



CAMILO ARIAS GARCIA

**CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
SEDE BELLO
ESPECIALIZACION EN GERENCIA DE PROYECTOS
MEDELLIN - COLOMBIA
2019.**

**SUPERVIVENCIA EMPRESARIAL A PARTIR DEL ESTUDIO DE CASO DE UNA
MIPYME EXITOSA**

**TRABAJO DE GRADO PRESENTADO COMO RQUISITO PARA OPTAR AL
TITULO DE ESPECIALISTA EN GERENCIA DE PROYECTOS**

ASESOR

GILBERTO DE JESUS ARIAS VALENCIA

FACULTAD DE POSGRADOS

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
PROYECTO DE GRADO
ESPECIALIZACION EN GERENCIA DE PROYECTOS
MEDELLIN - COLOMBIA
2019.**

CONTENIDO

RESUMEN

ABSTRAC

INTRODUCCION

1	ASPECTOS TECNICOS Y METODOLOGICOS	11
1.1	ANTECEDENTES	11
1.2	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	12
1.3	GENERALIDADES	13
1.3.1	<i>¿Qué es emprendimiento?</i>	13
1.3.2	<i>¿Qué es una MIPYME?</i>	14
1.3.3	<i>¿Cuáles son las variables de éxito empresarial?</i>	17
1.3.4	<i>Descripción del problema</i>	17
1.3.5	<i>Formulación del problema</i>	18
1.4	OBJETIVOS	18
1.4.1	<i>Objetivo general</i>	18
1.4.2	<i>Objetivos específicos</i>	19
1.5	JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN	19
1.5.1	<i>Justificación</i>	19
1.5.2	<i>Delimitación</i>	20
2	FUNDAMENTO TEORICO.....	21
2.1	MARCO TEÓRICO.....	21
2.2	MARCO NORMATIVO	25
3	METODOLOGIA.....	26
3.1	MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN.....	26
3.1.1	<i>Deductivo</i>	26
3.1.2	<i>Analítico</i>	26
3.2	TIPO DE INVESTIGACIÓN Y ENFOQUE.....	27
3.2.1	<i>Investigación descriptiva</i>	27
3.3	ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	27
3.3.1	<i>Cualitativo</i>	27
3.4	DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN DE ESTUDIO	27
3.4.1	<i>Mipyme objeto de estudio</i>	28
3.4.2	<i>Línea de tiempo y evolución de la Mipyme Arepas del Fogón Paisa SAS</i>	30
3.4.3	<i>Técnicas de Recolección de Información</i>	30
3.4.4	<i>Fuentes primarias</i>	32
3.5	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	32
3.5.1	<i>Entrevista</i>	32
3.6	ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN (GRAFICAS).....	35
3.7	PLAN DE TRABAJO	42
4	TRABAJO DE CAMPO.....	45
5	CONCLUSIONES	46
6	PRODUCTO RESULTADOS DE LA INVESTIGACION.....	48
7	REFERENCIAS.....	49
8	ANEXOS.....	53

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Clasificación de empresas MIPYME en Colombia.....	16
Tabla 2 Variables de éxito empresarial	17
Tabla 3 Valoración Ponderada	41
Tabla 4 Actividades del PDT	42

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Línea de tiempo y evolución de la empresa.....	30
Figura 2 Organigrama Arepas del Fogón Paisa. Fuente; Sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo.....	31
Figura 3 Formato de entrevista.....	34

INDICE DE GRAFICOS

Grafico 1 La competitividad de la empresa.....	36
Grafico 2 La capacidad de sus directivos (Gerente).....	36
Grafico 3 La Innovación.....	37
Grafico 4 La Comunicación Interna.....	38
Grafico 5 La Calidad del Producto.....	38
Grafico 6 La aplicación de la tecnología.....	39
Grafico 7 La capacitación del personal.....	39
Grafico 8 Los Aliados (Empresas aliadas, asesores, etc.).....	40
Grafico 9 El mercado disponible (La demanda).....	41
Grafico 10 PDT.....	44

RESUMEN

En el estudio de caso de la Mipyme Arepas del Fogón Paisa SAS, con respecto a la identificación de las variables que han hecho de esta empresa mantenerse en constante crecimiento y definir el éxito de la misma en su perdurabilidad, realizo un investigación de artículos relacionados, evidenciando variables de éxito en empresas reconocidas, las cuales fueron aplicadas en un formato de entrevista; este instrumento se ejecutó en las instalaciones de la empresa a personas de diferentes áreas y cargos, teniendo en cuenta la gerencia y los operarios de producción, con el fin de obtener una perspectiva clara frente a la percepción del éxito y la perdurabilidad de la empresa a todos los niveles; El desarrollo de las entrevistas entregan un información valiosa frente a cuales de las variables evaluadas han aportado de manera positiva al desarrollo de la empresa objeto de estudio, esto nos permite de igual manera analizar desde otra perspectiva los parámetros que se deben tener en cuenta al momento de iniciar un proyecto de emprendimiento o idea de negocio.

PALABRAS CLAVES

Supervivencia, Mipyme, éxito empresarial, emprendimiento, perdurabilidad empresarial

ABSTRACT

In the case study of the Mipyme Arepas del Fogón Paisa SAS, regarding the identification of the variables that have made this company keep in constant growth and define its success in its durability, I conduct an investigation of related articles, evidencing success variables in recognized companies, which were applied in an interview format; This instrument was executed at the company's facilities to people from different areas and positions, taking into account the management and production operators, in order to obtain a clear perspective regarding the perception of the company's success and durability. all levels; The development of the interviews provide valuable information regarding which of the variables evaluated have contributed positively to the development of the company under study, this also allows us to analyze from another perspective the parameters that must be taken into account at the time of starting an entrepreneurial project or business idea.

KEYWORDS

Survival, Mipyme, business success, entrepreneurship, business durability

INTRODUCCION

Los elevados índices de mortalidad empresarial que se registran en la región y en Colombia, se constituyen en una debilidad estructural para el desarrollo empresarial, lo cual a su vez es un factor determinante para el desarrollo de la región, pues la creación de empresa contribuye al crecimiento económico a través de nuevos productos y servicios, además de generar empleo e impulsar nuevos desarrollos tecnológicos.

Las empresas tienen una importante participación en la producción y el empleo de una economía, contrastando con las altas tasas de mortalidad que estas presentan, fenómeno que no puede estar explicado por variables propias de la firma, como su tamaño inicial y su naturaleza jurídica y algunas por su entorno macroeconómico, como el crecimiento promedio del sector donde compete.

La dinámica de creación de empresa en la región es muy alta, pero las razones estructurales de estas (la mayoría se crean por necesidad), y las debilidades con que se crean, hacen que la permanencia sea más compleja y que por tanto tengan menos posibilidades de llegar a estados de madurez que les permitan consolidarse en el mercado.

En este trabajo se presentan los principales aportes teóricos en torno a la permanencia empresarial y los análisis empíricos que se han realizado, identificando y valorando varios factores a los que se ven expuestas las empresas, durante el desarrollo de su actividad económica, lo cual permite conocer la importancia e influencia de aquellos con mayor incidencia a la hora de permanecer en un mercado específico. El tema de la supervivencia empresarial ha sido abordado por diferentes autores en Colombia (Acevedo y otros 2005; Parra 2011; Franco Ángel) para poder garantizar la supervivencia de esta y tener un buen crecimiento en el mercado.

De esta forma, se contará con información en perspectiva sobre el manejo administrativo de una empresa, así como valorar cuáles son los factores que afectan de forma directa el desarrollo de las organizaciones, e indagar sobre posibles decisiones que toman los empresarios para afrontar ciertos sucesos y como han hecho para superar el lapso de tiempo en el cual, las empresas son más propensas al quiebre, todo ello con el objeto de proporcionar unos pasos para que la administración de estas compañías puedan afrontar los momentos complicados y saber tomar la decisión más acertada que les permita asegurar su permanencia en el mercado.

Este proyecto se estructura en varias partes contando con la introducción. En la segunda aborda la situación problema objeto de estudio, luego en la tercera el marco teórico de autores nacionales y extranjeros sobre investigaciones que se han desarrollado del tema con anterioridad; en la cuarta se muestra la metodología con la cual se desarrolla la investigación.

1 ASPECTOS TECNICOS Y METODOLOGICOS

1.1 Antecedentes

Las Cámaras de Comercio tuvieron sus inicios en Francia en 1599 a través de un movimiento europeo de organización corporativo, con el fin de solucionar problemas de comercio. En Colombia se adoptaron en el año 1877 bajo el gobierno del General Julián Trujillo Largacha, sin embargo, hay otras afirmaciones que indican que desde el año 1855 las agremiaciones se organizaron por medio de la junta de comercio, sin embargo, es hasta el año 1878 cuando se funda el primer cámara de comercio en Colombia, la Cámara de Comercio de Bogotá, esta institución se crea con el fin de representar los intereses de los empresarios ante el gobierno.

Actualmente las Cámaras de Comercio se encuentran facultadas para ejercer sus funciones por la Constitución Política de 1991 con el fin de defender y estimular los intereses de los empresarios; llevar el registro mercantil, el registro único de proponentes y entre otros como la elaboración de estudios, costumbre mercantil, arbitraje y conciliación, Ferias y exposiciones y capacitación.

Es importante conocer esto dado que la creación de las primeras empresas en Colombia data de los años 1861 cuando se creó la empresa Rafael del Castillo y Compañía, en Cartagena convirtiéndose en el primer molino de harina de trigo en el país, seguido de Manuelita, ingenio azucarero creado en 1864 en el valle del cauca, en Antioquia nace la primera empresa registrada en el año 1874 Colseguros, hoy llamada Alliance. (Revista Semana, los 10 más, 2016)

1.2 Descripción del proyecto

En este proyecto se llevará a cabo una breve investigación sobre como la empresa AREPAS DEL FOGON PAISA SAS de tipo MIPYME ha podido sobrevivir y llegar al éxito a pesar de la alta competencia y tasa de mortalidad empresarial que se presenta hoy en día en Colombia.

Se realizara una entrevista como instrumento de análisis para evaluar la percepción de los entrevistados ante las posibles variables de éxito que han llevado la empresa al posicionamiento y consolidación que hoy presenta; se define realizar 5 entrevistas a diferentes perfiles y cargos de la empresa, estos entregaran unos datos cuantitativos, en términos de valoración, definiendo entre 5 y 1, donde 5 es el puntaje más alto para definir que el entrevistado está muy convencido de que la variable evaluada es una razón potencial de éxito y 1 significa que la variable evaluada no es una razón potencial de éxito para el caso en estudio; para la definición de las variables se realizó una revisión de artículos relacionados, en los cuales se exponían diferentes variable de éxito empresarial, además de otras variables que desde este trabajo se quieren evaluar.

La identificación de estas variables cobran relevante importancia desde el punto de vista académico, puesto que podrían constituirse en pilares de enfoque o aspectos a tener en cuenta al momento de emprender en una idea de negocio o un proyecto productivo, la oportunidad de evidenciar y determinar estas variables desde un trabajo de investigación basados en el éxito empresarial real de una pequeña empresa, revela aspectos positivos que desde la academia y el aprendizaje se pueden fortalecer y más importante aún, los aspectos importantes que se deben mejorar, con el fin de cerrar brechas y obtener así mejores resultados; de la misma manera se pretende definir el impacto socioeconómico que la empresa objeto de estudio presenta dentro de su zona de influencia, esto, reflejado en

generación de oportunidades de empleo y desarrollo productivo, a través de su actividad económica principal, la producción y comercialización de arepas de maíz.

Comentado [CA(EC1): Aporte en aspecto académicos y socioeconómicos.

1.3 Generalidades

¿Qué es emprendimiento?

Para determinar la importancia de este estudio se desea identificar los diferentes conceptos con respecto a que se le puede considerar emprendimiento.

La palabra emprendimiento cuenta con diferentes orígenes, para el castellano se deriva del término latín “in prendere” que significa coger o tomar, y, teniendo aplicación en la denominación de aventureros y militares, la definición de la palabra emprendimiento en el castellano se define en el diccionario de las autoridades en el año 1732 como “Persona que determina hacer y ejecutar, con resolución y empeño, alguna operación considerable y ardua”.

Según lo anterior se encuentra relación con el vocablo francés “entrepreneur” que emerge en el siglo XVI y literalmente significa en el castellano pionero; haciendo uso de algunos otros conceptos aplicados y dirigidos a la economía y sus teorías podríamos citar lo siguiente; a partir del siglo XVIII se introduce la palabra emprendimiento “entrepreneur” por parte del autor Richard Cantillon (1680-1734) se define al emprendedor como el individuo que asume riesgos en condiciones inciertas con respecto a la percepción de ganancias o pérdidas. Por otro lado, Joseph Alois Schumpeter (1883-1950), economista austriaco, profesor de Harvard, referencia por primera vez el término entrepreneur para referirse a aquellos individuos emprendedores y empresarios que con sus actividades generan inestabilidades en los mercados de bienes y servicios. Según Castillo (1999), la

Escuela Austriaca se contrapuso a esta teoría, manifestando discrepancia con respecto al término, pues muchos emprendedores lograban mejorar y hacer más eficientes el mercado de bienes y servicios, anulando las turbulencias y creando nuevas riquezas. (Rodríguez, 2009: 1)

Con estas referencias históricas, podríamos definir el emprendimiento como la acción de iniciar algo a partir de una idea, con el fin de generar satisfacción a las partes involucradas, que desde el punto de vista empresarial es iniciar una idea de negocio esperando obtener ganancias e impactando los mercados, esto se logra desde la innovación de nuevos productos y servicios o la reingeniería de los ya existentes.

¿Qué es una MIPYME?

Para contextualizar acerca del tema se establecerá una breve definición de Empresa, "...la unidad económico – social en el que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para lograr una producción que responda a los requerimientos del medio humano en el que la propia empresa actúa" (salvador Mercado, 2007: 33). Es decir que la Empresa consiste en una unidad que busca satisfacer la demanda del mercado al cual pertenece mediante la producción de bienes o servicios, debiendo para ello coordinar efectivamente sus recursos técnicos, humanos y financieros. Así las cosas, Las Pymes son empresas de tamaño Micro, Pequeñas y Medianas. Con características especiales que las hace distinguir y tienen dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros ya establecidos por el estado o la región en la cual se desarrolle. Las Mipymes son agentes con lógicas, culturas, intereses

y un espíritu emprendedor específicos, Estas cumplen un importante papel en la economía de todos los países.

No existe una definición específica de lo que es MIPYME, sin embargo, todas las definiciones tienen en cuenta al menos, la variable número de trabajadores o empleo en combinación con una de dos variables adicionales: nivel de ventas y nivel de activos.

En Colombia la Ley 590 de 2000, las define como: “Toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana,” y las clasifica “por tamaño empresarial, entiéndase micro, pequeña, mediana y gran empresa, se podrá utilizar uno o varios de los siguientes criterios:

- Número de trabajadores totales.
- Valor de ventas brutas anuales.
- Valores activos totales.”

Y según la ley 905 del 2004, “Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana”, se entiende por “micro incluidas las Famiempresas, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana, que responda a dos (2) de los siguientes parámetros:

- El valor de los activos
- El número de empleados”

Estos criterios se mantienen vigentes dado que no se ha reglamentado el criterio de ventas, que estableció el artículo 43 de la ley 1450 de 2011. De acuerdo con lo anterior se clasifican así:

Tabla 1 Clasificación de empresas MIPYME en Colombia

EMPRESA	NÚMERO DE TRABAJADORES	ACTIVOS TOTALES POR VALOR (SMLMV)= Salario Mínimo Legal Mensual Vigente
MICROEMPRESA **	Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores	inferior a quinientos (500) SMMLV / excluida la vivienda
PEQUEÑA **	Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50)	entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) SMMLV
MEDIANA **	Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200)	entre cinco mil unos (5.001) a treinta mil (30.000) SMMLV

NOTA. Clasificación empresas MIPYME, según legislación colombiana. Fuente: Elaboración propia a partir de la Ley 905 de 2004 y documento recuperado de página Mincomercio:
http://www.mipymes.gov.co/publicaciones/2761/definicion_tamano_empresarial_micro_pequena_mediana_o_grande

¿Cuáles son las variables de éxito empresarial?

Revisión bibliográfica y definición de variables, con las cuales empresas consolidadas alcanzaron su éxito.

Tabla 2 Variables de éxito empresarial

Artículo	Análisis
Comunicación Interna, la Estrategia del Éxito	En el artículo se puede evidenciar a través de diferentes experiencias de grandes empresas, que al implementar y mantener un correcto programa o plan de comunicación interna, este aporta a las organizaciones, bases y puntos de partida, que da la posibilidad de medir y evaluar el desarrollo de compromisos y alcance de objetivos; estos planes según lo descrito en las múltiples experiencias, deben vincular todas las áreas involucradas en la empresa, con el fin de generar empoderamiento y compromiso.
Comunicar la responsabilidad social, una opción de éxito empresarial poco explorada	En el artículo expresan claramente como un agente de éxito, la comunicación de la responsabilidad social, no siendo el cliente externo el punto más importante de recepción de la información, puesto que la comunicación de esta responsabilidad y lo que se ha logrado con ella, causa más impacto en el personal de la compañía, en todos los niveles, esto según el estudio genera aumentos en la productividad, obtenidos del aumento de sentido de pertenecía, optimismo, credibilidad y compromiso de los colaboradores.
El éxito de las PYME en Colombia: estudios de caso en el sector salud.	"Así, el éxito de una pyme suele asociarse a su consolidación y crecimiento, a que gane cuota de mercado, cree empleo y obtenga beneficios para sus accionistas. Sin embargo, las medidas cuantitativas no siempre son las adecuadas para medir el éxito de las pymes, ya que muchas de ellas requieren del largo plazo para mostrar resultados financieros positivos (Schutjens y Wever, 2000). Adicionalmente, el éxito también puede medirse desde el punto de vista de la competitividad de la empresa, entendiendo por competitividad la capacidad de las organizaciones para mantener ventajas frente a sus competidores las cuales les permiten alcanzar, sostener y mejorar su posición en el mercado.
Factores explicativos del éxito competitivo. Un estudio empírico en la pyme	Como conclusión en este artículo se obtiene que algunos factores significativos para medir el éxito competitivo son la posición tecnológica de la empresa, la innovación, la calidad del producto o servicio y la capacitación del personal.
Perdurabilidad empresarial: concepto, estudios, hallazgos	Predisposición para la acción, acercamiento al cliente, autonomía y espíritu empresarial, productividad por el personal, movilización alrededor de un valor clave, zapatero a tus zapatos, estructura simple y poco personal, flexibilidad y rigor simultáneos. Peters & Waterman (1982).
La profesionalización, elemento clave del éxito de la empresa familiar	"La preparación de personas familiares y no familiares para el futuro de la empresa mediante el estudio profesional, debe ser visto por estas organizaciones como una inversión que dará grandes rendimientos en el largo plazo y que debe ser medible no solo en términos de una mayor rentabilidad sino también de crecimiento y permanencia de la empresa a través del tiempo idealmente en las manos de las siguientes generaciones familiares". De acuerdo con la premisa anterior, el éxito de las empresas está enfocado también al crecimiento profesional de sus integrantes, lo cual le da la capacidad de expandir sus horizontes mentales y el aporte de nuevas ideas.
Descripción del problema	

Según estudio realizado por la Red de Cámaras de Comercio – CONFECAMARAS: “nuevos hallazgos de la supervivencia y crecimiento de las empresas en Colombia” (diciembre de 2018), reportan los flujos de entrada y salida de empresas indicando que “entre 2013 y 2017 entraron al mercado un total de 1.075.908 empresas y desaparecieron 1.011.613, lo que equivale a una tasa de nacimiento o entrada bruta promedio del 19,2% y una tasa de salida bruta del 18,1%, con lo cual la tasa de entrada neta promedio de empresas se ubica en 1,1%.

En general, las dinámicas de supervivencia observadas en diferentes sectores de la economía revelan que sostener un nuevo emprendimiento en el tiempo parece ser una tarea difícil para los empresarios ya que cada año un número considerable de empresas pierde la batalla por mantenerse en el mercado y no logra materializar sus expectativas de crecimiento y consolidación empresarial. De ahí que haya un creciente interés por entender cuáles son esos factores que explican estos altos índices de fracaso o de éxito en la dinámica de supervivencia empresarial y el riesgo de fracaso de las MIPYMES en Colombia.

Formulación del problema

¿Cuáles son los principales factores que determinan la supervivencia empresarial de las MIPYMES, en la ciudad de Medellín?

1.4 Objetivos

Objetivo general

Identificar los principales factores que determinan la supervivencia y trayectoria empresarial en la región, desde un estudio de caso.

Objetivos específicos

- Analizar el contexto socioeconómico y escenario para la creación, desarrollo y supervivencia de la MIPYME Arepas del Fogón Paisa, en la ciudad de Medellín.
- Investigar el aporte de la MIPYME Arepas del Fogón Paisa SAS, al desarrollo de la región y a la consolidación de un modelo empresarial sostenible.
- Identificar las variables que han aportado a la sostenibilidad y perdurabilidad de la empresa Arepas del Fogón Paisa SAS

1.5 Justificación y delimitación

Justificación

En Colombia se crean anualmente según Confecámaras (260.000) doscientas sesenta mil empresas aprox. Sin embargo, un número cercano a las ciento ochenta mil (180.000) empresas desaparecen en el mismo periodo lo que traduce que menos del 30% de los nuevos emprendimientos logran sobrevivir.

La sostenibilidad empresarial es un tema de preocupación para los gobiernos, las empresas y la academia, puesto que las empresas que se crean en su mayoría son constituidas como pequeñas y medianas empresas, en Colombia según Confecamaras el 99% de las empresas se encuentran en este segmento, aportando el 45% al PIB y el 81% del empleo que se genera en Colombia, es por esto y teniendo en cuenta las cifras anteriores

que de una u otra forma las organizaciones que no sean perdurables afectan a la sociedad, al individuo y a la economía en general. El mundo globalizado en el cual se vive está condicionado por diferentes factores que cada día le imprimen un dinamismo a la sociedad y por ende a las organizaciones afectándolas de una manera u otra. El escenario de mortalidad y supervivencia empresarial en estos tiempos de crisis y fragilidad económica, es un tema de interés global, que exige que se realicen estudios propios por cada país y/o apoyados por el Gobierno Nacional y otras entidades públicas y privadas para el diseño de políticas enfocadas en el fortalecimiento de habilidades de las empresas, en momentos en que se hace imperativo ser muy eficientes para alcanzar un mayor crecimiento y promover el desarrollo regional a través de acciones transversales que impacten la eficiencia productiva y por ende la sostenibilidad empresarial.

De igual forma se espera que los resultados de este trabajo de investigación permitan identificar factores que pueden ser determinantes para los empresarios, estudiantes y nuevos emprendedores a la hora de tomar decisiones de negocio, brindándoles herramientas que les permitan crecer y superar los obstáculos que se presentan en el desarrollo empresarial y por ende lograr perdurabilidad y sostenibilidad en sus empresas y emprendimientos.

Delimitación

Delimitación temporal. Tendrá una duración de aproximadamente de 2 meses, mientras se investiga y desarrolla el análisis objeto de estudio.

Delimitación de recursos. Se emplearán recursos humanos, informáticos, materiales como papelería, lapiceros, y todos aquellos que sean necesarios para su ejecución.

2 FUNDAMENTO TEORICO

En este capítulo se describe las ramas del conocimiento que están relacionadas con el desarrollo empresarial como son economía, administración y bases teóricas con respecto al emprendimiento, competitividad, tipos de sociedades y el éxito empresarial.

2.1 Marco Teórico

La dinámica asociada a los nuevos emprendimientos y las salidas de empresas que no logran perdurar ha sido abordado en diferentes oportunidades, (Caves 1998). A grandes rasgos se aduce que los emprendimientos categorizados como pequeñas empresas, cuentan con una baja probabilidad de vender o competir con sus similares de un mayor tamaño y de mayor presencia en tiempo, lo que podría resultar en un fracaso o deceso empresarial. (Sutton 1997; Caves 1998).

De esta manera, los referentes teóricos bajo los cuáles se fundamenta esta investigación comprenden elementos que brindan acercamientos y explicaciones al crecimiento y desempeño empresarial, el tamaño y entorno (grande, mediana y pequeña) de las empresas que componen este entorno, y las metodologías empíricas que servirán para modelar el problema.

Desde un punto de vista teórico los estudios de supervivencia y mortalidad empresarial muestran la relación con la eficiencia del mercado. Una gran variedad de posturas fundamenta la permanencia temporal de una empresa en determinado entorno.

Comentado [CA(EC2): Se reforzaron los conceptos del marco teórico, según observaciones del evaluador.

Al analizar las sociedades de hoy, se podría concluir que su desarrollo se debe a que han implementado el fenómeno del emprendimiento con diversas características de motivaciones de afiliación, logro y poder (McClelland, 1961) como los lineamientos para lograr buenos resultados en su desarrollo empresarial.

Desde el punto de vista de estudio del emprendimiento, se identifican cuatro perspectivas de pensamiento: la comportamental, la psicológica (cognitiva), la económica y la de procesos (Fonrouge, 2002).

La Perspectiva comportamental o de comportamiento. Se refiere a la exaltación de la influencia de la persona, sin mucho impacto. Su propósito es identificar el perfil psicológico que diferencia al emprendedor exitoso; no reconoce la complejidad del fenómeno emprendedor por lo que sus resultados no fueron satisfactorios. Gartner (1985) señala que existen muchos tipos de emprendedores, muchas maneras de ser emprendedor y sus características de empresas son muy variadas como las condiciones del entorno en que se desarrollan.

Perspectiva psicológica o cognitiva. Es una tendencia relacionada con las representaciones o esquemas que el individuo desarrolla de sus comportamientos; es más cognitiva, debido al conocimiento que se genera. Esta perspectiva responde a la comportamental, y desarrolla dos corrientes (Fonrouge, 2002): 1) La definición de emprendimiento como "eso que es el emprendedor", no se prescribe al estudio de los lineamientos de personalidad como el análisis del lugar de control, de la aversión al riesgo o de los deseos de independencia; y 2) La definición de emprendimiento de "por eso que hace el emprendedor", donde se analizan contextos de las representaciones de los fracasos o los éxitos, los resultados deseados, la perseverancia, o la información para la toma de decisiones (Cooper et al., 1995). Busenitz y Barney (1997) señalan que los empresarios

pueden exhibir fuertes predisposiciones en la toma de decisiones en el sentido de que son propensos al "exceso de confianza" y a "generalizar demasiado a partir de unas pocas características y observaciones".

La perspectiva económica relaciona una comprensión del fenómeno de emprendimiento desde las acciones del individuo, asumiendo la calificación de "homo economicus" para justificar la maximización de la utilidad y, por ende, su bienestar. Concibe el emprendedor como el dinamizador del desarrollo económico (Schumpeter, 1949; McClelland, 1961; Hagen, 1962; Casson, 1982).

Basándonos en estudios e investigaciones anteriormente realizadas definen la competitividad como un aspecto clave en el éxito empresarial; si bien la noción de competitividad como expresión de competencia tiene su origen en la teoría económica, la praxis de su aplicación se da en los ámbitos de los negocios. En términos generales, se puede definir competitividad como aquello que en una empresa hace que el consumidor prefiera sus productos por sobre otros y los compre (Sallenave, 2004). la competitividad debe entenderse no como una situación estática sino un proceso dinámico, que está determinado en las industrias nacionales por estrategia de estructura y rivalidad; el precio de los factores productivos; condiciones de la demanda y situación de las industrias conexas.

Estudios relacionados

Es de anotar que los trabajos aplicados en el tema son amplios y de varios contextos geográficos. Franco Ángel (2012) al momento de hablar sobre la supervivencia

de las pymes plantea que se ven enfrentadas a diferentes debilidades de carácter estructural, las cuales define como ‘debilidades intrínsecas al tamaño de las empresas’. Del mismo modo observa dos determinantes o puntos de influencia en la supervivencia empresarial como lo son los factores internos ‘propios de la empresa’ y los factores externos ‘propios al entorno’.

Martínez (2006) realiza un contraste de los tiempos de funcionamiento de las compañías y los factores que influyen en dicho tiempo de permanencia. En el ámbito de la economía industrial es de gran importancia tener conocimiento de lo que sucede a las empresas una vez entran al mercado, dado que los efectos de la movilidad empresarial sobre los diferentes sectores de la industria no dependen solamente de los procesos de entrada y salida de empresas, sino también de sus procesos de expansión.

En cambio, Thornhill y Amit (2003) confirman que las empresas jóvenes fracasan debido a las deficiencias que estas presentan en los conocimientos de gestión financiera y las empresas con mayor trascendencia en el mercado tienen la probabilidad de quebrarse esto debido a la poca capacidad de adaptación a los cambios del mercado. Sostienen que la **edad de las** empresas está relacionada con la probabilidad de supervivencia o fracaso de la compañía; y además que "el fracaso se vuelve más probable en el caso de desalineación entre lo que la empresa puede hacer y lo que el entorno competitivo requiere".

En general la mayor parte de los autores estudiados, abordan puntos de vista comunes al plantear que los factores de mayor influencia en la supervivencia empresarial y en el tiempo de supervivencia de las empresas, son los factores internos donde los definen como aquellos factores que van ligados al funcionamiento de la empresa; y los factores externos los cuales los exponen como los factores que pertenecen al comportamiento del mercado o entorno económico en el que se desarrollan las empresas.

Comentado [UdW3]: Edad de estas.....

Comentado [CA(EC4R3): Se modifíco la redacción.

2.2 Marco Normativo

Las MIPYMES (micro, pequeñas y medianas empresas) fueron legalmente reconocidas en Colombia en el año 2000, lo que generó una serie de investigaciones y estudios que permitieron entender mejor los retos que enfrentan en su proceso de crecimiento. Las principales normas sobre las MIPYMES son:

Ley 590 de 2000 (Ley MIPYME); Definió los criterios de clasificación de micro, pequeña y mediana empresa. Además, creó las instancias del orden nacional y regional que tendrían responsabilidad con el seguimiento de la actividad MIPYME, así como la presentación de iniciativas en su beneficio.

Ley 905 de 2004 (Reforma a la Ley MIPYME); Ajustó el valor de activos para las pequeñas y las medianas empresas.

Ley 1450 de 2011 (Ley del Plan de Desarrollo 2010 - 2014); Incorporó el criterio de ventas para precisar la clasificación como MIPYME. Sin embargo, no se ha reglamentado este criterio, por lo que siguen vigentes las normas expedidas en la Ley 590 y la Ley 905.

Para impulsar el crecimiento de las pymes, el gobierno ha diseñado diferentes mecanismos de apoyo que solo se pueden otorgar a las empresas que cumplen con los criterios establecidos por la Ley MIPYME y son el foco de los programas de fortalecimiento y desarrollo empresarial que adelantan las diferentes cámaras de comercio del país y Bancóldex que es la Banca de Desarrollo del Gobierno colombiano.

3 METODOLOGIA

La metodología que lleva a cabo la presente investigación será estudio de caso, la cual está fundamentada en la consulta de fuentes secundarias como documentos, revisión de textos, archivos, páginas web, entrevistas y artículos; que nos permitan obtener la mayor información que sea posible, para su posterior sistematización, análisis y utilización

3.1 Método de la investigación

3.1.1. Deductivo

En este método se razona acerca de los fenómenos ocurridos, se toman en cuenta los elementos individuales de la empresa objeto de estudio para poder comprender mejor la situación general y este nos ayuda porque se distinguen los elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado. Consiste en la extracción de las partes de un todo, con el objeto de estudiarlas y examinarlas por separado, para ver, por ejemplo, las relaciones entre las mismas.

Comentado [UdW5]: Se debe hablar en tercera persona

3.1.2. Analítico

Este método permite la separación de un todo, dividiendo los sucesos empresariales ocurridos en partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia (MIPYME Arepas del Fogón Paisa) para comprender su esencia. Este método nos permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías que puedan ser aplicables al campo del emprendimiento, innovación y la administración de empresas.

Comentado [UdW6]: Se debe hablar en tercera persona y cambiar algunas palabras que no son pertinentes para el escrito

3.2 Tipo de investigación y enfoque

3.2.1. Investigación descriptiva

Esta investigación presenta la interpretación de una realidad de hecho, brinda información detallada del proyecto objeto de estudio, dado que está dirigida a investigar una realidad relevante en torno al emprendimiento y desarrollo como lo es el surgimiento, crecimiento y permanencia de una organización durante el tiempo, y todo lo que incida dentro del proceso.

3.3 Enfoque de la investigación

Cualitativo

El enfoque de la investigación es de tipo cualitativo, ya que describe las cualidades de un fenómeno y no busca probar una hipótesis o teoría preestablecida. Se procura conocer, describir y narrar una serie de acontecimientos que condujeron a la creación, crecimiento, desarrollo y consolidación de la MIPYME Arepas del Fogón Paisa, como unidad empresarial relevante que ha aportado al desarrollo de la región y a la consolidación de un modelo empresarial sostenible en la región.

3.4 Descripción de la población de estudio

Este proyecto de investigación es un estudio de caso, por tal motivo se estudiará una MIPYME, que ha logrado crecer y permanecer activa en el mercado alrededor de 12 años consecutivos, generando empleo y promoviendo el desarrollo regional, obteniendo un crecimiento significativo y aportando al desarrollo de su zona de influencia.

3.4.1. Mipyme objeto de estudio

La empresa Arepas del Fogón Paisa SAS inició actividades de manera informal en el año 2.005, con una sola persona, moliendo y vendiendo arepas en las tiendas cercanas. Hoy en día se encuentra constituida como Sociedad por Acciones Simplificada matriculada como tal el 9 de enero de 2018, en la Cámara de comercio de Medellín. Esta empresa se dedica principalmente a la elaboración de productos de molinería provenientes del maíz, dentro de los productos ofrecidos están; arepa de maíz tipo tela, arepa de maíz amarillo, arepa de chόcolo y arepa de mote.

Tiene cerca de 70 empleados directos y genera más de 30 empleos indirectos enfocados en la distribución y venta; en su planta de producción se desarrollan turnos de trabajo rotativos de 8 horas de lunes a domingo.

Cuenta con 17 vehículos para surtir sus rutas de distribución. Su principal medio de distribución han sido las tiendas de barrio, pero también distribuye sus productos en minimercados y supermercados como “Mercados Colanta”. La distribución se realiza a nivel local, es decir en la ciudad de Medellín.

Su producción y comercialización diaria fluctúa en cerca de 30.000 paquetes de arepas, lo que podría equivaler a más de 150.000 unidades.

Todos los empleados están legalmente contratados y el capital de trabajo para expansión y crecimiento ha sido propio y reinversión, para el año 2018 la empresa adquirió una bodega en un parque industrial ubicado al norte del área metropolitana del Valle de Aburra, con el fin construir una nueva planta de producción, que aumente la posibilidad de participación en el mercado regional.

Información general Arepas del Fogón Paisa S.A.S

Razón Social	Arepas del Fogón Paisa S.A.S
Nit	901143842-7
Numero de Matricula	0060570712
Actividad	Elaboración de productos de molinería
Forma Jurídica	Sociedad por Acciones Simplificada
Domicilio	Carrera 28 59 21 en la ciudad de Medellín
Teléfono	(4)4481307

NOTA. Información general empresa Arepas del Fogón Paisa. Fuente: Elaboración propia a partir de documento recuperado de https://www.informacion-empresas.co/Empresa_AREPAS-FOGON-PAISA-SAS.html

3.4.2. Línea de tiempo y evolución de la Mipyme Arepas del Fogón Paisa SAS

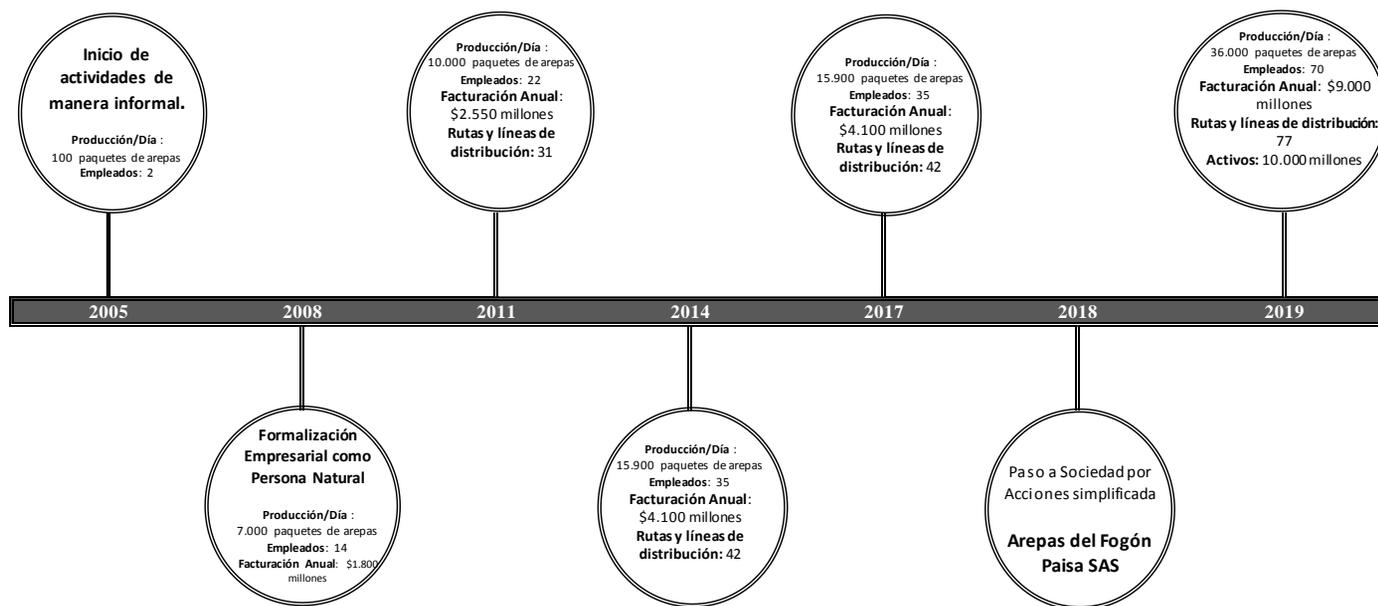


Figura 1 Línea de tiempo y evolución de la empresa

3.4.3. Organigrama empresarial Arepas del Fogón Paisa SAS

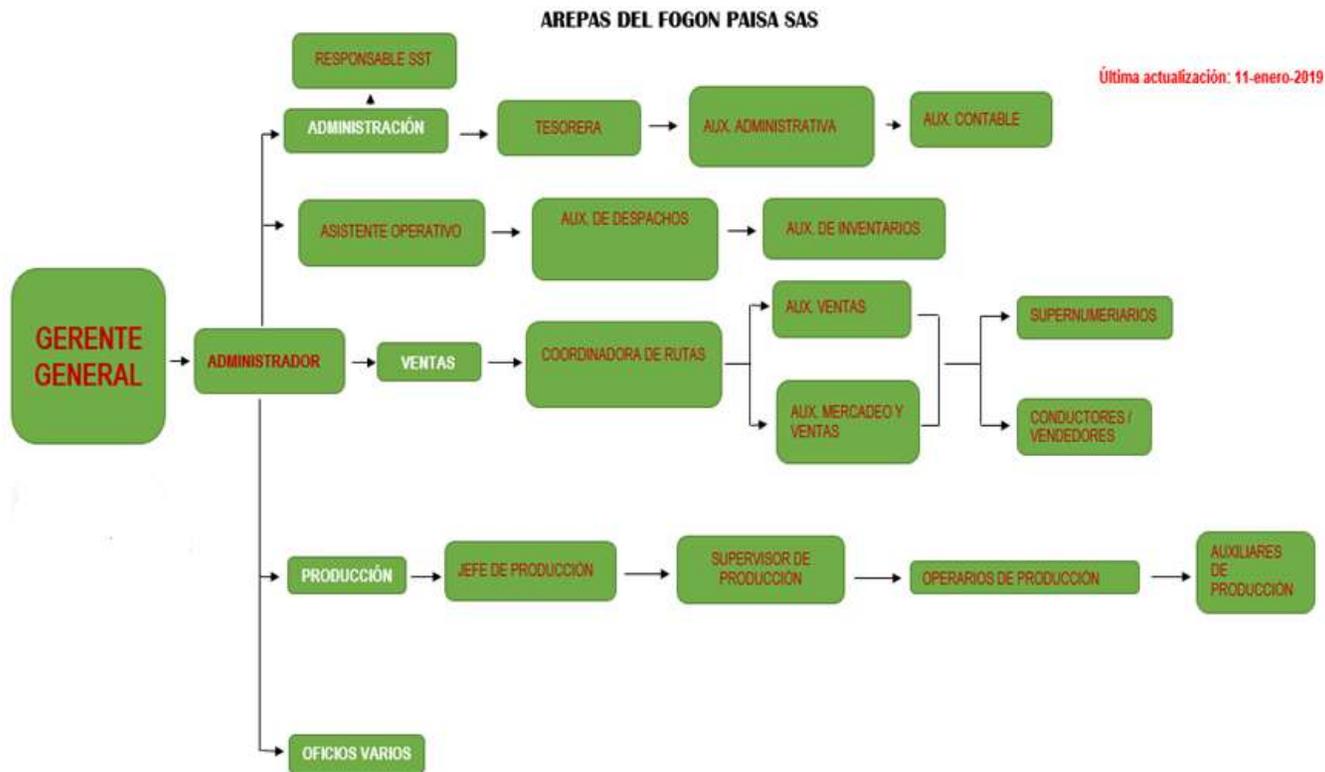


Figura 2 Organigrama Arepas del Fogón Paisa. Fuente; Sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo

Técnicas de Recolección de Información

La herramienta fundamental de recolección de información para el estudio de caso será la entrevista informativa aplicada a diferentes perfiles de la empresa, buscando diferentes perspectivas, los perfiles seleccionados son; Gerente, Administrador, Auxiliar Administrativo, Asesor aliado, Operarios de producción antiguos y Conductor o distribuidor independiente. Así mismo se realizará archivo documental con material bibliográfico o audiovisual que contengan datos acerca del objeto de estudio; como lo son libros, artículos, archivos, mapas, fotografías, cuadros, personas, memorias de congresos, etc. en los que se puedan encontrar información que conduzcan a resolver la problemática de investigación.

Fuentes primarias

Las fuentes primarias que se utilizan para realizar esta investigación serán entrevistas informativas que se aplicarán a diferentes cargos de la empresa objeto de estudio. En forma previa se procedió a diseñar el formato de la entrevista por parte del investigador con la formulación de cada una de las preguntas a realizar a los seleccionados para entrevistar en la empresa Arepas del Fogón Paisa S.A.S.

3.5 Técnicas e instrumentos

3.5.1 Entrevista

La entrevista es un acto de comunicación oral que se establece entre dos o más personas (el entrevistador y el entrevistado o los entrevistados) con el fin de obtener una información o una opinión, o bien para conocer la personalidad de alguien. En este tipo de

comunicación oral debemos tener en cuenta que, aunque el entrevistado responde al entrevistador, el destinatario es el público que está pendiente de la entrevista.

3.5.1.1 Entrevista estructurada

Para el caso de estudio se desarrolló una entrevista de tipo mixto, que nos permitirá obtener una valoración numérica sobre la opinión de unas variables expuestas y la descripción o explicación de su valoración, lo que nos entregará resultados cuantitativos y cualitativos.

3.5.1.2 Fuentes secundarias.

Para la recolección de información para la investigación serán utilizados artículos, revistas como DINERO y SEMANA, periódicos como Portafolio, El Tiempo, EL Espectador, El Colombiano, entre otros, revistas de investigación y de negocios, información de investigaciones realizadas por entidades gubernamentales como la Cámara de Comercio de Medellín, medios audiovisuales y electrónicos, los cuales nos sirvan de información y guía para reforzar el conocimiento del fenómeno estudiado y realizar el respectivo análisis del estudio de caso.

3.5.1.3 Formato de entrevista.

SUPERVIVENCIA EMPRESARIAL A PARTIR DEL ESTUDIO DE CASO DE UNA MIPYME EXITOSA						
ENTREVISTA						
Nombre:						
Cargo:						
Tiempo en la empresa:						
Objetivo: identificar entre diferentes variables cual es la percepción de los entrevistados frente al éxito y la supervivencia de la empresa Arepas del Fogón Paiza SAS.						
Pregunta: De acuerdo a las variables presentadas cuales cree usted, que son las razones que han aportado al éxito y desarrollo empresarial de Arepas del Fogón Paiza SAS.						
Variables	Valoración (marque con una X)					Explicación, Por que?
	5	4	3	2	1	
La competitividad de la empresa						
La capacidad de sus directivos (Gerente)						
La innovación						
La comunicación Interna						
La Calidad del Producto						
La aplicación de la tecnología						
La capacitación del personal						
Los Aliados (Empresas aliadas, asesores, etc.)						
El mercado disponible (La demanda)						
Instrucciones: *Valoración en términos de posibilidad de que sea la razón o las razones adecuadas. 5: Esta muy convencido; 4: Esta convencido; 3: Medianamente convencido; 2: Poco convencido; 1: Muy poco convencido						

Figura 3 Formato de entrevista

3.5.1.4 Desarrollo de la entrevista

Se realizó la entrevista a diferentes perfiles y/o cargos de la empresa objeto de estudio, con el fin de obtener un concepto general sobre la percepción que se tiene sobre el éxito y perdurabilidad de la empresa durante el tiempo.

Se define realizar 9 entrevistas a diferentes perfiles teniendo en cuenta factores que se consideran de relevancia, los cuales se relacionan a continuación:

- Nivel jerárquico de acuerdo con el organigrama
- Antigüedad
- Influencia dentro del proceso productivo
- Aliado estratégico

De acuerdo con lo anterior se determina entrevistar los siguientes cargos existentes en la empresa:

- Gerente
- Administrador
- Auxiliar Contable
- Operario de producción
- Asesor SG SST

3.6 Análisis de la información

A continuación, se presenta el análisis gráfico resultante de la ejecución de las entrevistas.

Se debe aclarar que cada una de las variables fue evaluada subjetivamente y de acuerdo con la percepción del entrevistado, cada variable se analizó y gráfico de manera independiente.

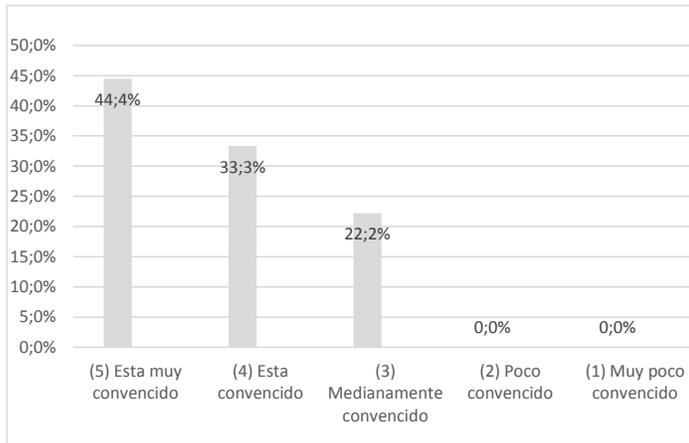


Gráfico 1 La competitividad de la empresa

El 44,4% se definen como **muy convencidos** de que la competitividad de la empresa en términos de capacidad de producción es una variable determinante para su éxito y perdurabilidad.

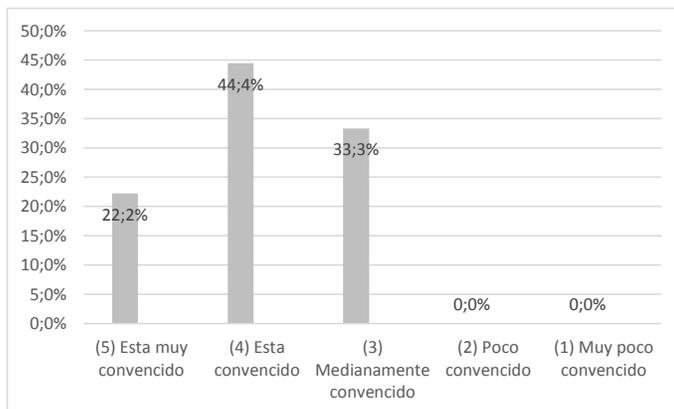


Gráfico 2 La capacidad de sus directivos (Gerente)

Comentado [UdW7]: Por que razón ser mas enfáticos explicando el porque de estas decisiones.
Igualmente con cada una de las graficas y sus resultados

Comentado [CA(EC8R7): Se le adiciona a cada grafico una breve explicación del por que y con respecto a que se define la opción preponderante.

El 44,4% se definen **convencidos** de que la capacidad de sus directivos, en particular su gerente, en su toma de decisiones y manejo empresarial, es una variable determinante para el éxito y la perdurabilidad de la empresa.

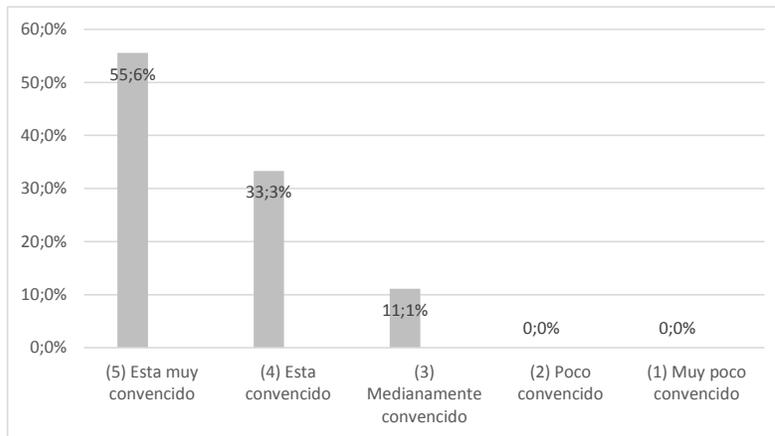


Gráfico 3 La Innovación

El 55,6% se definen como **muy convencidos** de que innovación e industrialización de los procesos de producción es una variable determinante para su éxito y perdurabilidad.

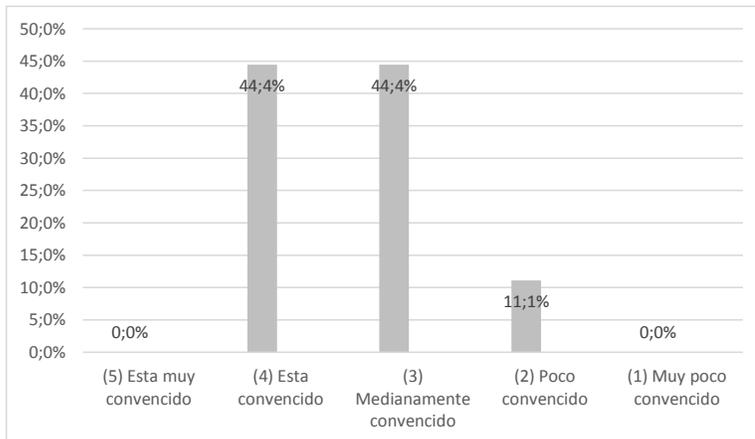


Gráfico 4 La Comunicación Interna

En el grafico se evidencia una paridad de conceptos frente a la variable de comunicación interna, dado que el 44.4% se encuentra **convencidos** y otro 44.4% se encuentran **medianamente convencido**, frente a un 11.1 % que se encuentra **poco convencidos**, lo que realmente indica que generar canales de comunicación al interior de la empresa, en los cuales se den a conocer los objetivos y los resultados obtenidos, podría aportar de manera positiva al éxito y sostenibilidad.

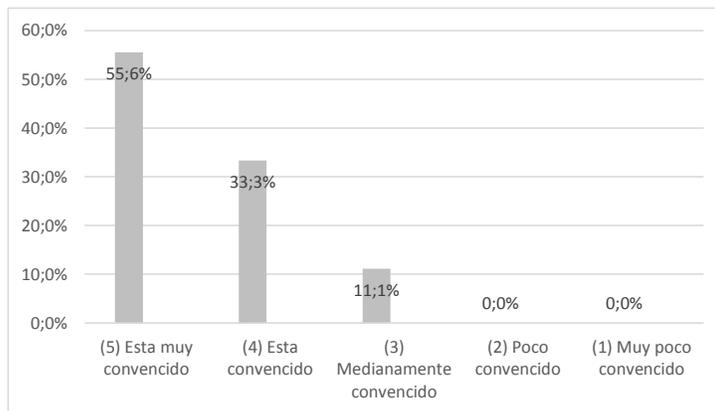


Gráfico 5 La Calidad del Producto

El 55,6% se definen como **muy convencidos** de que la calidad de su producto en términos sensoriales y organolépticos (olor, sabor, textura). es una variable determinante para su éxito y perdurabilidad.

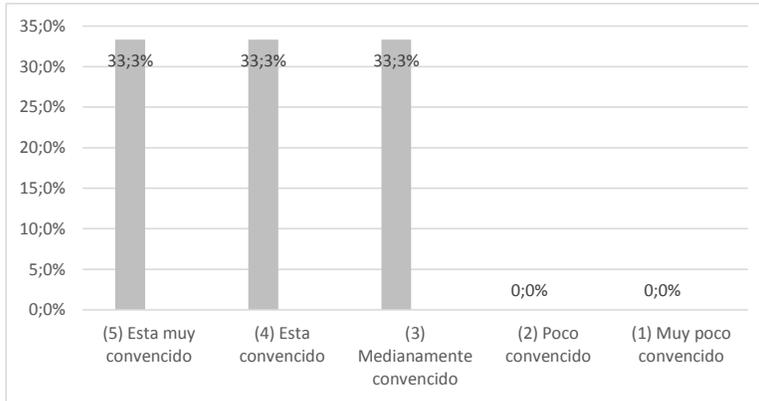


Gráfico 6 La aplicación de la tecnología

En este grafico podemos identificar la diferencia marcada entre las respuestas o conceptos de los entrevistados frente a la valoración de la variable, sin embargo, se puede notar que la aplicación de la tecnología en sus procesos productivos y logísticos es una variable que puede determinar o aportar a la perdurabilidad y éxito de una Mipyme.

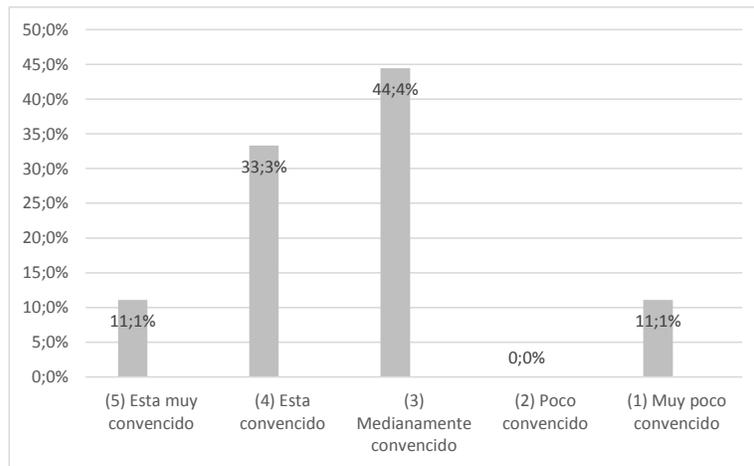


Gráfico 7 La capacitación del personal

En este gráfico podemos evidenciar que el 44.4% de la población entrevistada se encuentra medianamente convencido de que la capacitación del personal es una variable que ha aportado al éxito y la perdurabilidad de la empresa Arepas del Fogón Paisa SAS, esto teniendo en cuenta que dentro del personal directo de la empresa no se cuenta con profesionales, sin embargo, la gran mayoría de su personal cuenta con amplia experiencia en el proceso de producción.

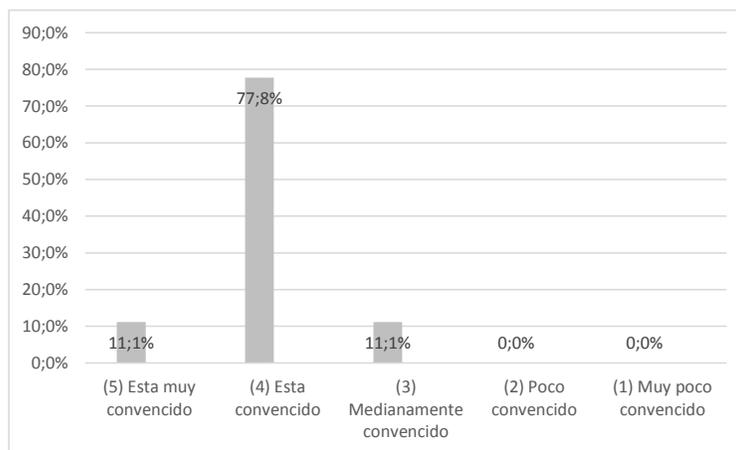


Gráfico 8 Los Aliados (Empresas aliadas, asesores, etc.)

En el gráfico se evidencia que la población entrevistada dentro de sus conceptos define que el aporte de **Los Aliados (Empresas aliadas, asesores, etc.)** es una variable determinante en el éxito y perdurabilidad de la empresa Arepas del Fogón Paisa SAS. Dado que de manera directa no se cuenta con personal profesional, los entrevistados ven de gran ayuda y aporte de valor, la asesoría y enfoque que aportan los lineamientos y controles expuestos por los aliados.

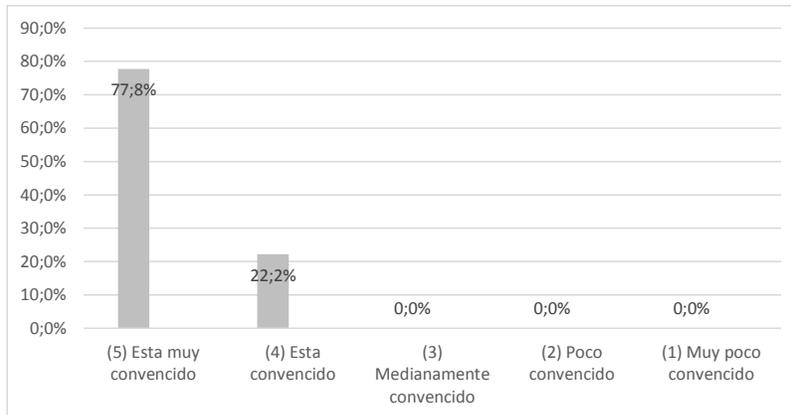


Gráfico 9 El mercado disponible (La demanda)

En este grafico se evidencia claramente que el 77.8% de la población entrevistada está **muy convencida** frente a que, El Mercado Disponible (la demanda) y alto consumo de manera tradicional de la arepa, se convierte en una variable determinante para el éxito y la perdurabilidad de la empresa Arepas del Fogón Paisa SAS.

Tabla 3 Valoracion Ponderada

VARIABLES	VALORACIÓN PONDERADA DE LA POBLACIÓN EN TÉRMINOS PORCENTUALES				
	(5) Está muy convencido	(4) Está convencido	(3) Medianamente convencido	(2) Poco convencido	(1) Muy poco convencido
La competitividad de la empresa	44,4%	33,3%	22,2%	0,0%	0,0%
La capacidad de sus directivos (Gerente)	22,2%	44,4%	33,3%	0,0%	0,0%
La innovación	55,6%	33,3%	11,1%	0,0%	0,0%
La comunicación Interna	0,0%	44,4%	44,4%	11,1%	0,0%

La Calidad del Producto	55,6%	33,3%	11,1%	0,0%	0,0%
La aplicación de la tecnología	33,3%	33,3%	33,3%	0,0%	0,0%
La capacitación del personal	11,1%	33,3%	44,4%	0,0%	11,1%
Los Aliados (Empresas aliadas, asesores, etc.)	11,1%	77,8%	11,1%	0,0%	0,0%
El mercado disponible (La demanda)	77,8%	22,2%	0,0%	0,0%	0,0%

3.7 Plan de trabajo

Tabla 4 Actividades del PDT

Tareas	Fecha de inicio	Fecha final	Días
Lluvia de ideas para tema y pregunta problematizadora	9/20	9/21	1
Definición de tema y pregunta	9/21	9/25	4
Búsqueda de información para proyecto	9/25	9/30	5
Construir antecedentes, descripción y formulación	10/1	10/5	4
Formulación de objetivos	10/5	10/7	2
Desarrollo de justificación y delimitación	10/7	10/9	2
Realización de fichas	10/10	10/15	5
Desarrollo de marco de referencias (Marco teórico y normativo)	10/16	10/18	2
Elección de la metodología de la investigación	10/19	10/21	2

Selección de la empresa objeto de estudio y herramienta de recolección de información	10/21	10/22	1
Plan operacional	10/23	10/25	2
Aplicación normas APA, al proyecto de investigación	10/26	10/27	1
Trabajo de campo	10/27	10/30	3
Análisis de la información	11/1	11/2	1
Resultados y Conclusiones	11/2	11/3	1
Entrega de Trabajo de investigación	11/3	11/4	1
Elaboración de poster	11/7	11/13	6
Presentación Poster	11/17	11/21	4

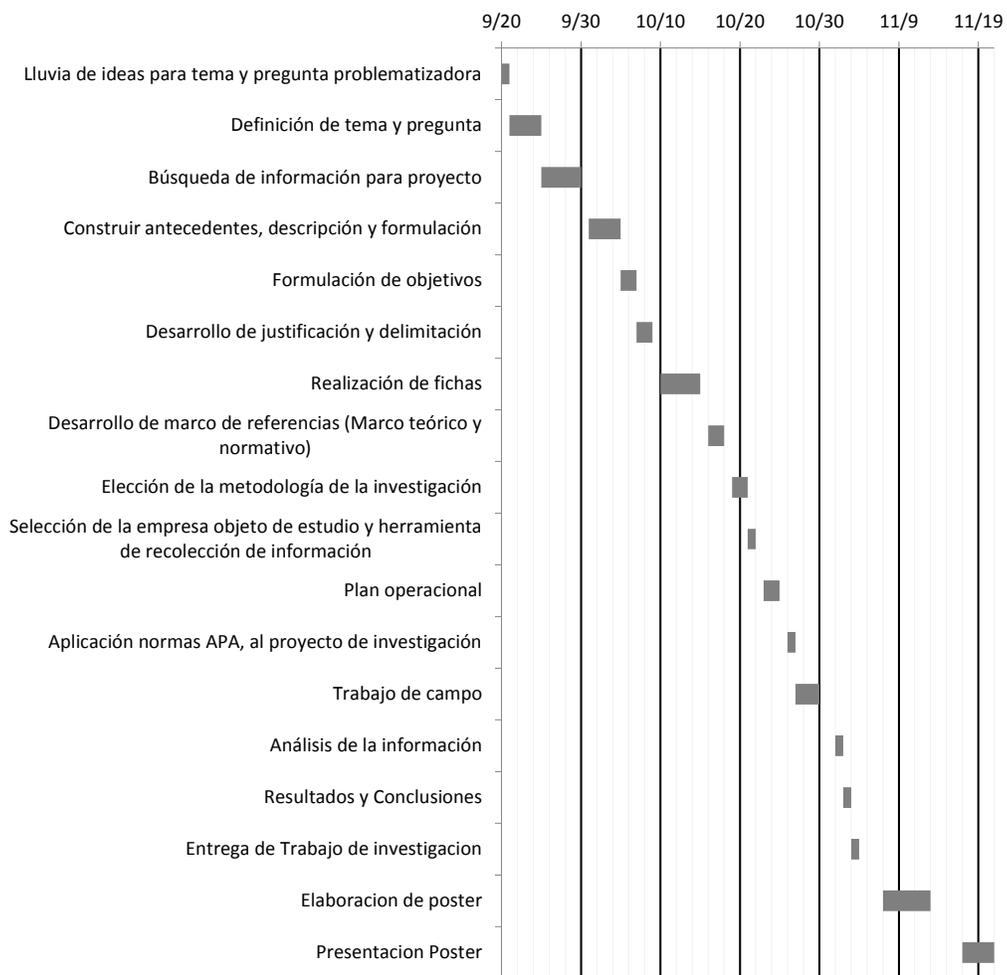


Gráfico 10 PDT

4 TRABAJO DE CAMPO

4.1 De acuerdo con lo planeado para el desarrollo del trabajo de investigación se describen las fases en las cuales se dividió el trabajo desarrollado.

- Inicialmente se realiza el reconocimiento de la empresa, su estructura y la población trabajadora.
- Se plantea reunión con la gerencia para establecer la línea de tiempo de evolución empresarial, esta información se obtuvo gracias a balances financieros entregados por el área de contabilidad.
- Se obtienen datos importantes como el aumento en los volúmenes de producción y las rutas de distribución a través del tiempo de operación.
- Con ayuda del área de gestión humana se pudo identificar el crecimiento del equipo de trabajo en términos de empleados contratados.
- Se definen los perfiles a entrevistar de acuerdo con las indicaciones del gerente y administrador.
- Se ejecutan una a una las entrevistas en citas individuales, cada entrevista se registró en el formato definido de manera digital. Ver anexo 1.
- Se recopila la información y se realizan las gráficas para su posterior análisis, descrito en el numeral 3.6 **Análisis de la información**, del presente trabajo.

5 CONCLUSIONES

A continuación, entregamos las conclusiones resultantes del trabajo de investigación sobre la supervivencia empresarial desde el punto de vista de un estudio de caso de una MiPymes que podemos definir como exitosa y perdurable.

Algunas de las variables definidas para obtener el éxito empresarial y la supervivencia de esta, descritas en este trabajo demuestran que se deben tener en cuenta para el desarrollo de un emprendimiento o una idea de negocio.

Analizando el contexto socioeconómico y los diferentes escenarios en los cuales se describe la supervivencia empresarial de la empresa Arepas del Fogón Paisa SAS podemos identificar que en gran medida su éxito y supervivencia está basada en la naturaleza del producto que comercializa, dado que la arepa de maíz constituye un alimento de gran importancia en la dieta de la población colombiana y por tradición del departamento de Antioquia; según un estudio de Nielsen en 2016, el 73% de los colombianos incluye una arepa en su desayuno, convirtiéndola en el tercer alimento más consumido en el país. (Revista Portafolio, 2016)

Por otra parte, y teniendo en cuenta el alto consumo de este producto, se exalta la decisión y persistencia de su gerente para creer en la idea de negocio, a pesar de tener competidores fuertes y de alta experiencia, sin embargo, la gran diferencia con respecto a sus competidores fue el atacar el gremio tendero, en el cual se basó su crecimiento, posicionándolo hoy en día como una de las empresas más representativas de la ciudad, con presencia en el sector nororiental de la ciudad.

Dentro de la industria de productos básicos de nuestra gastronomía juega un papel importante la aplicación de la tecnología e innovación, dado que el automatizar e

industrializar procesos productivos como este, aporta eficiencia en la productividad, aumentando la competitividad de la empresa y su capacidad de captar mercado.

Cabe resaltar que el compromiso y capacidad de su personal operativo es fundamental para la consolidación de la empresa y su principal producto, puesto que su aprendizaje y relación de primera mano con el proceso aporta de manera sustancial a la obtención de un producto de buena calidad.

Dentro de cualquier empresa es importante tener pleno conocimiento de lo que se quiere lograr y como se lograra, en el caso de estudio en particular, se evidencio una gran capacidad de su gerente de direccionar y congeniar con el personal operativo, pues en palabras del gerente “son ellos los que hacen esto posible” sin embargo el concepto que se tiene sobre el gerente es el de un excelente líder, con capacidad de escuchar y aprender de las experiencias o aprendizaje de su personal, por tal motivo podemos afirmar que un buen liderazgo o gerenciamiento no necesariamente se obtiene con la academia, en este caso queda claro que el conocimiento del proceso productivo y del producto final, da la oportunidad de liderar de la mejor manera su equipo de trabajo.

Analizando la línea de tiempo y el constante crecimiento de la empresa a lo largo de su actividad, se evidencia un constante aporte al desarrollo socioeconómico del sector en el cual se encuentra ubicado, puesto que la generación de empleos directos e indirectos mantiene el mismo comportamiento ascendente como su producción, esto se traduce de manera general a un aporte positivo a los indicadores de desempleo, puesto que todo su personal directo se encuentra legalmente contratados.

Contar con aliados estratégicos (asesores externos) es otro punto fuerte para tener en cuenta, en este caso en particular, implementar un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo, alineado a los requerimientos y normativa aplicable, le da la posibilidad a la

Comentado [CA(EC9)]: Se define el aporte socioeconómico de arepas del fogón paisa a la región y se definen conclusiones con respecto a la consolidación y sostenibilidad de la empresa.

empresa de generar una estructura operativa y organizativa, que apoya de manera significativa la mejora continua de sus procesos y producto final.

El crecimiento constante de la empresa demuestra que de una u otra forma la buena toma de decisiones desde la gerencia y el aporte de todos los actores implicados, desde mandos medios y aliados han influido para que la empresa hoy en día sea una empresa reconocida por la calidad de su producto, esto definitivamente consolida a Arepas del Fogón Paisa SAS en el sector de la industria de alimentos en la ciudad, por otro lado la aplicación de buenas prácticas y la industrialización o tecnificación de los procesos hacen de la misma un empresa sostenible, evidenciando esto en el crecimiento de sus ingresos e inversiones a lo largo de su línea de tiempo.

6 RECOMENDACIONES

A pesar del crecimiento que ha tenido Arepas del Fogón Paisa SAS, el análisis de los resultados obtenidos en las entrevistas, nos entregan información importante que define algunos aspectos por mejorar, que al final aportarían mucho más a su consolidación empresarial.

De acuerdo a lo anterior se identifican algunos aspectos por mejorar como sería la capacitación de su personal, más que su personal operativo, es la capacitación y profesionalización de su personal de mandos medios y altos, dado que es allí donde se evidencia la contratación de los servicios de personal externo o aliados, que aunque en el análisis se identifica el buen aporte que los entrevistados creen que se recibe de parte de estos, es de vital importancia que los cargos que se suplen por personal externo se ponga a

consideración su contratación puesto que son de alto impacto para el desarrollo de la actividad económica, caso específico la jefatura de producción y el control de calidad.

Por otro lado se identifica en el desarrollo de este trabajo que sería recomendable para la empresa la aplicación de un sistema de gestión de control de la calidad y la aplicación de nuevas tecnologías aplicadas al proceso productivo, con el fin de reducir los reprocesos, esta recomendación está encaminada a la automatización y estandarización del proceso productivo, desde el punto de vista operativo y documental, con el objeto de obtener siempre un producto de iguales características y excelente calidad.

Al analizar los resultados, se evidencia la necesidad de fortalecer las prácticas de comunicación interna, generando espacios y canales de información, en la cual se compartan los resultados obtenidos y los objetivos planteados desde la gerencia, con el fin de hacer partícipe a todo el personal, puesto que, de acuerdo con estudios realizados se puede determinar que, establecer estos canales de manera efectiva, aporta al éxito empresarial.

7 REFERENCIAS

CAMARA DE COMERCIO DE MEDELLIN. (s.f.). Cien empresarios cien historias de vida. Medellín. Video recuperado de <https://youtu.be/p25P1Lgpg90>

Coffey, A. y Atkinson, P. (2003). *Encontrar el sentido a los datos cualitativos*. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.

CONFECÀMARAS. (2018). Nuevos hallazgos de la supervivencia y crecimiento de las empresas en Colombia”

Comentado [UdW10]: Falto una coma.....

Comentado [CA(EC11R10): Ya se corrigió el error idiomático.

Comentado [ICMD12]: Falto investigar muchas mas referencias bibliograficas

Comentado [CA(EC13R12): Se investigaron más fuentes y se anexaron a las referencias.

Recuperado de:

http://www.confecamaras.org.co/phocadownload/2018/Cuadernos_An%C3%A1lisis_Econ%C3%B3mico/Cuaderno_demografia_empresarial/Cartilla17.pdf

DÁVILA, Carlos. El empresariado colombiano. Una perspectiva histórica. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, 1986

Rodriguez R. A. Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. Pensam. gest. no.26 Barranquilla Jan/June 2009

Sutton, J (1997). Gibrat's Legacy. Journal of Economic literature, 35, 40-59

McClelland, D.C. (1961). The achieving society. Princeton: Van Nostrand.

Hagen, E. (1962). On the theory of social change. Homewood, IL: Dorsey

Busenitz, L., Barney, J. (1997). Differences between entrepreneur and manager in large organization: biases and heuristic in strategic decisionmaking. Journal Business Venturing, 12, pp. 9-30

Casson, M. C. (1982). The entrepreneur. An economic theory. Oxford: Martin Robertson.

Cooper, A.C., Folta, T. & Woo, C. (1995). Entrepreneurial information search. Journal of Business Venturing, 10, 107-120.

Fonrouge, C. (2002). Entrepreneur / Manager: deux acteurs d'une même pièce. Communication AIMS XI Conférence annuelle. En Actes des colloques de l'Association Internationale de Management Stratégique AIMS. Disponible en www.estrategieaims.com/.

Gartner, W. (1985). A conceptual framework for describing the phenomena of venture creation. Academy of Management Review, 10 (4), 696-706.

Schumpeter, J. A. (1912, 1949). Théorie de l'Evolution économique. Paris: Dailoz

Del libro, ADMINISTRACION DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS, Mercado, Salvador H; 2007; Pág. 33. Ed. 16.

Cárdenas, J., Guzmán, A., Sánchez, C., & Vanegas, J. D. (2015). ¿Qué se crea al fomentar el emprendimiento? Los principales impactos de la formación en este campo. Universidad & Empresa, 17(28), 173-190. Doi: <http://dx.doi.org/10.12804/rev.univ.empresa.28.2015.08>

Caves, R. E. (1998). Industrial organization and new findings on the turnover and mobility of firms. *Journal of Economic Literature*, 36(4), 1947-1982

Franco Ángel, Mónica. 2012. "Factores determinantes del dinamismo de las pymes en Colombia." Tesis Doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona

Thornhill, Stewart, and Raphael Amit. 2003. Learning from failure: Organizational mortality and the resource-based view: Statistics Canada, Analytical Studies Branch.

Martínez, Andrés Felipe. 2011. "Determinantes de la supervivencia de empresas industriales en el área metropolitana de Cali 1994-2003." *Sociedad y Economía* 11:112-144

Sallenave Jean Paul, Gerencia y Planeación Estratégica, 2004.

Davila, Carlos. Empresas y empresarios en la historia de Colombia, Siglos XIX y XX. Una colección de estudios recientes. Tomo I y II. Bogotá: Ediciones Uniandes. Norma, 2002

EUMED.NET. (2011). Concepto del éxito y fracaso de las Pymes. Recuperado de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2011/meec>

Galeano, M. E. (2004). *Diseño de proyectos de la investigación cualitativa*. Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT.

Strauss, A.L y Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.

Trujillo, J. S. (2016). ¿Porque fracasan los negocios en Colombia? DINERO.

VANGUARDIA. (12 de febrero de 2012). ¿Porque mueren tan pronto las empresas de Bucaramanga? Recuperado el 30 de 03 de 2014, de www.vanguardia.com

Vesga, R. (s.f.). Emprendimiento e Innovación Colombia. Recuperado el 04 de 03 de 2017, de Universidad de los Andes: <http://web.unillanos.edu.co/docus/Emprendimiento%20e%20innovacion.pdf>

Vasilachis, I. (2006). *La investigación cualitativa*. En: Estrategias de investigación Cualitativa. Vasilachis, I (coord.). Barcelona: Gedisa. pp. 23-64.

Fuente: Recuperado de https://www.informacion-empresas.co/Empresa_AREPAS-FOGON-PAISA-SAS.html

Fuente: Recuperado de <http://www.paginasamarillas.com.co>.

Esther Julia Castaño González. Comunicar la responsabilidad social, una opción de éxito empresarial poco explorada. Revista Lasallista de Investigación, vol. 8, núm. 2, julio-diciembre, 2011, pp. 173-186.

Franco A.M. y Urbano P.D. (2010). El éxito de las PYME en Colombia: estudios de caso en el sector salud. Estudios gerenciales. Vol. 26 No 114

Rubio B.A., Aragon S.A. (2002). Factores explicativos del éxito competitivo. Un estudio empírico en la pyme1. Cuadernos de Gestión Vol. 2. N.º 1

Hugo Alberto Rivera Rodríguez, Cuadernos de Administración • Universidad del Valle • Volumen 28 • No. 47 • enero - junio de 2012.

Álvarez, (2014). Comunicación Interna, la Estrategia del Éxito. Razón y Palabra. Volumen (56)

Rodríguez R. A. (2009) Scielo. Pensamiento y Gestión. Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. Vol. 26.

Miranda J. (2012). La Competitividad y el éxito empresarial. Ad-Gnosis, 59-65. Vol. 1

8 ANEXOS

8.1 Registro de entrevistas.

