita el artículo: Determinantes de la probabilidad de cierre de nuevas empresas en Bogotá, que analiza las causas de probabilidad de cerrar una firma nueva en el mercado antes que alcance sus primeros cinco años de actividades. Se estudiaron las condiciones macroeconómicas y microeconómicas que experimentaron estas empresas en Bogotá durante su primer lustro. El estudio

revelo que hay indicios para afirmar que el tamaño óptimo de entrada es el de pequeña y mediana empresa (PYMEs). Entre los principales hallazgos de la investigación están, en primer lugar, que las empresas más proclives a la quiebra prematura son las microempresas, en segundo lugar, para algunas empresas el endeudamiento moderado puede ser útil para apalancarse, pero el alto endeudamiento, finalmente, se verificó que, tanto el sector económico, como la localidad en la que abre sus puertas la nueva empresa, son determinantes en su probabilidad de cerrar antes de los primeros cinco años.

(Parra, 2011) El Proyecto de investigación “vida y muerte empresarial estudios empíricos de perdurabilidad” pretende identificar algunas de las causas de la muerte empresarial y de esta forma transmitir un conocimiento basado en las experiencias del fracaso, lo que hace parte fundamental del ciclo de vida de las misma. (Farfán, 2014). Al respecto, la autora cita entre otros, el estudio GEM, a Restrepo et. al y Vega, Moreno y Cañón. Según el estudio Global Entrepreneurship Monitor GEM, Colombia se encuentra clasificada en las Economías impulsadas por la eficiencia, caracterizadas por tener economías de escala en los sectores industriales y manufactureros; Este mismo estudio mostró que Colombia se ha convertido en uno de los países con mayores factores de actividad empresarial, teniendo una tasa de emprendimiento (TEA) del 20,62%, es decir, alrededor de 6.5 millones de personas se encuentran en proceso de creación de empresa. (Vesga, 2009) Asimismo, Colombia presenta una distribución homogénea entre emprendedores nacientes, nuevos empresarios y los ya establecidos. No obstante, Colombia está ubicada en el puesto 43 de este estudio en cuanto el abandono o cierre de empresas teniendo un 7,1% y según estadísticas otorgadas por la universidad del Rosario, reflejan que el 41% de las empresas pequeñas y medianas no alcanzan el primer año de vida y el 76% de estas no logra llegar al quinto año. (Restrepo & et.al, 2009) Lo anterior es una clara prueba de que las empresas colombianas aún poseen dificultades tanto administrativas como estratégicas las cuales han ocasionado un alto nivel de mortalidad durante los últimos años (1996 al 2012), según el estudio que realizó la Cámara de Comercio junto con la Universidad de Los Andes. (Vega, Moreno, & Cañón, 2013)

## METODOLOGÍA

El estudio se realizó en el año 2015, participando 2 Investigadores del grupo ARADO y un estudiante investigador auxiliar, vinculados al programa Administración de Empresas, Universidad de Cundinamarca, Fusagasugá. Los autores diseñaron el instrumento técnico. En una primera fase (diagnóstico) se utilizó la modalidad investigación descriptivo-analítica y complementariamente el modo aplicativo (plan de acción). Así, se analizaron áreas funcionales de las microempresas, identificando problemas, debilidades y fortalezas. Se diseñó la base de datos, planteándose el correspondiente Análisis descriptivo con tablas de contingencia. Los resultados obtenidos fueron insumo para la segunda etapa o de intervención correspondiente a la investigación aplicada.

### Muestra

Para seleccionar la muestra, los investigadores contactaron física y telefónicamente a propietarios de las microempresas que cancelaron matrícula mercantil, registradas en la base de datos de la CCB, entre los años 2013 – 2014. Se tuvo previsto adelantar el estudio con 620 mipymes registradas en la base de datos de la CCB. No obstante, iniciando el trabajo se presentaron las siguientes situaciones: - 250 organizaciones que atendieron la convocatoria brindaron mínima o nula información. - 186 no respondieron las llamadas. - 43 registraban números equivocados o caducados. Solamente 141 empresarios aportaron la información completa convirtiéndolos en el 100% de la población objeto de estudio. Del total de microempresas, 47,5% (67) correspondieron al sector comercio (venta de calzado, ropa, artículos de uso personal, de víveres y alimentos, celulares, distribuidoras, cigarrerías, misceláneas, tiendas). 41,1% (58) al sector servicio (centros de belleza, estética y salud, transporte turístico, servicio a domicilio, remodelación, limpieza y decoración de viviendas). Este 88,6% se caracterizó por su composición como empresa familiar o microempresa en las que el propietario y familia desempeñaban

todas las funciones, y en casos aislados contando de 2 a 5 trabajadores (Tabla 1). 8,5% (12) pertenecientes al sector industria (fábricas de productos de madera, panaderías) evidenciándose su tamaño pequeño y baja productividad. Finalmente, 2,8% (4) al sector agropecuario (Tabla 1).

Tabla 1: Actividad Económica de las Empresas

Actividad Económica	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Agropecuario	4	2,8	2,8	2,8
Comercio	67	47,5	47,5	50,4
Industria	12	8,5	8,5	58,9
Servicio	58	41,1	41,1	100,0
Total	141	100,0	100,0	

Fuente: Los Autores. En la Tabla 1 se identifican las actividades económicas de las empresas participantes del estudio. El sector comercio representado con el 47,5% (67); Sector Servicio con 41,1% (58); Sector Industria 8,5% (12); Sector agropecuario 2,8 (4), para un total de 141 organizaciones.

### Instrumento Diagnóstico

El Instrumento técnico para acopiar información se dividió en 6 partes: - Información Básica, Área administrativa, Área de Mercadeo, Área de Finanzas, Área de Producción, área de Recursos Humanos; con 62 proposiciones (afirmativas y negativas) y 3 preguntas abiertas. Se realizó el procesamiento de datos en tablas de contingencia y el análisis descriptivo programa SPSS versión 21.0

### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

El 97% (138) de los encuestados manifestaron que sus negocios correspondían a microempresas, conformadas por menos de 10 empleados. 3% (3) tuvieron una pequeña empresa. Se observó que la mayoría de microempresas se crearon por ideas familiares de negocios. El tamaño micro de las empresas objeto de estudio, fue la característica general identificada en la base de datos. Su cierre generó impacto negativo en la economía del municipio y la afectación del empleo en las familias. 69% (98) de las microempresas tuvieron un tiempo de funcionamiento entre 1 y 4 años; 12% (17) funcionaron alrededor de 5 y 8 años; 8% (12) se mantuvieron entre 10 y 14 años; 5% (8) funcionaron entre 15 y 22 años y finalmente 6% (6) entre 23 y 40 años. Se concluyó que, entre menos años de permanencia de las empresas en el mercado, es más alto el nivel de mortalidad empresarial. La anterior medición coincide con los resultados obtenidos en el trabajo publicado: Determinantes de la probabilidad de cierre de nuevas empresas en Bogotá. El autor afirma, que las empresas grandes tienen un 7% menos probabilidad de desaparecer en comparación con las microempresas.

De igual forma, las pequeñas y las medianas empresas tienen un 12.1% y un 8.9% respectivamente, menos posibilidades de cerrar frente a las microempresas. En consecuencia, se comprueba que son las microempresas las más propensas al cierre prematuro. (Parra, 2011) Igualmente, Farfán concluyó que: en el análisis realizado en su estudio, las organizaciones descritas por su tamaño, en primer lugar lo ocupan las clasificadas como Microempresas con 314 procesos iniciados 224 de estos procesos terminados, dejando un impacto negativo a la economía del país pues esto afectó el empleo directo de las familias, el aporte al PIB el país, el pago de impuestos entre otros daños causados por la muerte de tantas empresas que después de intentarlo todo, no sobrevivieron a la debacle. (Farfán, 2014) De otra parte, Lefcovich plantea: Quienes crean empresas pequeñas lo hacen desconociendo las escasas probabilidades de supervivencia o a pesar de ellas. La experiencia demuestra que el 50% de dichas empresas quiebran durante el primer año de actividad, y no menos del 90% antes de cinco años. Según revelan los análisis estadísticos, el 95% de estos fracasos son atribuibles a la falta de competencia y de experiencia en la dirección de empresas dedicadas a la actividad concreta de que se trate. (Lefcovich, 2004); (Pérez-Uribe & Ramírez, 2015). Para que los microempresarios logren triunfar deberán continuamente revisar la

validez de los objetivos del negocio, sus estrategias y su modo de operación, tratando siempre de anticiparse a los cambios y adaptando los planes de acuerdo a dichos cambios. (Lefcovich, 2004). En este artículo y de acuerdo al análisis realizado a las áreas funcionales de las microempresas, se presentan solamente las que relacionaron problemas relevantes: área administrativa, de mercadeo - publicidad y finanzas. Igualmente se identificaron las variables que mayor incidencia tuvieron en el cierre de estas. En el Área Administrativa se tomaron 2 variables: - Bajo nivel de conocimientos y Experiencia administrativa - Oportuna toma de decisiones.

Tabla 2: Cruce de Variables Área Administrativa

			Oportuna Toma de Decisiones		Total
			No	Si	
Bajo nivel de Conocimientos y Experiencia administrativa	No	Recuento	28	12	40
		% del total	19,9%	8,5%	28,4%
	Si	Recuento	53	48	101
		% del total	37,6%	34,0%	71,6%
Total	Recuento	81	60	141	
	% del total	57,4%	42,6%	100,0%	

*Fuente: Los Autores. En la Tabla cruzada 2 se observa la relación de las variables Bajo nivel de Conocimientos Administrativos y experiencia Empresarial con la oportuna toma de decisiones. Cada una valorada con Si o No. 71,6% (101) de participantes presentaron bajo nivel de conocimiento y experiencia administrativa. De este grupo 37,6%/53) además de presentar las condiciones anteriormente descritas, afirmaron no tomar decisiones oportunas. Del 57,4% (81) que no tomaron decisiones oportunas, el 19,9% (28) además de la condición anterior, tampoco contaron con suficiencia de conocimiento y experiencia administrativa.*

En los resultados se destaca que los problemas del área administrativa: -Falta de planeación estratégica, -bajo nivel de conocimiento e inexperiencia administrativa, -toma de decisiones no oportunas, fueron las causas principales que promovieron el cierre de las microempresas fusagasugueñas, participantes del estudio. 71,6% (101) de encuestados presentaron bajo nivel de conocimiento e inexperiencia administrativa, condición asociada a que, en la mayoría de casos decidieron iniciar su negocio con algunos familiares o solos; De este grupo 37,6% (53) además del factor citado, afirmaron no haber tomado decisiones oportunas en aspectos financieros, operativos, de mercadeo o recursos humanos, refiriéndose además al análisis de futuras situaciones que podrían enfrentar, como no continuar con el funcionamiento de la microempresa, quebrar y perderlo todo. De manera similar el grupo que representa el 57,4% (81) quienes no tomaron decisiones oportunas, al interior de este, 19,9% (28) tampoco contaron con suficientes conocimientos y experiencia administrativa (Tabla 2).

Así, nuevamente al avanzar la comparación con estudios afines, particularmente en el área administrativa, y con el trabajo: Estrategias empresariales más utilizadas por las pymes en Sincelejo; el autor considera imprescindible la planeación estratégica, concluyendo: Esta situación lleva a preguntar si las dificultades presentadas se hubieran podido evitar, teniendo en cuenta que la informalidad en los procesos de planeación con que se desarrolla la actividad de la pyme en Sincelejo es alta. (Pacheco, 2013) También es destacable que la falta de innovación es percibida como un inconveniente, junto a la poca infraestructura y las decisiones no acertadas. (Pacheco, 2013) Por otra parte, en el análisis de la perdurabilidad de las empresas familiares en Colombia, Gómez y Vargas atribuyen el corto ciclo de vida de las Mipymes a la escasa profesionalización, que se define como “el manejo improvisado, aleatorio e impredecible que caracteriza a la administración y al gobierno familiar” (Gómez & Vargas, 2011) En el Área de Mercado se tomaron las variables: - Alta competencia del producto ofertado - Bajo nivel de Ventas de productos/servicios.

Tabla 3: Cruce de Variables Área de Mercadeo

			Bajo Nivel de Ventas		
			No	Si	Total
Alta competencia del producto ofertado	No	Recuento	33	23	56
		% del total	23,4%	16,3%	39,7%
	Si	Recuento	28	57	85
		% del total	19,9%	40,4%	60,3%
Total		Recuento	61	80	141
		% del total	43,3%	56,7%	100,0%

Fuente: Los Autores. La Tabla cruzada 3 relaciona las variables Alta competencia del producto ofertado y el bajo nivel de ventas, cada una valorada con Si o No. 60,3% (85) contestaron que Si fueron afectados por la competencia, mientras que 39,7% (56) respondieron No. 56,7% (80) sufrieron bajos niveles de ventas, mientras que 43,3% (61) consideraron haber mantenido las ventas.

60,3% (85) de los participantes encuestados expresó que la competencia fue un factor crítico para mantener la empresa, pues cuando iniciaron el negocio no había un número considerado de empresarios ejerciendo la misma actividad, pero que posteriormente fueron apareciendo, generando la disminución de la demanda de productos y servicios. 40,4% (57) microempresarios asintieron la baja de ventas (Tabla 3). Análogamente, frente a este nuevo criterio comparativo se comparten resultados de la experiencia Fusagasugueña, en cuanto a la baja rentabilidad, con lo arrojado por el estudio de Sincelejo. El autor expresa: Sin negar que pueda existir una variedad de problemas afines a la pyme, al hablar de las principales dificultades enfrentadas en los últimos años, en Sincelejo se da una importante concentración en la baja rentabilidad: en micros (26,1%), pequeñas (45%) y medianas empresas (42,1%) y la competencia con un 47,8%, 40% y 21,1%, en micros, pequeñas y medianas empresas, respectivamente, lo cual va de la mano con la percepción recogida de que la disminución de las ventas, el aumento de precios, la inseguridad y las políticas de Estado, son los factores que más han golpeado la actividad de la pyme en la ciudad, sumado a problemas de inseguridad con los que han tenido que tratar.

(Pacheco, 2013) 39,7% (56) no se vieron afectados por la competencia pues contaron con el reconocimiento de los clientes, quienes los prefirieron a pesar que existieran otras empresas ofertando iguales productos y servicios (Tabla 3). El 56,7% (80) manifestó que en sus empresas se evidenció un bajo nivel de ventas, por otros motivos como: mala ubicación del establecimiento, ingreso de nuevos competidores, percepción de la inflación por parte de los clientes al presenciar un continuo incremento de precios en productos/servicios, haciéndose más difícil adquirirlos (Tabla 3). El 43,3% (61) informó que el nivel de ventas de productos/servicios de las empresas era estable, sin embargo, ellos aspiraban a que subiera más para crecer y consolidarse. De ese grupo, el 23,4% (33) consideraron no haber tenido problemas con la competencia (Tabla 3). Área de Mercadeo. Publicidad: se tomaron 3 variables: - Contaron con página web, - Utilizaron volantes para dar a conocer la empresa, - Utilizaron medios de publicidad: radio y televisión.

Tabla 4: Cruce de variables Área de Mercadeo. Publicidad

Contó Con Página Web				Utilizaron Medios de Publicidad: Radio y TV		Total
				Si	No	
Si	Utilizaron volantes para dar a conocer la empresa	Si	Recuento % del total	26 74,3%	3 8,6%	29 82,9%
		No	Recuento % del total	2 5,7%	4 11,4%	6 17,1%
		Total	Recuento % del total	28 80,0%	7 20,0%	35 100,0%
No	Utilizaron volantes para dar a conocer la empresa	Si	Recuento % del total	8 7,5%	19 17,9%	27 25,5%
		No	Recuento % del total	2 1,9%	77 72,6%	79 74,5%
		Total	Recuento % del total	10 9,4%	96 90,6%	106 100,0%
Total	Utilizaron volantes para dar a conocer la empresa	Si	Recuento % del total	34 24,1%	22 15,6%	56 39,7%
		No	Recuento % del total	4 2,8%	81 57,4%	85 60,3%
		Total	Recuento % del total	38 27,0%	103 73,0%	141 100,0%

Fuente: Los Autores. Tabla Cruzada 4. Analiza las variables: - Contó con página web, - Utilizaron medios de publicidad: radio y televisión, - Utilizaron volantes para dar a conocer la empresa, con respuesta Si o No. 73,0% (103) contestaron que No utilizaron publicidad radial y de televisión. 74,5% (79) no utilizaron página web; de este grupo el 72,6% (77) además manifestaron no manejar algún tipo de publicidad. Y de un 82,9% (29) el 74,3% (26) utilizaron volantes como medio para promocionar sus empresas. Mientras que 8,6% no lo hicieron.

Dentro del aspecto publicitario 74,5% (79) microempresarios no utilizaron página Web, algunos por desconocimiento del funcionamiento y el costo de la herramienta. De la misma forma no valoraron la importancia de esta tecnología para visibilizar sus empresas; de este grupo el 72,6% (77) afirmaron no manejar publicidad, simplemente se ubicaron en un lugar limitándose a esperar a que llegaran los clientes. Igualmente, la mayoría de empresas no contaban con capital suficiente para invertir en este recurso. Otros empresarios no se preocuparon por atraer nuevos clientes (Tabla 4). 39,7% (56) mencionaron haber utilizado volantes para promocionar productos y servicios, algunos desde el primer momento en que inicio el negocio y otros en el transcurso de su funcionamiento. 18,4% (26) no utilizaron algún tipo de publicidad (Tabla 4). El 73,0% (103) de encuestados comunicó no haber utilizado publicidad mediática como cuñas radiales o televisivas por el alto costo, desproporcionado, en relación a las ventas de sus productos/servicios. Esta estrategia no se consideró como inversión sino como gasto (Tabla 4).

Los resultados demostraron el bajo nivel de publicidad utilizado por los microempresarios. Se cita así, el Trabajo: Factores de Crecimiento empresarial. Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas, publicado en 2006, los autores citan a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico OCDE que considera la importancia de la pequeña y mediana empresa (Pyme) en el contexto económico mundial como un hecho ampliamente contrastado, no sólo porque ellas representan el 95% del total de empresas, en la mayoría de países de la OCDE, sino también porque generan un alto volumen de empleo, que supera más de la mitad del empleo del sector privado (OCDE, 2002). Sin embargo, la existencia de debilidades de carácter estructural que padecen las Pyme merman su competitividad y condicionan su capacidad de supervivencia. En este sentido, el proceso de globalización de los mercados, la aceleración del cambio tecnológico, el desarrollo de nuevos sistemas de información y comunicación, así como la

menor accesibilidad a la financiación externa, son, entre otras razones, importantes restricciones que debilitan a la Pyme frente a la gran empresa. (Blázquez, Dorta, & Verona, 2006) En el Área de finanzas se identificaron tres variables: - La falta de capital para reinvertir en la empresa, - El control contable de la empresa, - La diferenciación del dinero de la empresa con el personal.

Tabla 5: Cruce de Variables Área de Finanzas

Diferenciaron el Dinero de la Empresa Con el Personal				La Empresa Llevó Control Contable		Total
				Si	No	
Si	Falta de capital para reinvertir en la empresa	No	Recuento	39	20	59
			% del total	45,9%	23,5%	69,4%
		Si	Recuento	12	14	26
			% del total	14,1%	16,5%	30,6%
	Total		Recuento	51	34	85
			% del total	60,0%	40,0%	100,0%
No	Falta de capital para reinvertir en la empresa	No	Recuento	7	15	22
			% del total	12,5%	26,8%	39,3%
		Si	Recuento	5	29	34
			% del total	8,9%	51,8%	60,7%
	Total		Recuento	12	44	56
			% del total	21,4%	78,6%	100,0%
Total	Falta de capital para reinvertir en la empresa	No	Recuento	46	35	81
			% del total	32,6%	24,8%	57,4%
		Si	Recuento	17	43	60
			% del total	12,1%	30,5%	42,6%
	Total		Recuento	63	78	141
			% del total	44,7%	55,3%	100,0%

Fuente: Los Autores. Tabla Cruzada 5. Analiza las variables: - Falta de capital para reinvertir en la empresa - La empresa llevó control contable - Diferenciaron el dinero de la empresa con el personal. Con respuesta Si o No. 55,3% (78) microempresarios no llevaron control contable de la empresa. 60,7% (34) no diferenciaron el dinero de la empresa con el personal. De este grupo 51,8% (29) además de la condición anteriormente descrita, no llevaban control contable ocasionando descapitalización y la imposibilidad de reinvertir.

El 55,3% (78) del total de encuestados afirmaron no haber contado con un control contable en sus empresas, solamente llevaban cuentas y registros manuales en cuaderno, haciéndose inalcanzable, por ejemplo, realizar reportes de cierre. Consideraron también, que al ser negocios pequeños o familiares no era necesario llevar un control confiable (Tabla 5). El 60,7% (34) manifestó como no importante diferenciar el manejo del dinero personal con el de la empresa; este grupo tampoco reinvertió en la empresa porque las utilidades mal manejadas solo alcanzaban para comprar lo necesario y escasamente para los gastos personales. La tendencia a utilizar indiscriminadamente su capital, especialmente en el caso de los gastos, determinó el hallazgo de un mayor control sobre las ventas y demás cuentas para conocer las ganancias, ejercicio que se enfatizaba cuando existían socios; De este grupo el 51,8% (29) no llevaban control contable que ocasionó la descapitalización y nula posibilidad de reinversión (Tabla 5). Los resultados obtenidos y asociados a la falta de capital de reinversión resultan también similares con otros estudios relacionados a continuación. Por ejemplo, Pacheco afirma que las razones personales,

problemas financieros y rentabilidad del negocio se destacan como los factores que llevan a un individuo a abandonar la actividad. (Pacheco, 2013) Valencia-Idrobo y Marín-Angulo concluyeron en su investigación realizada en Bucaramanga, que la financiación es la clave para las Mipymes. A pesar de que existen créditos para los empresarios, las tasas de interés son altas y las exigencias para acceder a esos recursos son difíciles y no se pueden cumplir porque le exigen a un empresario pequeño garantías y condiciones que no tienen sino las grandes. (Valencia-Idrobo & Marín-Angulo, 2013) Igualmente, la exploración en su análisis confirmó que existen factores externos que también afectan la vida de las pequeñas y medianas empresas, son ellos: la falta de encadenamiento productivo, las fuentes de financiación y el acceso a la bancarización, fuentes de financiamiento y competitividad. (Valencia-Idrobo & Marín-Angulo, 2013)

### Asesorías

Por lo anterior, analistas de Instituciones de Educación Superior, entidades públicas, Cámaras de Comercio consideran la necesidad de trabajar más (capacitaciones y asesorías) para aumentar la perdurabilidad de emprendedores. El periódico Economía – Negocios publicó que el fomento al emprendimiento es fundamental para promover la creación de nuevos negocios, pues genera empleo, desarrollo, crecimiento económico y ventajas competitivas, especialmente en las economías emergentes. (Economía-Negocios, 2016) Teniendo en cuenta los resultados de este estudio, a partir de 2015 se iniciaron procesos de intervención (capacitaciones y asesorías) a microempresarios de la localidad y la región, ofrecidas por docentes y estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables de la Universidad de Cundinamarca, Fusagasugá.

Se realizaron eventos de acompañamiento a 16 microempresarios: 3 comerciantes, 4 personas del sector industrial, 8 emprendedores de servicios y 1 del sector agropecuario, en temas: Administrativos, Procesos de Mercadeo, Manejo de Tecnologías de la Información y la Comunicación TIC, Procesos Financieros y Contables, Desarrollo Productivo y Operativo, Talento Humano. Como lo expresa Rivera, otro elemento trascendente que contribuye a la perdurabilidad y competitividad de las empresas es la capacitación o el aprendizaje permanente, elemento que permite que la organización desarrolle ventajas competitivas y pueda salir de un hacinamiento estratégico que le haga perder con respecto a sus competidores; el último escalón de las bases es la innovación (creatividad), elemento indispensable para generar ventajas de largo plazo. (Rivera, 2012) Igualmente, Escobar, Ruíz y Escobar señalan: la necesidad de continuar el ofrecimiento de capacitación (compromiso institucional y responsabilidad social). Conocemos que los procesos de transformación social y organizacional son lentos, pero es un compromiso de la comunidad universitaria generar solución a problemas socio-económicos de la población. (Escobar, Ruíz, & Escobar, 2015)

### **CONCLUSIONES**

El bajo nivel de estudios administrativos e inexperiencia empresarial como propietarios y administradores de mipymes, fueron las causas relevantes que los obligó a cancelar la matrícula mercantil, presentándose las mayores falencias en el Área Administrativa. 53% (74) microempresarios que cancelaron la actividad comercial de sus negocios, actualmente se desempeñan como empleados o están vinculados laboralmente a otras empresas. 28% (40) se encuentran desempleados y dependen de sus familiares. 19% (27) reiniciaron un nuevo emprendimiento, algunos de los cuales guardan relación con la actividad económica de la empresa cerrada. Las capacitaciones y asesorías realizadas por estudiantes y docentes de la Universidad de Cundinamarca han cualificado competencias y habilidades de los microempresarios, propendiendo por la permanencia y mejoramiento de sus empresas. La continuidad de estos procesos es compromiso de la institución y del grupo de investigación Arado.

Son múltiples las causas que pueden llevar a que un proyecto empresarial no sea exitoso, teniendo en cuenta características del entorno regional, infraestructura física, ámbito cultural y factores psicológicos personales de los convocados. La baja participación de los microempresarios en compromisos académicos y con su propia empresa afectan el desarrollo y crecimiento de sus organizaciones. La dinámica y el intercambio de experiencias con los empresarios se constituyó además en un factor de observación, análisis disciplinar y aprendizaje social capitalizado por estudiantes y docentes dentro del proceso de formación y complementación profesional.

## BIBLIOGRAFÍA

Bedoya, J. H. (2007). 10 causas de muerte empresarial. *De Gerencia.com*.

Bernal, E., & Ojeda, E. (2005). *Áreas de actividad de la Empresa*. México: Universidad Autónoma de Baja California.

Blázquez, F., Dorta, J., & Verona, M. (2006). Factores de recimiento empresarial. Especial referencia a las pequeñas empresas. *Innovar. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 43 - 56.

Castro, E. (2010). Las estrategias competitivas y su importancia en la buena gestión de las empresas. *Ciencias Económicas*, 247-276.

DANE. (2005). *Bolentin El censo general 2005, perfil Fusagasugá - Cundinamarca*. Bogotá: Dane.

DANE. (2005, 07 01). *DANE*. Retrieved from <http://sige.dane.gov.co/atlasestadistico/>

Economía-Negocios. (2016, Febrero 16). Robo de empleados, entre los factores de quiebra de nuevos negocios. *El Tiempo*.

Escobar, E., Ruíz, M., & Escobar, G. (2015). Fortalecimiento empresarial a Entidades Sin Ánimo de Lucro. Fusagasugá - Región. *Pensamiento & Gestión*, 86 - 101.

Farfán, D. y. (2014). *Proyecto de Investigación "Vida y muerte empresarial estudios empíricos de perdurabilidad"*. Bogotá: Universidad del Rosario Red Innovacesal.

Gómez, E., & Vargas, J. (2011). *Las Mipymes Familiares Colombianas Y Sus Desafíos de Perdurabilidad*. Bogotá: Facultad de Administración de Empresas. Universidad Externado de Colombia.

Lefcovich, M. (2004). Las pequeñas Empresas y las causas de sus fracasos. *De gerencia.com*.

Munch, L. (2007). *Administración. Escuelas, proceso administrativo, áreas funcionales y desarrollo emprendedor*. México: Pearson Educación.

Pacheco, C. M. (2013). Estrategias empresariales más utilizadas por las pymes en Sincelejo. *Económicas CUC*, 183 - 201.

Parra, J. F. (2011). Determinantes De La Probabilidad De Cierre De Nuevas Empresas En Bogotá. *Revista Facultad Ciencias Económicas*, 27 - 53.

Pérez-Uribe, R. I., & Ramírez, M. d. (2015, 02 09). ¿Porqué fracasan las pymes en Colombia? *Dinero*. Retrieved 09 13, 2015, from ¿Por qué fracasan las pymes en Colombia?: <http://www.dinero.com/economia/articulo/pymes-colombia/212958>

Restrepo, L. F., & et.al. (2009). *Aproximación a una metodología para la identificación de componentes que crean condiciones para la perdurabilidad en empresas colombianas*. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario.

Rivera, H. A. (2012). Perdurabilidad empresarial: Concepto, estudios, hallazgos . *Cuadernos de Administración*, 103 -113.

Toca, C. E. (2011). *Perspectivas para el estudio de la realidad y la perdurabilidad de las organizaciones*. Bogotá: Documentos de Investigación. Facultad de Administración. Universidad del Rosario.

Valencia-Idrobo, M. A., & Marín-Angulo, M. E. (2013). Factores que influyen en el ciclo de vida de las Mipymes en Bucaramanga y su área metropolitana. *Estrategias*, 43 - 48.

Vega, C., Moreno, D., & Cañón, L. (2013). *Informe*. Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá - Universidad de los Andes.

Vesga, R. A. (2009). *Global Entrepreneurship Monitor. Reporte Anual Colombia 2008*. Bogotá: Ediciones UniAndes.

## **BIOGRAFÍA**

Elizabeth Ann Escobar Cazal. Universidad de Cundinamarca. Facultad de Ciencias Administrativas Económicas y Contables. Dirección: Diagonal 18 20 – 29 Fusagasugá. Correo electrónico: elizanne21@yahoo.com Docente Asesor. Investigador Principal Grupo de Investigación ARADO. Licenciada Filosofía e Historia. Especialista en Educación: Filosofía Colombiana, Especialista Filosofía de la Educación, Magíster Filosofía Latinoamericana.

Gonzalo Escobar Reyes. Universidad de Cundinamarca. Dirección de Postgrados. Dirección: Diagonal 18 20 – 29 Fusagasugá. Correo electrónico: arado0@yahoo.com Profesor Titular de carrera. Director Grupo de Investigación ARADO. Licenciado Ciencias de la Educación. Especialista en Educación: Filosofía Colombiana, Especialista Filosofía de la Educación, Magíster Filosofía Latinoamericana, Magíster Filosofía, Doctorante Ciencias de la Educación.