



**“Las pymes en el sector comercial del Sur Del Valle de Aburrá; principales causas de fracaso”**

**Facultad de administración de empresas y ciencias económicas**

**Centro regional Aburrá Sur**

Administración de empresas

**Elizabeth Corrales Muñoz**

ID: 529897

**Elsy Jurany Areiza Cardona**

ID: 545819

**Trabajo de grado**

**Profesor asesor**

**Mg. Milton Esteban Sierra Cadavid**

## **Las pymes en el sector comercial del Sur del Valle de Aburrá; principales causas de fracaso**

### **Resumen**

Esta investigación busca conocer los factores más importantes y relevantes que afectan el desarrollo de las Pymes del sector comercial del Sur del Valle de Aburrá. Se consideró conveniente realizar entrevistas con información válida a 12 empresarios del sector comercial que iniciaron actividades durante los últimos años, será de gran importancia al momento del estudio previo o planeación del proyecto, la toma de decisiones y el resultado de su perdurabilidad en el tiempo. El objetivo principal es dar a conocer con claridad los factores que influyen en el cierre o quiebra, las perspectivas y opiniones que tienen acerca de las Pymes y así mismo se brinda un modelo de lecciones aprendidas en donde se explican a los empresarios la forma de desenvolverse para tomar mejor decisiones.

Las pymes generalmente son ideas de negocio que surgen en un círculo familiar, sin embargo, a lo largo de la historia empresarial, mundialmente se han ido convirtiendo en un factor clave para el desarrollo de los países y el crecimiento de la economía de los mismos; a esto se suma que aproximadamente el 99.9% de las empresas colombianas son pymes (pequeñas y medianas empresas). Sin embargo, gran porcentaje de estas fracasan a causa de algunos factores como lo es el financiero, la falta de educativo financiera, el tecnológico, la innovación, la carga tributaria y la globalización. Para fortuna de las pymes el gobierno colombiano cuenta con una seria de entes públicos y privados que se encargan de bríndales apoyo de diferentes maneras para que puedan alivianar estos factores y estén en la capacidad de afrontar y superar los retos que se presentan en cada de las etapas de su empresa.

**Palabras claves**

Administración, Financiación, Innovación, Pyme, Tecnología.

**Abstract**

This investigation is looking for now the most important and relevant factors that affect the development of SMEs in the commercial sector in the South of the Aburrá Valley. It is considered convenient to carry out interviews with valid information to 12 businessmen who started activities in recent years, it will be import for the previous study or project planning, decision making and the result of its durability over time. . The main objective is to clearly disclose the factors that influence closing or bankruptcy, the perspectives and opinions they have about SMEs, and they also provide a model of lessons learned where entrepreneurs explain how to operate to make the main decisions.

SMEs are generally business ideas that arise in a family circle, however, throughout business history, worldwide they have become a key factor for the development of countries and the growth of their economies; In addition to this, approximately 99.9% of Colombian companies are SMEs (small and medium-sized companies). However, a large percentage of these fail due to some factors such as lack of educational and financial knowledge, technology, innovation, tax burden and globalization. Fortunately for SMEs, the Colombian government has a series of public and private entities that provide them with support in different ways and they can alleviate these factors and are able to face and overcome the challenges that arise in each of the stages of your company.

**Keywords**

Administration, Financing, Innovation, Sme, Technology.

## Índice

Las pymes en el sector Comercial en el Sur del Valle de Aburrá; principales causas de fracaso ..	2
Resumen.....	2
Palabras claves .....	3
Abstract.....	3
Keywords .....	4
Índice de tablas .....	8
Índice de figuras.....	9
Introducción .....	10
Capítulo 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	12
1.1 Descripción del problema .....	12
Crece la pyme en la base empresarial .....	12
Factor financiero como causa de fracaso para las pymes .....	13
Factor tributario como causa de fracaso para las pymes.....	14
1.2 Formulación del problema .....	16
1.3. Justificación .....	16
1.4 Objetivos.....	17
1.4.1 Objetivo general.....	17
1.4.2 Objetivos específicos: .....	17

Capítulo 2. Marco Referencial .....	19
2.1 Marco conceptual:.....	19
Fondos de capital privado .....	24
Programas de apoyo del Gobierno a pymes e incentivos no monetarios.....	25
Entidades que ayudan a la carrera de los nuevos emprendedores en Colombia.....	25
2.2 Marco contextual: .....	26
2.3 Marco legal: .....	27
2.4 Marco teórico:.....	33
Capítulo 3. Diseño metodológico .....	37
3.1 Línea de investigación institucional.....	37
3.2 Eje temático (Programa académico) .....	38
3.3 Enfoque de investigación y paradigma investigativo (cualitativo, cuantitativo).....	38
3.4 Diseño (experimental, no experimental).....	39
3.5 Alcance Descriptivo.....	39
3.6 Población.....	40
3.7 Tamaño de muestra. ....	40
3.8 Fuentes, Técnicas e instrumentos de recolección de información y datos. ....	41
3.9 Análisis y tratamiento de datos. ....	42

Entrevista .....	42
Matriz DOFA .....	53
Base de datos principales entes públicos y privados que brindan apoyo a las Pymes en Colombia.....	56
Capítulo 4. Resultados y discusiones.....	62
Capítulo 5.....	64
5.1 Conclusiones.....	64
5.2 Recomendaciones .....	65
Modelo de lecciones aprendidas .....	65
Referencias.....	68

## Índice de tablas

Tabla 1. Tamaño de empresas según la ley 905 de 2004.....	26
Tabla 2. Empresas seleccionadas para la muestra .....	41
Tabla 3. Resumen de preguntas .....	49
Tabla 4. Matriz DOFA.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 5. Entes públicos y privados que brindan apoyo a las Pymes en Colombia.....	56
Tabla 6. Modelo de lecciones aprendidas .....	66



## Índice de figuras

Figura 1. Gráfica Pregunta No. 1 .....	44
Figura 2. Gráfica Pregunta No. 2 .....	45
Figura 3. Gráfica Pregunta No. 3 .....	46
Figura 4. Gráfica Pregunta No. 4 .....	46
Figura 5. Gráfica Pregunta No. 5 .....	47
Figura 6. Gráfica Pregunta No. 6 .....	48

## Introducción

“El sector productivo en Colombia está conformado por aproximadamente 1.500.000 micro, pequeñas y medianas empresas” (Bancolombia P. , 2018). “Antioquia que representa el 14% del PIB en Colombia el cual viene registrando un incremento de la tasa promedio anual del 4% en los últimos diez años y un incremento en sus empresas del 3,8%, cuenta con 17.668 Pymes las cuales representan el 9,7% del total de las empresas del departamento”, muchas de ellas tienen la visión de internacionalizar productos en el exterior, como consecuencia natural al deseo de querer incursionar en otros mercados o porque el direccionamiento de consumo está en otras latitudes. “El 88.63% de las Pymes de Antioquia se encuentran ubicadas en el Valle del Aburra” el 6% de estas desarrollan procesos de comercio exterior quienes representan un importante crecimiento anual dentro de las cifras totales.

Las pymes son un dinamizador de la economía en Colombia y en cualquier país emergente, ya que constituyen un grupo de interés que debe ser observado a detalle teniendo en cuenta el entorno en el que se desarrolla cada una de estas pequeñas y medianas empresas al igual que sus tendencias en diferentes sectores económicos, sus avances y dificultades. (Montoya, Montoya, & Castellanos, 2018)

Cabe resaltar, que el fenómeno de la globalización, se refiere al conjunto cada vez más amplio, de relaciones interdependientes entre personas de diferentes partes del mundo y trae consigo dos grandes retos para los empresarios: Uno de ellos es conocer la mejor manera de internacionalizar sus negocios sea por una visión desde la deslocalización empresarial o ciclo de vida de sus productos, para enfrentar el segundo de los grandes retos que requiere cualquiera de los dos panoramas y es un músculo financiero tan sólido que solvete una estrategia de

internacionalización empresarial. Día tras día surgen muchos emprendimientos que difícilmente se sostienen en el tiempo, lo que ocasiona que el éxito empresarial de algunas de estas nuevas compañías sea considerado casi un milagro, existen diversos factores por los cuales una Pyme puede ser exitosa o puede fracasar. De acuerdo con los estudios más recientes, la tasa de mortalidad de las pequeñas y medianas empresas en Colombia es alta, mostrando que, durante los primeros cinco años de vida, fracasan cerca del 76% de estas iniciativas empresariales. Según Mckensy, el 62% de las mí pymes no cuenta con acceso a préstamos financieros, claves para su crecimiento y desarrollo. Además, la mayoría de ellas presentan educación financiera limitada y basan sus decisiones en personal con poco conocimiento del tema, otro de los que hace complejo el escenario crediticio para las pymes colombianas es que el 75% de las transacciones realizadas son hechas usando dinero en efectivo y los avances en tecnología casi no se usan para mejorar la eficiencia en los negocios. (Economía, 2018). Algunos de estos aspectos son internos y propios de la empresa.

## **Capítulo 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1 Descripción del problema**

Las Micro, Pequeñas y Medianas empresas (Mi Pymes) son consideradas como un actor fundamental dentro del desarrollo económico y social de los países debido a su contribución directa al crecimiento económico, el empleo, la productividad y el bienestar social, entre otros. En la actualidad, su relevancia se extiende al aportar de manera importante con la investigación y desarrollo, así como con la transferencia de tecnología y la innovación

En Colombia la creación de pequeñas y medianas empresas, sin duda alguna, se ha convertido en un factor de gran importancia para el crecimiento de la economía, sin embargo, muchos de los nuevos pequeños y medianos empresarios fracasan por la falta de conocimiento, educativo, financiero, tributario, entre otros.

La presente investigación se realiza con el propósito de conocer los factores de fracaso de las pymes en el sector comercial del Sur del Valle de Aburra, que sirva como herramienta de apoyo e información a la hora de impulsar o la creación de las pymes y conocer las oportunidades que tiene un entorno tan competitivo como el de la globalización.

### **Crece la pyme en la base empresarial**

Según reporte de la Cámara de Comercio de Medellín Antioquia el día 4 de julio del 2019 “en los últimos diez años, el total de pymes en la región se incrementó a una tasa promedio anual de 6 %; casi un punto por encima de la tasa de crecimiento de la base empresarial (5,13 %)”

Las pymes en términos generales representan un factor importante e indispensable para la economía Colombia, por ser grandes generadoras del crecimiento del producto interno bruto (PIB) y aportar mayor porcentaje de generación de empleo, sin embargo, existen muchas causas y factores negativos que se encargan de que el éxito de estas empresas cada vez sea menos garantizado. Frente a este punto (Echeverri, Jaime Eduardo, 2019) escribe:

Los problemas que enfrenta la pyme desde los sectores comercio, industria y servicios; si accedieron a créditos, las inversiones realizadas, si accedieron a fuentes de financiación diferentes al sistema financiero, fueron analizados en la Gran Encuesta Pyme, realizada por ANIF.

La presentación de esta encuesta estuvo a cargo de Nelson Vera, vicepresidente de ANIF, quien explicó los problemas que enfrenta la pyme y que son identificados por sus gerentes:

Problemas de la pyme industrial: falta de demanda (36 %), altos impuestos (17 %) y costos de los insumos (14 %), principalmente.

Problemas de la pyme de comercio: falta de demanda (23 %), competencia de grandes superficies (22 %) y altos impuestos (16 %), principalmente.

Problemas de las pymes de servicios: competencia (23 %), altos impuestos (22 %) y falta de demanda (21 %), principalmente.

### **Factor financiero como causa de fracaso para las pymes**

Uno de los principales factores que se encarga de llevar a las pymes a su cierre definitivo es

el factor financiero, ya que la gran mayoría las pymes no cuentan con un músculo financiero propio para llevar a cabo su actividad económica, otra causa de cierre es el no cumplimiento de la norma que dicta el artículo 19 del código de comercio, que hace mención de las diferentes obligaciones del comerciante: (Alcaldía de Medellín, 2019).

Matricularse en el registro mercantil; inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad; llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales; conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades; denunciar ante el juez competente la cesación en el pago corriente de sus obligaciones mercantiles, y abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal.

Esta es una de las primeras obligaciones financieras que obtienen las pymes, ya que al momento de hacer un registro mercantil se está comprometiendo a llevar a cabo una renovación de la misma todos los años antes del día 31 del mes marzo, pero muchas cometen el error de no hacerlo e infringen la ley y son sancionados con multas económicas impuestas por la Superintendencia financiera de Industria y Comercio ( SIC) que llegan a sumar hasta aproximadamente 17 salarios mínimos mensuales legal vigente (SMMLV). Al ocurrir esto las pymes se ven en la obligación de cerrar, porque no están la capacidad de asumir una obligación financiera tan elevada.

### **Factor tributario como causa de fracaso para las pymes**

En Colombia, todas las empresas por ser sujetos pasivos o contribuyentes deben aportar al

Estado, en forma del pago de impuestos, estos tributos sirven para el gasto fiscal y mantenimiento del gobierno con sus planes y programas sociales, citado de (Avellaneda, 1997). En el contexto colombiano, los impuestos tienen su origen en el artículo 95 y se fundamentan en el artículo 338 de la Constitución Política según el cual todos los nacionales están en el deber de contribuir al financiamiento de los gastos e inversiones del Estado.

A nivel fiscal, cada dos años se hace una reforma tributaria, por eso en los últimos 20 años se han realizado 13 reformas tributarias, una cada dos años, esto debido al déficit de presupuesto y fiscal del gobierno nacional, como consecuencia del fenómeno de la corrupción, la ineficiencia en el gasto público, la dependencia a los ingresos del sector hidrocarburos y minero, la evasión y elusión de los gravámenes establecidos causados por la informalidad empresarial que se presenta en Colombia. (Romero, Argenis Garcia, 2018).

Con lo expuesto anteriormente se puede afirmar que el factor tributario es un factor de fracaso para las pymes, porque con los constantes cambios tributarios lo que se logra en los pequeños y medios empresarios es que estos acudan a los negocios ilegales para evadir tantos impuestos que impone la ley, generado así que con la evasión de tributos el número de empresas informales cada vez sea mayor, y por ende también lo sea su generación de empleo. Generando esto que dichas pymes sean sometidas a grandes multas hasta tal punto que no pueden ser canceladas y automáticamente se genera el cierre total de estas, por incurrir en el incumplimiento del pago de los tributos impuesto por el Estado.

## **1.2 Formulación del problema**

En Colombia un 99.9% de las empresas son pequeños y medianos empresarios, sin embargo, gran mayoría de estas fracasan en las primeras etapas de su creación, razón por la cual en esta monografía se pretende identificar cuales con esos principales factores o causas que se encargan de que en Colombia haya un alto porcentaje de mortandad de las pymes. Teniendo en cuenta que el número de pequeñas y medianas empresas en el país es bastante robusto y que Antioquia es uno de los departamentos donde se ha registrado mayor número de cierre de pymes, se eligió el sector comercial del Sur del Valle de Aburra, para desarrollar la investigación, donde se determinaran algunas empresas de los municipios (Caldas, La Estrella, Sabaneta y Envigado) para identificar mucho mejor cuales con estos factores o causas.

¿Cuáles son los principales factores o causas de fracaso para las pymes del sector comercial del Sur del Valle de Aburrá?

## **1.3. Justificación**

Se decidió hacer este trabajo enfocado en el sector comercial del Sur del Valle de Aburra, en los municipios; Caldas, la Estrella, Sabaneta, Itagüí y Envigado porque como lo indican las cifras recopiladas de reportes por la DIAN y la Cámara de Comercio de Medellín en estos municipios se ha registrado una reducción preocupante de un 5.9% de la creación de nuevas pyme y de total de las que se alcanzan a conforman, en los primeros cinco años de actividad fracasa el 76%. En gran porcentaje las pymes fracasan principalmente por la falta de conocimiento y educación financiera, otro factor que conlleva al fracaso a los nuevos emprendedores se debe a que tampoco



realizan un buen estudio de mercado y de competencia. El sector de las Pymes se ha convertido en un objeto del conocimiento de gran interés para algunos sectores económicos, gubernamentales y educativos del país debido a su alta contribución en el crecimiento y desarrollo económico y la generación de empleo, sin embargo, las pymes del sector comercial han mostrado una mejor dinámica en la creación de empresas generando gran porcentaje de empleo y por ende crecimiento en la economía. (Echeverri, Jaime Eduardo, 2018)

Por tal motivo este trabajo permitirá determinar más a fondo los factores que conllevan a las pymes al fracaso; además de ofrecer mayor conocimiento sobre estos factores, también se podrá obtener mayor información de cómo afrontarlos y cuáles son las posibles oportunidades y alternativas que ofrecen las diferentes entidades públicas y privadas a los emprendedores nuevos y ya existentes. Esto no solo ayudara a desarrollar un modelo de lecciones aprendidas que sea implementado de forma correcta, sino planificar mejores estrategias para adquirir el conocimiento necesario para la creación de una pyme

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo general**

Determinar cuáles han sido los principales factores de fracaso de las pyme del sector Comercial en el Sur del Valle de Aburra, con el fin de brindar información y les sirva de herramienta de apoyo en la creación de nuevas pymes, en el cambio de los procesos de las ya existentes.

### **1.4.2 Objetivos específicos:**

- Determinar, por medio de entrevistas a administradores de pymes del sector comercial del sur del Valle de Aburra, si tienen conocimiento sobre los planes apoyo que ofrece el gobiernos y cuales han sido las estrategias de han implementado para mantenerse en el mercado.
- Elaborar una matriz DOFA de las Pymes del sector Comercial del Sur del Valle de Aburra, que permita establecer un panorama global de su posicionamiento en el mercado y sus niveles de competitividad.
- Desarrollar una base de datos con los principales entes públicos y privados que brindan apoyo a las pyme en Colombia, y poder determinar cuáles son las estrategias de apoyo que en la actualidad se han brindado y no han sido aprovechadas de la forma correcta por la pymes.
- Elaborar un modelo de lecciones aprendidas para la pyme del sector comercial del Sur del Valle de Aburra, que permita ser implementado de forma correcta para mitigar los errores cometidos por la pyme que las conlleva al fracaso.

## Capítulo 2. Marco Referencial

### 2.1 Marco conceptual:

A continuación se realizara una descripción da algunos conceptos que serán de gran ayuda y se consideran importantes para desarrollar la monografía, para definir estos conceptos se tomaran diferentes fuentes, siendo el diccionario de la real academia española la fuente principal, se hará de esta manera ya que estos pueden tener diferentes definiciones según cada autor y la evolución de cada uno de estos conceptos.

#### **Administración:**

- Acción y efecto de administrar un establecimiento, oficina o empresa.
- La administración es un cuerpo de conocimientos que se construye a lo largo del tiempo, y bien se podría afirmar que esto data desde que el hombre apareció sobre la tierra, sin embargo, se dice que la administración es un área de conocimiento joven, con apenas 110 de haberse empezado a sistematizar. (Zacarías Torres, Hernández; 2014).
- Se refiere al proceso de administrar una organización, oficina o negocio. Esto incluye la creación de reglas y regulaciones, la toma de decisiones, la gestión de las operaciones, la creación de la organización del personal, empleados, personas para dirigir las actividades hacia el logro de una meta u objetivo común. (Machado, 2018)
- En la actualidad la administración se presenta como un área de conocimientos humanos repleta de complejidades y desafíos, el profesional que utiliza la administración como medio para vivir puede trabajar en los niveles más variados de una organización. Desde el nivel jerárquico de la supervisión elemental hasta la dirección general. (Chivanato, 2018).

- La administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos o metas de la organización de manera eficiente y eficaz. (Thompson, 2019)

**Financiación:**

- Acción y efecto de financiar
- Contribución de dinero, aporte monetario que una persona física o una empresa efectúan y que se requiere para poder concretar un proyecto o actividad, como ser el desarrollo del negocio propio o la ampliación de uno ya existente.
- Financiación es un término amplio que describe actividades asociadas con la banca, el apalancamiento o la deuda, el crédito, los mercados de capitales, el dinero y las inversiones. La financiación también abarcan la supervisión, la creación y el estudio del dinero, la banca, el crédito, las inversiones, los activos y los pasivos que conforman los sistemas financieros. (Kurt, 2019)

**Innovación:**

- Creación o modificación de un producto o servicio, y su introducción en el mercado.
- Acción y efecto de innovar que a su vez define como mudar o alterar algo, introduciendo novedades.
- Hasta las últimas décadas del siglo XX, la innovación se asociaba fundamentalmente a la tecnología, a pesar de que el economista J. Schumpeter ya se refería a todo tipo de innovación en 1997. Las innovaciones tecnológicas han prevalecido sobre todas las demás, tanto por sus efectos en nuevos productos como en nuevos procesos. No obstante, innovar va incluso más allá del lanzamiento de un nuevo producto o servicio al mercado. (Barca, Eric, 2011)

- La innovación es un factor clave en el rendimiento obtenido del trabajo (la productividad), en el crecimiento de la economía (riqueza general) y en el bienestar que resulta de dicho crecimiento. Un crecimiento del 0.1% en el gasto destinado a innovar se traduce en un crecimiento del 1.2% de la renta por habitante. (Corma Canós, Francisco;, 2013)
- Innovación se deriva de la palabra latina "innovare" y significa renovación. Desde un punto de vista económico, la innovación es algo nuevo que trae beneficios para una organización y o sociedad. Los términos que a menudo se asocian con la innovación son idea e invención. invención o invención debe distinguirse porque aún no ha sido explotada y utilizada como un logro creativo de una nueva solución de problemas en comparación con la innovación. Es exactamente lo mismo con la idea de que un pensamiento creativo es algo nuevo. (Hengsbergar, 2019)

### **Pyme:**

- Pequeña o mediana empresa comercial, industrial o de otro tipo, compuesta por determinado número reducido de empleados y con un moderado volumen de facturación.
- Empresa pequeña o mediana en cuanto a volumen de ingresos, valor del patrimonio y número de trabajadores.
- Las pequeñas y medianas empresas (PYME) son empresas que mantienen ingresos, activos o una cantidad de empleados por debajo de cierto umbral. Cada país tiene su propia definición de lo que constituye una pequeña y mediana empresa (PYME). Deben cumplirse ciertos criterios de tamaño y, ocasionalmente, también se tiene en cuenta la industria en la que opera la empresa. (Liberto, 2019)

**Tecnología:**

- Conjunto de teorías y de técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico.
- Conjunto de los instrumentos y procedimientos industriales de un determinado sector o producto.
- La tecnología es una respuesta al deseo del hombre de transformar el medio y mejorar su calidad de vida. Incluye conocimientos y técnicas desarrolladas a lo largo del tiempo que se utilizan de manera organizada con el fin de satisfacer alguna necesidad. (Roldán, Paula Nicole, 2020)
- La tecnología se puede definir como el conjunto de conocimientos propios de un arte industrial, que permite la creación de artefactos o procesos para producirlos. Cada tecnología tiene un lenguaje propio, exclusivo y técnico, de forma que los elementos que la componen quedan perfectamente definidos, de acuerdo el éxito adoptado para la tecnología específica. (Cegarra Sánchez, 2012)

**Globalización:**

- Difusión mundial de modos, valores o tendencias que fomenta la uniformidad de gustos y costumbres.
- Proceso por el que las economías y mercados, con el desarrollo de las tecnologías de la comunicación, adquieren una dimensión mundial, de modo que dependen cada vez más de los mercados externos y menos de la acción reguladora de los Gobiernos.
- La globalización es un proceso histórico de integración mundial en los ámbitos económico, político, tecnológico, social y cultural, que ha convertido al mundo en un lugar cada

vez más interconectado. En ese sentido, se dice que este proceso ha hecho del mundo una aldea global. (Significados.com, 2019)

- Según el Comité para la Política de Desarrollo (un órgano subsidiario de las Naciones Unidas), desde un punto de vista económico, la globalización puede definirse como: "(...) la creciente interdependencia de las economías mundiales como resultado de la creciente escala de la cooperación comercio fronterizo de productos y servicios, el flujo de capital internacional y la amplia y rápida difusión de tecnologías. Refleja la continua expansión y la integración mutua de las fronteras del mercado (...) y la creciente importancia de la información en todo tipo de actividades productivas y la comercialización son las dos principales fuerzas impulsoras de la globalización económica. (Youmatter, 2020)
- La globalización puede entenderse de forma general como la creciente interdependencia entre países, culturas y sociedades. La Real Academia de la Lengua (RAE) define el término como la “tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales”. (Finanzas.com, s.f.)

### **Permanencia:**

- Acción de permanecer en un mismo lugar, estado, condición o situación.
- Perdurabilidad, eternidad, infinitud, perennidad o un transcurso firme, perseverancia, estabilidad, constancia o inmutabilidad.

### **Mercado:**

- Sitio público destinado permanentemente, o en días señalados, para vender, comprar o permutar bienes o servicios.
- Conjunto de operaciones comerciales que afectan a un determinado sector de bienes.

- Conjunto de consumidores capaces de comprar un producto o servicio.
- El mercado es un ente que relaciona el individuo que busca un bien, producto o servicio con el individuo que lo ofrece. De igual forma, mercado es el lugar físico o virtual al que concurren vendedores y compradores para hacer transacciones, siguiendo los principios de la oferta y la demanda El término mercado viene del latín “mercatus” que significa mercado o tráfico. (Significados.com, 2019)

**Economía:**

- Ciencia que estudia los recursos, la creación de riqueza y la producción, distribución y consumo de bienes y servicios, para satisfacer las necesidades humanas.
- Administración organizada, moderada y cuidadosa del dinero o los bienes de una persona, una empresa, una sociedad u otra colectividad. (Real Academia Española, 2020)

**Entrevista:**

- Acción y efecto de entrevistar o entrevistarse.
- Visita, concurrencia y conferencia de dos o más personas en lugar determinado, para tratar de resolver un negocio o asunto. (Real Academia Española, 2020)

**Fondos de capital privado**

Duque (Citado en Correa y Uribe, 2013). En los fondos de capital privado (en adelante FCP) se pueden definir como vehículos de inversión que permiten otorgar inyecciones de capital de origen privado a empresas y proyectos objeto de financiación, son gestionados por firmas especializadas que cuentan con un equipo que tiene una trayectoria demostrada en la gestión de FCP o con conocimientos avanzados en temas financieros y de operación en empresas de



diferente índole, y en donde la administración de los recursos de los inversionistas se debe realizar a través de una compañía fiduciaria o una comisionista de bolsa ( (Duque Ospina, 2018)

### **Programas de apoyo del Gobierno a pymes e incentivos no monetarios**

Las Pymes colombianas enfrentan retos que no siempre están relacionados con aspectos económicos. En sus etapas tempranas, requieren de apoyo para constituirse legalmente y formalizarse, de modo que puedan insertarse en el ecosistema empresarial. Luego necesitan de acompañamiento en diferentes temas financieros y de mercadeo para consolidar sus negocios, y posteriormente en innovación, para generar productos y servicios sofisticados que además, les permitan competir en mercados internacionales.

Es por ello que el Gobierno Nacional ofrece diferentes alternativas y programas para que estas empresas enfrenten y superen esas debilidades, reconozcan las oportunidades que les ofrece el mercado, encuentren socios con los cuales puedan sacar adelante sus proyectos y tengan un crecimiento sostenido que finalmente, es a lo que todas deberían apostarle. Según Bancolombia, el Gobierno Nacional a través de diferentes entidades y ministerios ofrece a las micro, pequeñas y medianas empresas acceso a programas de capacitación, asesoría y relacionamiento con el fin de apoyar su crecimiento y mejorar su productividad. (Bancolombia, 2019)

### **Entidades que ayudan a la carrera de los nuevos emprendedores en Colombia**

Para cualquier emprendedor es clave que en algún momento reciba el impulso que lleve su proyecto al siguiente nivel, que le permita pasar de una buena idea a un verdadero negocio, producto o servicio sostenible. Esta es una selección de algunas entidades, redes y asociaciones a las que quizás valga la pena tocar la puerta para entrar a las ligas mayores del emprendimiento y

la innovación en Colombia.

## 2.2 Marco contextual:

Según (Nu. Cepal, 2011). El marco legal de las políticas públicas recientes en Colombia está dado por la ley 590 de julio de 2000, actualizada y modificada por la ley 905 de agosto de 2004. De acuerdo a esta última, la definición de la pyme está ligada a toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rurales o urbanos. Igualmente la ley define tres grandes categorías según el número de trabajadores y el tamaño de los activos que posea: la mediana va de 51 a 200 trabajadores y activos totales entre 5001 y 30.000 salarios mensuales legales vigentes, la pequeña va de 11 a 50 trabajadores y tiene activos totales entre 501 y 5000 salarios mensuales legales vigentes y la microempresa es menor a 10 trabajadores con activos menores a 500 y salarios mensuales legales vigentes. Tabla número 1, Tamaño de empresas según la ley 905 de 2004.

**Tabla 1. Tamaño de empresas según la ley 905 de 2004**

Tamaño	Número de trabajadores	Valor de activos en SMLV
Microempresa	Menor a 10	Menor a 500
Pequeña Empresa	Entre 11 y 50	501 y menor a 5.000
Mediana Empresa	Entre 51 y 200	5.001 a 30.000

**Fuente: Elaboración propia**

La pequeña y mediana empresa se ha constituido en objeto central de estudio de la teoría administrativa, según la Universidad de Pamplona con estudios realizados afirma que la historia

empresarial de Colombia del siglo XIX, existen varios personajes y acontecimientos decisivos, que aportaron circunstancias favorables para los negocios, permitiendo irrigar capital hacia a la economía al ser fuente de generación de riquezas y desarrollo de regiones del territorio nacional. A partir de los años noventa se tomó conciencia del gran número de empresas pequeñas que en forma dispersa, desprotegida y desconocida estaban contribuyendo a la producción nacional. Hoy en día la gran importancia de la pequeña y mediana empresa es una realidad plenamente aceptada en Colombia y en los demás países, grandes y pequeños. En todos los países el mayor porcentaje de la producción y el empleo, proviene de las denominadas Pymes o Mipymes si se incluyen las microempresas.

Cabe resaltar que así como cada ser humano es único, también cada empresa lo es desde que nace se distingue de otra, su establecimiento tiene características singulares, generalmente impresas por su fundador. En la historia empresarial de Colombia, encontramos ejemplos de empresas pioneras que se han consolidado a través de un siglo de existencia; como Azúcar Manuelita, Banco de Bogotá, Colseguros, ETB, Bavaria, Postobón, Carvajal, Carulla, Coltejer, y Avianca.

Estas grandes empresas a lo largo de su historia en el mercado, se han incorporado en la búsqueda de nuevas estrategias de innovación y resurgimiento para seguir conservando su permanecía en el mercado y ser un ejemplo a seguir para los nuevos emprendedores.

### **2.3 Marco legal:**

A la hora de crear nueva empresas es necesarios tener en cuenta el tema legal, ya que gran mayoría de los nuevos emprendimiento fracasan porque incurren en el incumplimiento de una serie de requisitos legales que son de obligatorio cumplimiento al momento de crear una nueva

ida de negocio o lo que también se podría llamarse un nuevo emprendimiento. El tema legal es de suma importancia para poder crear una nueva empresa al margen de la ley, y en vista de que gran porcentaje de pequeñas y medias empresas en Colombia incurren en el incumplir algunos de estos requisitos, y que esto ocurre generalmente por falta de conocimiento e información necesaria y oportunidad. Motivo por el cual son sometidas a sanciones y altas multas; las cuales pueden llegar a ser tan elevadas que las pequeñas y medias empresas no cuentan con la capacidad financiera para afrontarlas; hasta tal punto que en muchos de los casos conlleva a que las empresas deban ser cerradas definitivamente.

Teniendo encuentra que este es uno de los principales factores que conlleva al fracaso a las pequeñas y medianas empresas, para conocer mejor cuales son estos requisitos que se deben conocer y cumplir al momento de crear nueva empresa, se tomara como fuente principal la página oficial de la Cámara de Comercia de Medellín para Antioquia. Ya que esta cuenta con un apartado donde se define detalladamente cada uno de estos.

Según la (Cámara de comercio de Medellín, 2020). Legalmente hablando hay una serie de requisitos que se deben cumplir a cabalidad al momento de crear nueva empresa:

### **1. No tener multas con las autoridades**

Si se tienen, tendrás que ponerte al día en el pago de las multas que te hayan sido impuestas por infracciones al nuevo Código Nacional de Policía y Convivencia. Hay que tener en cuenta que las multas con vencimientos superiores a los seis (6) meses, impiden obtener el Registro Mercantil en la Cámara de Comercio. Por tal razón de debe verificar la situación en el Sistema de Registro Nacional de Medidas Correctivas en el sitio web.

## **2. Definir cómo se va a matricular**

Elegir una de las formas jurídicas para realizar las actividades comerciales, tienes dos opciones, persona natural o persona jurídica.

- Persona natural: Es cuando la actividad comercial la ejerce una persona a nombre propio
- Persona jurídica: es una figura en la que el negocio es una sociedad que funciona con patrimonio independiente al de sus accionistas. Siempre necesita de un representante legal quien actúa en nombre de la sociedad.

## **3. Tener un nombre para el negocio**

Consultar su disponibilidad, es decir, que no haya sido registrado por otra empresa o comerciante. Verifica si el nombre que deseas registrar no está siendo utilizado por una persona jurídica o establecimiento de comercio ya matriculado. Recuerda que la naturaleza de la persona jurídica, como Limitada, Anónima, Comandita, no son distintivos para la selección del nombre. El Código de Comercio, en su artículo 35 prohíbe a las cámaras de comercio matricular comerciantes o establecimientos con el mismo nombre de otros ya inscritos. Si después de consultar el nombre, no se encuentra coincidencias, significa que está disponible, podrás usarlo y continuar con el siguiente paso del proceso de matrícula. La respuesta al control de homonimia que realizas es inmediata.

## **4. Verifica que esté permitido desarrollar la actividad en ese lugar**

Antes de comprar o arrendar el lugar donde se va a tener el negocio, verifica que allí esté permitido desarrollar la actividad. La solicitud de uso de suelos indica si en una dirección específica se puede ejercer o no determinada actividad. Lo anterior depende del Plan de ordenamiento territorial – POT - que determina el uso y la destinación de un inmueble según su

ubicación. Realiza esta consulta en:

- Cualquiera de las curadurías del municipio donde se encuentre ubicado el establecimiento o en la secretaría de planeación respectiva.
- Si el establecimiento corresponde al Municipio de Medellín, se puede ingresar a [www.medellin.gov.co/MapGIS/web/swf/MAPGIS\\_FLEX.jsp](http://www.medellin.gov.co/MapGIS/web/swf/MAPGIS_FLEX.jsp) opción Medellín SITE Utilidades Informe Usos Suelo.
- Consultar con la Secretaría de Salud, si el negocio necesita el visto bueno y debe ser visitado
- Consulta con la secretaría de salud del municipio, si requieres que el establecimiento sea visitado por sus funcionarios, ellos determinan si inspeccionan el lugar según la actividad que realices. Comunícate en Medellín al 444 41 44 o con la alcaldía del municipio donde esté ubicado el negocio.

### **5. Verificar el código de la actividad económica**

El Código CIIU es la Clasificación Industrial Internacional Uniforme y tiene como propósito agrupar todas las actividades económicas similares por categorías lo cual facilita el análisis estadístico y económico empresarial. Recuerda verificar que la actividad no requiera de autorización para su ejercicio (actividades financieras, actividades de vigilancia y seguridad privada, corredores de seguros entre otras).

### **6. Verificar si se es beneficiario de la ley de emprendimiento juvenil**

Esta ley tiene por objeto promover el empleo y el emprendimiento juvenil, a continuación, te contamos cuáles son los requisitos para acceder a los beneficios:

- Si es persona natural, el comerciante debe entre 18 y 35 años.
- Si es persona jurídica, la empresa debe tener participación de uno o varios socios o accionistas que tengan entre 18 y 35 años, y representen como mínimo la mitad más una de las cuotas, acciones o participaciones en que se divide el capital.
- La empresa debe tener hasta 50 trabajadores.
- Los activos no pueden superar los 5.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

### **7. Diligenciar el formulario pre RUT para trámite en Cámara**

Este documento asigna el número que identifica, ubica y clasifica a las personas y entidades sujetas a obligaciones con la DIAN. Para solicitarlo, debes seleccionar el código CIU de la actividad económica y los códigos de responsabilidad para determinar los pagos que debes hacer ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. Ingresa a [www.dian.gov.co](http://www.dian.gov.co) opción RUT | inscríbese en el RUT | clientes que requieren inscripción ante Cámara de Comercio, y diligencia la información correspondiente. Ten en cuenta que el Pre-RUT deberá ser presentado de manera personal en las taquillas de la Cámara, por el comerciante o el representante legal de la persona jurídica con exhibición del documento de identificación y anexando copia del mismo. Consulta la guía Nro. 35 – Requisitos para la formalización del RUT.

### **8. Diligenciar el formulario RUES**

Si eres persona natural puedes diligenciar el formulario RUES (Registro Único Empresarial y Social, Cámaras de Comercio) a través de la plataforma virtual, para acceder a esta información se puede ingresar la link (<https://www.camaramedellin.com.co/servicios-registrales/mis-registros/registro-mercantil> ) Si se es persona jurídica el formulario se puede adquirir en cualquiera de las sedes de la Cámara.

## **9. Si se es persona jurídica**

De acuerdo al tipo societario que se selecciona, elaborar el documento de constitución de la sociedad con todos los requisitos legales establecidos para la inscripción. Adjunta fotocopia de cédula de todos los socios o accionistas con la carta de aceptación y fotocopia de cédula de representante legal, junta directiva y revisor fiscal (si los nombraste). Si cumples con los requisitos de la Ley 1780 de 2016, para la pequeña empresa joven, recuerda adjuntar los documentos necesarios para acceder a los beneficios. Haz clic aquí para mayor información. Registra los libros que te correspondan. Consulta la guía Nro. 28 Inscripción de Libros.

## **10. Dirigirse con la documentación requerida a cualquier sede de la Cámara**

La liquidación y pago de derechos de inscripción e impuesto de registro (para persona jurídica), se realiza al momento de la presentación de los documentos en las Taquillas de la Cámara, con base en las tarifas vigentes y teniendo en cuenta la información reportada en el proceso de matrícula. Para consultar las tarifas vigentes por derechos de inscripción y matrícula haz clic aquí. \*Recuerda que quien radique la documentación en las taquillas, deberá presentar su documento de identificación original vigente: cédula de ciudadanía o extranjería, copia y original del pasaporte o contraseña.

Al formalizar la empresa se están asumiendo nuevos retos y responsabilidades, por eso se debe saber qué:

- Entre el 1° de enero y el 31 de marzo, debe ser renovada la matrícula mercantil.
- Mes a mes realizar el pago del impuesto municipal de Industria y Comercio, recaudado por la alcaldía del municipio donde se va a ejercer la actividad si es persona natural, o al domicilio establecido en los estatutos que regulan la sociedad. Si se tiene vallas, avisos, tableros



o emblemas del negocio, realizar el pago del impuesto que genera esta publicidad.

- Si se desea, se puede solicitar la visita del Departamento Municipal de Bomberos para la inspección de prevención de incendios y seguridad humana en edificaciones.

También tener en cuenta las siguientes diligencias:

- Solicitudes de trámites ante el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos -INVIMA-
- Según las características del negocio, realizar la contribución correspondiente a los derechos de autor a través de las Sociedades de Gestión Colectiva o individual. Consulta e identifica en la Dirección Nacional de Derecho de Autor a cuál de estas entidades realizas la contribución por la utilización en el negocio de creaciones hechas por terceros como reproducción musical, videos, entre otros.
- Si se desea proteger la marca que identifica el producto o servicio, se puede registrar ante la Superintendencia de Industria y Comercio
- Consultar con la entidad competente en el municipio donde va a estar ubicado el negocio, los permisos, las autorizaciones y licencias ambientales entre otros trámites requeridos por la Ley para el uso, aprovechamiento o movilización de los recursos naturales renovables o para el desarrollo de actividades que afecten o puedan afectar el medio ambiente.

#### **2.4 Marco teórico:**

Las pymes en Colombia aportan un alto porcentaje de generación de empleo y crecimiento de la economía del país, sin embargo, muchas de estas pequeñas y medianas empresas fracasan en etapa temprana a causas de algunos factores; siendo el factor financiero el principal causante de estos fracasos, ya que al no contar con el musculo financiero se ven en la obligación de acudir

a créditos a tal punto de adquirir un alto endeudamiento y en muchos casos puede llegar a ser inadecuado.

Según (Sanclemente Sanclemente & Gómez Castrillón, 2017). En su repositorio, el estudio de las decisiones financieras en la empresa se ha centrado tradicionalmente en la elección entre recursos propios y endeudamiento, con el fin de establecer la estructura financiera óptima. Sin embargo, más recientemente, el interés se ha desplazado hacia las características de la deuda y, en especial, hacia su estructura de vencimientos.

En este sentido, habitualmente se ha considerado que la distribución de los vencimientos de la deuda entre el corto y el largo plazo debe corresponderse con el periodo de generación de efectivo de la firma. La relación observada entre el endeudamiento a largo plazo y el diferencial de tipos de interés es negativa. Las empresas no se preocupan por los aspectos fiscales asociados a la estructura de vencimientos de la deuda; en su lugar, recurren al endeudamiento a corto plazo con el fin de evitar el diferencial en los tipos de interés corto-largo plazo. Así, pueden disfrutar de un ahorro en costo. Por tanto, cabe esperar que el uso de deuda a corto plazo se fomente en aquellas empresas que puedan acceder a este tipo de financiación, cuando los tipos de interés del corto plazo sean significativamente inferiores a los tipos de interés a largo plazo, citado de (Gutiérrez 2010).

Así como el factor financiero es un punto clave para el desarrollo de las pymes en Colombia, la globalización también lo es ya que para el mundo empresarial actual se ha convertido en una herramienta fundamental para el desarrollo, el crecimiento y la permanencia de las empresas en el mercado, pero para que las organizaciones estén la capacidad de enfrentar los cambios que la globalización trae consigo, los grandes, medianos y pequeños empresarios

deben implementar una serie de estrategias enfocadas en todas esas áreas que cumplen un papel fundamental para que la actividad económica de la empresa sea desarrollada correctamente y pueda satisfacer las diferentes necesidades de los cliente.

Frente a este punto de vista Escribe: (Perilla Fontecha, 2015). Es importante tener un plan de mercadeo establecido que acoge las siguientes estrategias:

- **Estrategias de Crecimiento Intensivo:** Consisten en "cultivar" de forma intensiva los mercados actuales de la empresa.
- **Estrategia de penetración:** Está orientada a mercados y clientes existentes
- **Estrategia de desarrollo del producto:** Innovación y desarrollo de nuevos productos.
- **Estrategias de Crecimiento Integrativo:** Consiste en aprovechar la fortaleza que tiene una determinada compañía en su industria para ejercer control sobre los proveedores, distribuidores y/o competidores. En ese sentido, una compañía puede desplazarse hacia atrás, hacia adelante u horizontalmente.
- **Estrategias de Liderazgo de Mercado:** Son utilizadas por compañías que dominan en su mercado con productos superiores, eficacia competitiva, o ambas cosas.
- **Estrategia cooperativa:** Consiste en incrementar el tamaño total del mercado.
- **Estrategia competitiva:** Consiste en lograr una participación adicional en el mercado invirtiendo fuertemente
- **Estrategias de Reto de Mercado:** Son estrategias que las compañías pueden adoptar contra el líder del mercado
- **Estrategias de Nicho de Mercado:** Son utilizadas por los competidores más pequeños que están especializados en dar servicio a nichos del mercado y que los competidores más

grandes suelen pasar por alto o desconocen su existencia, citado de (Mora, 2010).

Las pymes en Colombia se han encargado de que la economía pueda tener diferentes horizontes, y para que estas se conviertan en empresas competitivas y estén en la capacidad de hacerle frente a la globalización y a todos sus cambios, deberían incluir dentro de sus estrategias alianzas con otras empresas que tengan productos y servicios similares para que se apoyen entre ellas y hacerle mayor fuerza a la economía, la producción y a los nuevos conocimientos que aporten competitividad y crecimiento al sector pyme.

## Capítulo 3. Diseño metodológico

### 3.1 Línea de investigación institucional

La línea de investigación institucional a la que se vincula la monografía es la Administración Estratégica y Desarrollo Empresarial, porque el tema central que se desarrollará en la trabajo es determinar las principales causas de fracaso de las pymes, el cual se considera que se articula dentro de la línea de investigación ya que esta línea es una herramienta clave para las organizaciones al momento de trazar sus metas a mediano y largo plazo con el fin de lograr su objetivo general; en esta se estudian todos los elementos y herramientas necesarias al momento de querer desarrollar una idea de negocio como por ejemplo; la determinación de la dirección del negocio y su situación actual, se investigan nuevas estrategias para lograr las metas trazadas.

En términos generales esta línea de investigación es enriquecedora y de gran ayuda para desarrollar la monografía ya que abarca temas centrales para dar solución a los empresarios con poca experiencia en temas administrativos, los aportes que hace la línea a las organizaciones son positivos porque con esta es posible crear un plan de desarrollo estratégico empresarial, en el cual se involucren los diferentes factores necesarios para que las organizaciones se posicionen y perduren en el mercado; algunos de estos factores son: investigación de mercado, estrategias de marketing, estudio de la competencia, estrategias de venta, estrategia financiera, responsabilidad social empresarial, proveedores, fuerza política, legal, cultural, tributarias, y clientes potenciales.

Si las organizaciones hacen buen uso de esta línea de investigación pueden llegar a crear un buen plan de desarrollo, con el cual logran hacer una adecuada reestructuración y mejora de sus procesos que traerá consigo mejores oportunidades de crecimiento y permanencia en el mercado.

### **3.2 Eje temático (Programa académico)**

El programa académico es Administración de empresas y el eje temático de la monografía aplica totalmente a este, ya que es un trabajo donde se mencionan temas que se abordan a lo largo del programa como lo es el tema legal al momento de crear empresa, la financiación de capital público o privado, conocimientos básicos sobre administración, estrategias de innovación para permanecer en el mercado, entre otros, que son fundamentales y que todo administrador de empresas debe conocer y manejar para desarrollar sus actividades, ya sea como admirador de su propio negocio o administrador de una empresas de un tercero.

### **3.3 Enfoque de investigación y paradigma investigativo (cualitativo, cuantitativo).**

Para llevar a cabo el desarrollo del diseño metodológico correspondiente a la monografía, la investigación se realizara a través de un enfoque cualitativo, ya que este se basa en la recolección de información por medio de diferentes fuentes que permitan identificar la realidad en la que se encuentra el objeto de estudio; que en este caso es determinar los principales factores de fracaso de las pymes del sector comercial del Sur del Valle de Aburra. Este modelo de estudio se considera adecuado para ser usado en este trabajo ya que este modelo permite usar el tipo de estudio descriptivo con el cual se pueden emplear diferentes formas para recolectar la información necesaria para desarrollar una investigación. Como por ejemplo entrevistas, encuestas, y diferentes textos informativos que contengan información sobre el tema principal de la investigación. (Herrera, Juan, s.f.)

### **3.4 Diseño (experimental, no experimental).**

El diseño de la monografía es no experimental porque en este diseño se hace el estudio de una situación real y de la cual se quieren analizar los datos para saber cómo se reacciona frente a dicha situación, fenómeno o problemática. (Francia Robles, 2019)

### **3.5 Alcance Descriptivo**

La monografía se categoriza dentro del alcance descriptivo porque con este tipo de estudio lo que se pretende hacer dentro de una investigación es describir el panorama de algún fenómeno o problemática, por tal razón se pretende realizar una serie de visitas a determinadas empresas del sector elegido para desarrollar el proyecto, con la finalidad de hacer entrevistas a los administradores de dichas empresas, con estas entrevistas se busca conocer detalladamente cuales han sido los retos a los que se han debido enfrentar estas microempresarias en cada una de las diferentes etapas que conlleva montar una empresa y que desde su experiencia describan cuáles son esos principales factores que se encargan de que una empresa permanezca en el tiempo o por el contrario que se encargan de que una pyme fracase y debe ser cerrada.(Francia Robles2019).

También se tomarán otras fuentes de información que estén relacionadas de manera directa o indirecta con el tema central del trabajo de grado y sirvan de apoyo para llevar a cabalidad el desarrollo del proyecto, como por ejemplo; libros, artículos, trabajos de grados y las entrevistas que se realizaran a los doce administradores de las empresas que serán elegidas como población.

### **3.6 Población.**

La población que se elegirá para desarrollar el diseño metodológico del proyecto serán los municipios del Sur del Valle de Aburra (Caldas, La Estrella, Sabaneta y Envigado) ya que estos se caracterizan por contar con un gran número de empresas del sector comercial que es el sector donde estará enfocada la investigación. Partiendo de esta información se elegirán tres (3) empresas por municipio para un total de doce (12) empresas, se elegirán pymes que lleven buen tiempo en el mercado y estén bien posicionadas, también se elegirán otras pymes que aún no lo estén. Esto con el objetivo de obtener mayor información de ambas y poder hacer un comparativo para identificar si con el transcurrir de los años se siguen cometiendo los mismos errores al momento de crear empresa e identificar si se incurren en nuevos errores.

### **3.7 Tamaño de muestra.**

La muestra seleccionada para desarrollar el diseño metodológico de la monografía son cuatro municipios; Caldas, La Estrella, Sabaneta y Envigado. En cada uno de estos municipios se eligieron como máximo de tres empresas para realizar las visitas deseadas para obtener mayor cantidad de información sobre cuales con los principales factores de fracaso que han tenido que enfrentar estas pymes a lo largo de su permanencia en el mercado. Tabla número 2, empresas seleccionadas para la muestra.



**Tabla 2. Empresas seleccionadas para la muestra**

<b>Empresa</b>	<b>Municipio</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>
Agropecuaria Del Sur Ltda. En Liquidación	Caldas	CALLE 129 SUR 49 56 LC 101	3146329948
Distribuciones Ofisex S A S	Caldas	CALLE 131 SUR 50 46 LC 101	3176425135
Bandas Y Muelles Del Sur S A S	Caldas	CARRERA 45 129 SUR 58	(4)3387430
Greens Services S A S	La Estrella	CALLE 75AB SUR 52 D 71 IN 046	3136123461
Ipauta S A S	La Estrella	CARRERA 50 E 77 D SUR 12 CS 2	3008175469
Capnova S A S	La Estrella	CARRERA 48 98 A SUR 500	3165212582
Fundación Fastrack Instituto Medellín	Sabaneta	CARRERA 43 44 60	(4)3068181
Smg System S A S	Sabaneta	CARRERA 48 48 A 13	3206657586
Herhur S A S	Sabaneta	CARRERA 42 24 96	3137326816
Inversiones Imprima SAS	Envigado	Cl. 49 Sur # 43A – 258	4481405
Aval Red S A S	Envigado	CARRERA 48 26 SUR 181 OF 206	3113177777
Servicio Completo S A S	Envigado	CARRERA 46 48 C SUR 40	(4)3312270

**Fuente: elaboración propia**

### **3.8 Fuentes, Técnicas e instrumentos de recolección de información y datos.**

La técnica de recolección de información que se utilizaran será la verbal, esta se realizará por medio de entrevistas que se realizaran a las empresas que fueron seleccionadas para definir la población y la muestra de la monografía, también se utilizara la escrita utilizando diferentes fuentes de información como; libros, artículos y trabajos de grados, esto con el objetivo de tener

mayor cantidad de información y rescatar la que sea considera importante para desarrollar la monografía.

### **3.9 Análisis y tratamiento de datos.**

#### **Entrevista**

Para desarrollar la monografía, se definió realizar una serie de entrevistas dirigidas a los administradores de cada una de las doce (12) empresas que fueron elegidas como muestra para desarrollar este trabajo, dicha entrevista está conformada por diez preguntas abiertas y cerradas con las que se pretende poder conocer desde la experiencia personal de cada uno de estos pequeños y medianos empresarios, como es el panorama en general de las pymes en cuanto a conocimiento sobre los programas y entidades de apoyo que ofrece el gobierno para las pymes para impulsar su desarrollo y permanencia en el mercado, también se desea conocer un poco sobre cuáles son las estrategias que han implementado para sacar adelante su negocio en cada una de las etapas que debe atravesar un empresario y poder permanecer en el mercado.

#### **Preguntas Cerradas**

1. Dado el panorama actual que atraviesa la economía del país, ¿considera usted la posibilidad de acceder a créditos para solventar los gastos de su empresa?
  - Si
  - No
  - Tal vez

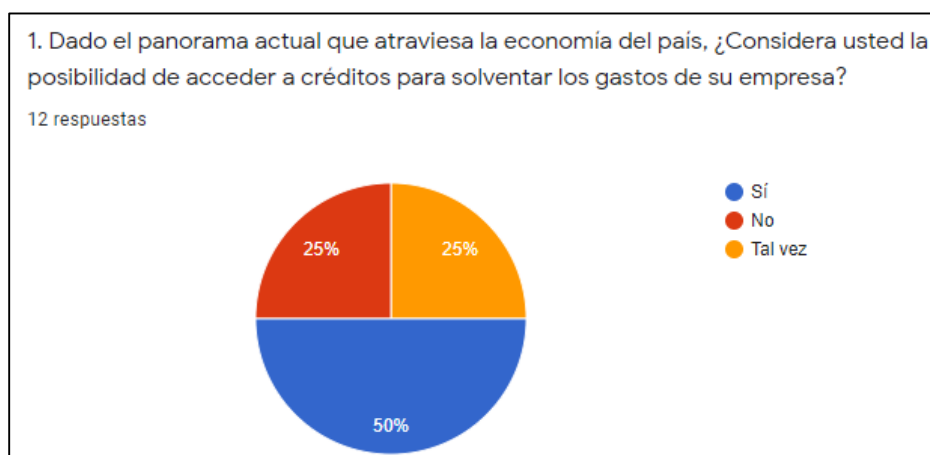
2. ¿Considera usted que los actuales planes de apoyo que ofrece el gobierno para la creación de nuevas pymes están bien dirigidos y ayudan a subsanar sus necesidades como pequeño o mediano empresario?
- Si
  - No
  - Tal vez
3. ¿Conoce usted cuales con los planes de apoyo?
- Si
  - No
  - Menciónelos
4. ¿Al iniciar su emprendimiento, tenía conocimiento sobre las diferentes entidades que brindan apoyo para obtener financiamiento a los pequeños y medianos empresarios?
- Si
  - No
5. ¿en algún momento se ha visto en la necesidad de acudir a alguna de las entidades que ofrecen apoyo a las pymes, y bajo qué circunstancia?
- Si
  - No
  - Bajo que circunstancia
6. ¿Cuenta usted con los recursos financieros para implementar nuevas herramientas tecnológicas y que ayuden a mejorar los diferentes procesos de su empresa?

- Sí
- No
- Otro

### Preguntas abiertas

7. ¿Según su experiencia como empresario, cual considera usted que ha sido el principal reto que ha tenido que enfrentar para sostener la empresa en cada una de sus etapas?
8. ¿Durante la permanencia de su empresa en el mercado, cuáles han sido las estrategias que ha implementado para fidelizar a sus clientes? Describa cada una de ellas
9. ¿Teniendo en cuenta que el país ha adoptado una economía globalizada, que ha hecho usted en su empresa para vincularse a esta nueva economía?
10. ¿De qué manera ha implementado usted la innovación para mejorar su producto o servicio y atraer nuevos clientes?

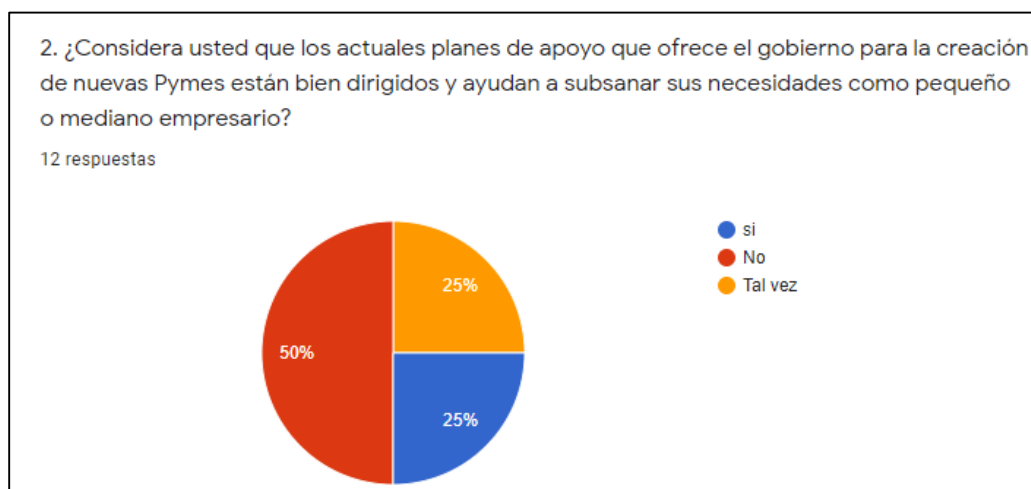
**Figura 1. Gráfica Pregunta No. 1**



**Fuente: elaboración propia**

**Análisis:** a pesar de que la situación actual economía del país no es la más favorable debido a la contingencia por la cual se está atravesando actualmente a causa del COVID-19, es muy importante resaltar que del 100% de los doce empresarios entrevistados de pequeñas y medianas empresas del sur del valle de aburra, un 50% aún siguen considerando la posibilidad de acceder a créditos para solventar sus gastos, como se evidencia la gráfica número uno, mientras que un 25% respondió que no y el otro 25% respondió que tal vez.

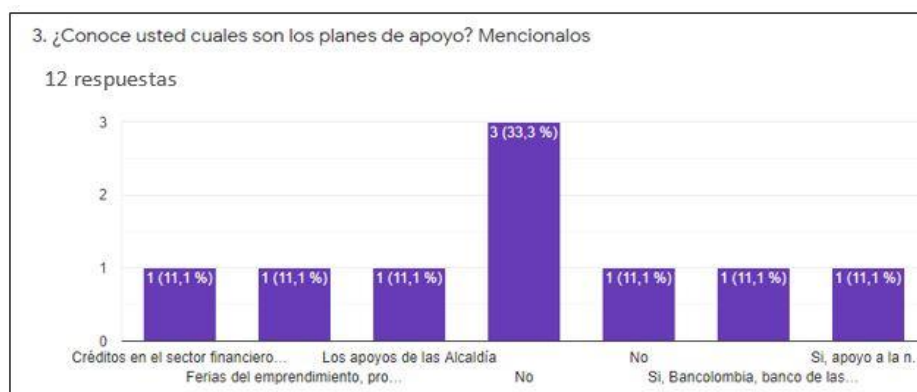
**Figura 2. Gráfica Pregunta No. 2**



**Fuente:** elaboración propia

**Análisis:** Los resultados de la gráfica dos arrojan que el mayor porcentaje de los empresarios entrevistados con un 50%, manifiestan que los planes de apoyo que ofrece el gobierno para la creación de nuevas pymes si son bien dirigidos y están en la capacidad de alivianar sus necesidades, mientras que un 25% responde que no y el otro 25% dice que tal vez. Estos porcentajes arrojan que el gobierno está cumpliendo con su propósito de impulsar las pymes para inicien sus actividades en el caso de las nuevas y en el caso de las ya existente que no corran el riesgo de fracasar y perder su inversión.

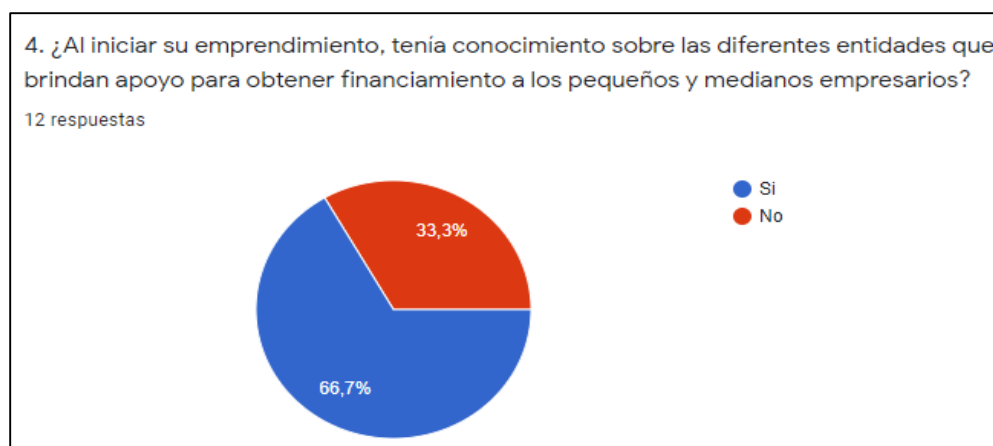
**Figura 3. Gráfica Pregunta No. 3**



**Fuente: elaboración propia**

**Análisis:** aproximadamente un 55.7% responde que si conoce los planes de apoyo que ofrece el gobierno para las pymes y mencionan algunos de ellos, el 44.3% que dicen que no; la gráfica tres al igual que la uno y la dos demuestra que es mayor el porcentaje de las pymes en Colombia que conocen las diferente ayudas que ofrece el gobierno.

**Figura 4. Gráfica Pregunta No. 4**



**Fuente: elaboración propia**

**Análisis:** gran porcentaje de las pymes colombianas manifiestan que cuando fueron a iniciar sus labores si tenían conocimiento de las entidades que brindan apoyo financiero, ya que del 100% de las empresas que se entrevistaron el 66.7% respondieron que si a la respuesta de la gráfica cuatro, y 33.3% restante respondió que no tenían conocimiento.

**Figura 5. Gráfica Pregunta No. 5**



**Fuente:** elaboración propia

**Análisis:** en la gráfica número cinco se hace referencia a las necesidades que han tenido las pymes de acudir a alguna de las entidades públicas o privadas del Estado, donde del 100% de las empresas entrevistadas el 75%, responde que si han tenido que acudir alguna de estas para obtener capital inicial, mientras que un 25% responde que nunca han tenido la necesidad de acudir alguna de las entidades.

**Figura 6. Gráfica Pregunta No. 6**



**Fuente:** elaboración propia

**Análisis:** la tecnología es un factor clave para el desarrollo de las pymes, sin embargo, los resultados de la gráfica seis no son muy favorables ya que esta hace referencia la capacidad financiera que poseen las pequeñas y medianas empresas para invertir en herramientas tecnológicas para mejorar sus procesos; donde un 50% de las empresas responde que no dispone de este recurso, el 33% respondió que sí, y el 16.7 respondió que en algunas ocasiones.



Tabla 3. Resumen de preguntas

Preguntas cerradas							
No.	1. Dado el panorama actual que atraviesa la economía del país, ¿Considera usted la posibilidad de acceder a créditos para solventar los gastos de su empresa?	2. ¿Considera usted que los actuales planes de apoyo que ofrece el gobierno para la creación de nuevas Pymes están bien dirigidos y ayudan a subsanar sus necesidades como pequeño o mediano empresario ?	3. ¿Conoce usted cuales son los planes de apoyo? Mencionalos	4. ¿Al iniciar su emprendimiento, tenía conocimiento o sobre las diferentes entidades que brindan apoyo para obtener financiamiento a los pequeños y medianos empresarios ?	5. ¿En algún momento se ha visto en la necesidad de acudir a alguna de las entidades que ofrecen apoyo a las Pymes? ¿Bajo qué circunstancia?	6. ¿Cuenta usted con los recursos financieros para implementar nuevas herramientas tecnológicas y que ayuden a mejorar los diferentes procesos de su empresa?	
Respuestas							
1	Tal vez	No	No	Si	No		Tal vez
2	Sí	No	No	Si	No		No
3	Sí	Tal vez	si, Las ayudas que brinda la alcaldía	Si	Si	No contaba capital para iniciar con el negocio	En ocasiones eso es Dependiendo de la economía de la empresa
4	Sí	si	Los apoyos de las Alcaldía	Si	Si	No contaba con el suficiente dinero para iniciar mi empresa	Depende de la economía de la empres
5	Tal vez	si	Ferias del emprendimiento, programas que realiza la alcaldía, ferias universitarias	No	Si	Tener más capital y poder invertir en otros productos	En ocasiones
6	Tal vez	No	No	No	Si	Préstamo	No
7	No	No	No	Si	No		No

8	Sí	si	Si, Bancolombia, banco de las oportunidades, ferias del emprendimiento	No	Si	Obtener más dinero para iniciar mi negocio	No
9	Sí	No	Créditos en el sector financiero, Bancóldex, fondo emprender, fundación para el desarrollo sostenible, adicional los planes de las diferentes gobernaciones y alcaldías municipales	Si	Si	Falta de capital para poder operar y compra de activos que faciliten el desarrollo de la actividad económica	No
10	Sí	Tal vez	Falta de capital para operar y compra de activos que faciliten el desarrollo de la actividad económica.	Si	Si	Reducción de ventas, fue necesario para pagar nomina	No
11	Tal vez	Tal vez	No	Si	No		Sí
12	Sí	No	Si, apoyo a la nómina pymes, devolución del IVA	Si	Si	Financiamient o capital de trabajo	Sí
<b>Preguntas abiertas</b>							
No.	<b>1. ¿Según su experiencia como empresario, cual considera usted que ha sido el principal reto que ha tenido que enfrentar para sostener la empresa en cada una de sus etapas?</b>		<b>2. Durante la permanencia de su empresa en el mercado, cuáles han sido las estrategias que ha implementado para fidelizar a sus clientes?</b>	<b>3. ¿Teniendo en cuenta que el país ha adoptado una economía globalizada, que ha hecho usted en su empresa para vincularse a esta nueva economía?</b>		<b>4 ¿De qué manera ha implementado usted la innovación para mejorar su producto o servicio y atraer nuevos clientes?</b>	
<b>Respuestas</b>							
1	poder generar ventas constantes que ayuden a sostener el negocio		la calidad, y un muy buen servicio	en el caso de mi empresa se utilizan las redes sociales para llevar nuestro producto a mas clientes de una manera más rápida y efectiva		experimentando con nuevos materiales, diversificando el portafolio de productos y servicios y tratando de utilizar la internet lo más que se pueda	
2	Reto digital y la fidelización de los clientes.		Servicios postventa, asesoría y acompañamiento continuo.	Exportar mis productos y actualmente estoy tratando de importar accesorios que permitan mejorar mi tecnología.		Implementé el sistema hidráulico, esto genera rapidez, facilidad y mayor producción.	

3	Incremento de las ventas	Segmentación de clientes, buena publicidad y beneficios, descuentos y promociones	Romper barreras tecnológicas y adoptar redes de marketing	Buscar el cuidado del medio ambiente, buscar Renovación de recursos naturales
4	Que algunos clientes no valoran el trabajo que se hace y quieren el producto a muy bajo costo	Calidad y buen trato	Nada, apenas volvimos abrir	Cada día mejorando técnicas y procesos para darle a los clientes mejor calidad en sus estampados
5	El capital humano y de maquinaria	Brindar valores agregados a los productos y servicios que ofrecemos, implementar descuentos y manejar una buena calidad en ellos mismos	Implementación de nuevas redes de mercadeo	Adquirir nuevas tecnologías que me permitan interactuar mejor con el mercado y no quedar obsoleta
6	Mantener el crecimiento sostenible de la empresa. Productividad Debilidades en los controles administrativos y operativos Incrementos de costos Mejorar la Optimización de procesos	Conocimiento de los productos por parte del área comercial para una mejor experiencia para el cliente Mejora continua en el servicio al cliente Asesorías personalizadas y acompañamiento postventa	Estamos en una constante evolución en un proceso de innovación para la adaptabilidad que demanda el sector	Estamos en funcionamiento de canales virtuales y adaptación en las redes sociales, implementado nuevas tecnologías, ofreciéndole al nuestros clientes mejores posibilidades de adquisición del producto
7	La inversión tras el proceso de planeación y luego mantener un ROI realmente sostenible para la compañía.	Lo principal es la calidad del servicio o el producto, más lo de eso el marketing dedicado tras el análisis de datos	Los diferentes convenios de envío de exportación de productos han mejorado la expansión	Principalmente segmentar los clientes con nuestras bases de datos, para conocer cuáles se deben mantener, cuáles son prospectos o cuáles pueden desertar para tener estrategias más fuertes hacia ellos.
8	El factor financiero	Promoción y servicio postventa	Implementando estrategias de mercadeo	Mejorando los procesos de producción para agilizar los tiempos de entrega
9	Elaborar y mantener un plan estratégico de costos.	Innovación y propagación de los productos	Apalancarme de las redes sociales para hacer una mayor difusión de los productos	Invirtiendo en el área de investigación y desarrollo enfocándome en ser altamente eficaz y competitivo frente a las necesidades de todos y cada uno de mis clientes

10	El financiero	Hemos implementando la atención personalizada	Buscar clientes internacionales	Mejorando el proceso de producción
11	Mejora en los procesos productivos y administrativos	Acompañamiento continuo a los clientes, respondió con eficiencia las solicitudes de PQR	Buscar mercados potenciales que nos ayuden a tener mejor competitividad frente a la competencia	Dentro de nuestro sector económico ya que es de tecnología cada día salen nuevos sistemas software, están en constante cambios y actualizaciones se debe estar al margen con estos cambios continuos
12	Implementar nuevas tecnologías para mejorar el proceso de producción	Implementando la atención personalizada a la prestación del servicio, ya que cada cliente tiene diferentes decisiones.	Implementando estrategias para atraer clientes internacionales.	Mejorando las características del producto

***Fuente: elaboración propia***

**Análisis del resultado de respuestas :** las respuestas cerradas de la entrevista que se realizó, tenían como objetivo saber qué grado de conocimiento poseen las pymes sobre las entidades públicas y privadas que tiene destinadas el Estado para brindar apoyo de financiación, y si en algún momento han tenido que acudir a alguna de estas para cubrir sus necesidades; se considera que el resultado que arrojaron estas respuestas es positivo, ya que la gran mayoría de las empresas respondieron que si tienen conocimiento sobre dichas entidades y sus diferentes modalidades de apoyo, también manifestaron que si han tenido que acudir a estas, donde la principal causa ha sido para adquirir capital inicial. Sin embargo, es preocupante ver que aunque los pequeños y medianos empresarios colombianos cuentan con este apoyo de financiación, año tras año se sigue registrando un alto porcentaje de pymes que fracasan a causa del factor financiero.

Con respecto a las respuestas abiertas estas tenían como objetivos conocer cuáles han sido los principales retos que han tenido que enfrentar los pequeños y medianos empresarios, y cuales han sido esas estrategias que han implementado para permanecer en el mercado; haciendo una comparación entre las resueltas la gran mayoría respondió que el principal reto ha sido el financiero, ya que todas las respuestas de una u otra manera están relacionadas con este factor, ya que en las respuestas mencionaron como reto el incremento de costos, la implementación de nuevas herramientas tecnológicas, el incremento de las ventas, entre otros. Las estrategias más mencionadas que han implementado estas pymes para fidelizar a sus clientes, la mayoría son de marketing, donde han implementado el acompañamiento continúa, asesorías personalizadas, promociones y servicio postventa, y el valor agregado a sus productos y servicios; las estrategias utilizadas para innovar y vincularse la economía globaliza han sido la utilización de las redes sociales para ampliar el mercado local, alianza con empresas potenciales del mismo sector, identificar los tratados de libre comercio que favorece a la empresa y así poder exportar, mejorando el proceso de producción y la utilización de materiales que mejoren las características de los productos.

### **Matriz DOFA**

Todos los negocios sin importar su tamaño o actividad económica deben conocer cuáles son los factores claves internos y externos que afectan o benefician a la organización, por tal razón se realizó una matriz DOFA de las Pymes para identificar cuáles son sus oportunidades, fortalezas, amenazas y debilidades, esto con el objetivo de conocer mejor estos factores y estar en la capacidad de sacar el máximo provecho de los positivos y hacer frente a los negativos para posicionarse mejor en el mercado actual, puesto que es bastante exigente y competitivo al

tratarse de un mercado globalizado.

### **Oportunidades**

- Ingresar a nuevos mercados
- Herramienta para difundir conocimiento muy eficaz
- Fidelización de los clientes
- Habilidad para la innovación de productos

### **Amenazas**

- Entrada de competidores en el sector.
- Cambio constante en las necesidades y gustos de los compradores
- Cambios en las reformas tributarias.
- Escasez de financiera.

### **Fortalezas**

- Adaptación al cambio
- Ser una pyme reconocida en el mercado
- Comodidad para la adquisición de los productos y servicios
- Aumentar la atención e interacción con los clientes

### **Debilidades**

- Canales de distribución informales.
- Dificultades para el acceso de créditos y financiación
- Falta de capacitación empresarial
- Falta de innovación

A continuación, se realizará un análisis y cruces entre las variables que determinara si las

pymes están capacitadas o deben implementar estrategias para el desarrollo de su actividad y tener una perdurabilidad en el mercado. Tabla número 4, matriz DOFA.

**Tabla 4. Matriz DOFA**

<b>MATRIZ DOFA</b>		
<p><b>FACTORES INTERNOS</b></p> <p style="text-align: center;">➔</p> <p><b>FACTORES EXTERNOS</b></p> <p style="text-align: center;">⬇</p>	<p><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adaptación al cambio</li> <li>• Ser una pyme reconocida en el mercado</li> <li>• Comodidad para la adquisición de los productos y servicios</li> <li>• Aumentar la atención e interacción con los clientes</li> </ul>	<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Canales de distribución informales.</li> <li>• Dificultades para el acceso de créditos y financiación</li> <li>• Falta de capacitación empresarial</li> <li>• Falta de innovación</li> </ul>
	<b>FO</b>	<b>DO</b>
<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingresar a nuevos mercados</li> <li>• Herramienta para difundir conocimiento muy eficaz</li> <li>• Fidelización de los clientes</li> <li>• Habilidad para la innovación de productos</li> </ul>	<p>Conocer los puntos fuertes y las oportunidades de nuestro entorno servirá para realizar estrategias e ingresar a nuevos mercados, aumentar la atención e interacción de los clientes por medio de fidelizaciones y valores agregados que maneje la compañía y que de este modo se permita ver reflejada la economía y aumento de la productividad.</p>	<p>Es necesario considerar qué las Pymes puede verse amenazada por el entorno y las situaciones desfavorables, es por esto que se debe crear capacitaciones para el personal, tener accesos a créditos financieros y aumentar el consumo de los clientes, ingresando a nuevos mercados.</p>
	<b>FA</b>	<b>DA</b>
<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrada de competidores en el sector.</li> <li>• Cambio constante en las necesidades y gustos de los compradores</li> <li>• Cambios en las reformas tributarias.</li> <li>• Escasez de financiera.</li> </ul>	<p>Con la implementación de las capacitaciones al personal, se debe tener en cuenta la fidelización de los clientes, conociendo sus cambios y gustos del mercado para competir con las empresas del mismo sector.</p>	<p>Dado al panorama global, los mercados competitivos y canales de distribución informal, se debe aumentar más la interacción con clientes brindándole mejores oportunidades y mejoras a la hora de adquirir los productos y servicios.</p>

**Fuente: elaboración propia**

## Base de datos principales entes públicos y privados que brindan apoyo a las Pymes en Colombia

En Colombia existe gran cantidad de entidades públicas y privadas que a lo largo de la historia se han encargado de brindar apoyo de diferente manera a las pymes, esto con el objetivo de impulsar a los nuevos emprendedores a sacar adelante sus pequeñas y medianas empresas y que sean nuevos generadores de empleo, y por ende aporten crecimiento a la economía del país. El apoyo que estas entidades ofrecen a las pymes es principalmente de carácter financiero y educativo, donde estos nuevos emprendedores pueden aprender como iniciar su negocio y cómo actuar en cada una de sus etapas y estén en la capacidad de afrontar los diferentes factores o caudas que pueden generar que estos emprendimientos lleguen a fracasar y pierdan su inversión. Tabla número 5, Entes públicos y privados que brindan apoyo a las Pymes en Colombia.

**Tabla 5. Entes públicos y privados que brindan apoyo a las Pymes en Colombia**

Empresa	Ciudad	Dirección	Teléfono
INNpulsa Colombia	Bogotá	Calle 28 No. 13 A 15	(1) 7437939
Acopi	Medellín	Carrera 46 N° 56 – 11	403 92 30
Banco de las oportunidades	Bogotá	Calle 28 13A-15, Piso 38	(1) 486 3000
Bancamía	Bogotá	Carrera 9 No. 66 – 25 Piso 7	(1) 3077021
Banco de desarrollo de América Latina - CAF	Bogotá	Carrera 9ª No. 76–49 Piso 7	(1)3132311
Bancóldex	Bogotá	Calle 28 No. 13 A–15 pisos 38 al 42	(1) 3821515
Banco de los pobres- Medellín	Medellín	La Alpujarra, Calle 44 No. 52–165	385 55 55
Bancompartir	Itagüí	Cra. 49 No. 45-42	372 3139
Comfecámaras	Itagüí	Calle 48 N° 50-16 Parque Obrero Brasil	444 2344
Capitalina	Medellín	Cr.43 A # 9 Sur - 91, oficina 605	444 9070



Comfama	Medellín	Carrera. 48 # 20 - 34	216 29 00
Corporación Emprendedores Colombia – CEC	Bogotá	Calle 93 No. 49–36	(1) 6223955
Corporación Ventures	Bogotá	Carrera 7 # 116 – 50	317 511 1123
CREAME Incubadora de Empresas	Medellín	Carrera 46 # 56 - 11 Piso12	4446644
DIAN	Medellín	Av. El Poblado #16a Sur38	4936800
Endeavor Colombia	Bogotá	Calle 75 aa sur # 52e - 105	(1) 7452496
Findeter	Bogotá	Calle 103 No. 19-20	01-800-0116622
Fomentamos	Medellín	Calle 54 No. 46 – 83	2515334
Fondo de garantías de Antioquia-FGA	Medellín	Carrera 43A # 19 - 17	448 09 00
Fondo Emprender	Medellín	Centro de Desarrollo Empresarial SENA	
Fundación BBVA	Medellín	Diag. 40 # 34b sur - 1	5976373
Fundación Endeavor Colombia	Bogotá	Carrera 11 No. 86 - 60 Of. 603	(1) 7452496
Fundación para el desarrollo sostenible de Colombia – FUNDESCOL	Bogotá	Carrera 7 #32-33 Of. 20-03	313 8537059
HUBBOG	Bogotá	Calle 98 #18-71 Piso 2	(1) 6014826
Interactuar	Medellín	Cra. 45 No 26 - 175	45 0 8800
Microempresas de Colombia	Medellín	Calle 57A N° 48-31	6044666
HUBBOG	Sabaneta	CC Mayorca, Cl. 51 Sur #48-57	4481919
PROANTIOQUIA	Medellín	Carrera 43 A Nro. 1- 50	268 30 00
Promotora de Comercio Social	Medellín	Calle 57 No. 43-47	284 44 62
Proyecto GEM Colombia	Cali	Calle 18 # 122-135. Sector Pance	(2) 3212002
RUTA N	Medellín	Calle 67 N° 52-20, Piso 2 Torre A	516 77 70
SENA	Medellín	Carrera 46 #56-11 piso 6 y 7	5760000

*Fuente: elaboración propia*

### **INNpulsa:**

Es una agencia de emprendimiento e innovación del Gobierno Nacional, Promueven un ecosistema más articulado y conectado, donde se fortalezcan las iniciativas emprendedoras y se incentive la innovación en las empresas colombianas con el propósito de impulsar el desarrollo

económico del país. Ayudan a la financiación para emprendimientos de alto impacto y empresas innovadoras a través del desarrollo y articulación de un portafolio de financiación.

(Bancolombia, 2019)

### **Bancóldex:**

Acceso a líneas de crédito Bancóldex, se realiza la promoción de los servicios en las Pymes, a través de conferencias y portafolio de servicios financieros; realización de visitas individuales para orientación y asesoría y mejor utilización del portafolio; atención y asesoría personalizada a los empresarios; fortalecimiento del Programa de Pasantías en ciudades intermedias y se evaluará la presencia del Banco en los “MiCitios” del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, dado el nuevo enfoque de Bancóldex, (Bancolombia, 2019)

### **Cultura E:**

Es un programa promovido y financiado por la Alcaldía de Medellín que busca masificar la cultura del emprendimiento y dinamizar la economía de la ciudad mediante la creación de empresas innovadoras. Tiene distintos programas como el Banco de Oportunidades, el Fondo de Emprendimiento, programas de formación, proyectos de integración empresarial, semilleros y redes de microcrédito.

### **Fondo Emprender:**

Es un fondo de capital semilla creado por el gobierno nacional y que está adscrito al Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). Tiene como objetivo financiar iniciativas empresariales creadas por aprendices o asociaciones entre aprendices, practicantes universitarios o profesionales.

**Ruta N:**

Es una entidad creada por la Alcaldía de Medellín para promover el desarrollo de negocios innovadores basados en tecnología. En el caso de los emprendedores, les ofrece acceso a mercados, acceso a tecnologías, contactos clave, desarrollo de nuevos negocios, espacios físicos para trabajar, financiación, formación y asesorías en temas como propiedad intelectual.

**Creame:**

Es una incubadora de empresas creada por instituciones académicas, empresariales y gubernamentales, que ofrece programas de emprendimiento y modelos para la incorporación de las empresas en el mercado financiero y comercial global. CREAME opera en 80 municipios de 19 departamentos de Colombia.

**Universidades:**

Las Instituciones de Educación Superior en su mayoría ofrecen programas y proyecto de apoyo al desarrollo de proyectos e ideas de negocio de la población de estudiantes y comunidad. Cada universidad posee sus lineamientos para el desarrollo de este componente. En general las universidades tienen un centro de apoyo al emprendimiento y a la innovación, además, entre ellas crean redes y asociaciones que fomentan la investigación, el intercambio de experiencias y la conexión con el mundo empresarial.

**Cámaras de comercio:**

Las cámaras de comercio de cada ciudad tienen programas de apoyo, concursos y convocatorias destinadas a fomentar el emprendimiento, el comercio y la creación de empresas de distintos sectores. (BBVA, 2015)

**Acopi:**

Se encarga de mejorar la productividad de las Mipymes ejerciendo representatividad con fuerte reconocimiento en al menos 20 departamentos. Sus objetivos estratégicos son: Representación de los intereses de las Mipymes, Aumentar la productividad en las Mipymes, Fortalecimiento Institucional de Acopi.

**Banca de las oportunidades:**

Es un programa del Gobierno Nacional, administrado por Bancóldex, para promover la inclusión financiera en Colombia. Tiene como objetivo promover el acceso a servicios financieros a familias en pobreza, microempresarios, pequeña y mediana empresa y emprendedores con el fin de reducir la pobreza, promover la igualdad social y estimular el desarrollo económico en Colombia. Los proyectos de inclusión financiera se desarrollan con el apoyo de la “Red de Banca de las Oportunidades” conformada por bancos, compañías de financiamiento, cooperativas con actividad financiera, ONG microcrediticias y compañías de seguros.

**Bancompartir:**

Apoyo al micro- y pequeña empresa, brinda diferentes productos financieros, entre ellos servicios financieros para las Mipymes colombianas, busca obtener un alto cubrimiento y rentabilidad mientras contribuye al desarrollo sostenible de Colombia. Productos: Crédito en grupo solidario para microempresas, Crédito automático crediamérica, Microleasing, Créditos individuales, Crediamérica proveedores.

**Interactuar:**

Corporación de desarrollo empresarial sin ánimo de lucro, que mediante la creación y apoyo al empleo en Colombia mejora la calidad de vida de los empresarios y sus familias. Ofrece capacitaciones orientadas a temas de emprendimiento en belleza y alimentos, específicamente en panadería, para brindar a los beneficiarios los conocimientos y herramientas para iniciar un negocio que les permita generar nuevos ingresos para el sustento de su familia. Ofrece orientación de los conceptos básicos generales que el emprendedor debe conocer antes de la ejecución de su idea de negocio. (Gobernación de Antioquia, s.f.)

## Capítulo 4. Resultados y discusiones

Como se mencionó al principio de la monografía, se quería determinar cuáles eran las principales causas o factores de fracaso para las pymes, donde se encontró que los principales son: el financiero, la alta carga tributaria que se maneja en el país, la falta de educación financiera, el endeudamiento innecesario, la poca inversión en tecnología e innovación.

El aspecto financiero obedece a que muchas pyme no cuentan con acceso fácil a créditos, a causa del registro en sus estados financieros y activos totales son muy bajos, poca oferta crediticia y altos costos en los intereses.

La alta carga tributaria que se maneja en el país, ya que no es un secreto que la reforma tributaria de Colombia siempre ha generado una gran oposición con argumentos que critican el peso que esta atribuye para las personas que tiene empresa bajo la condición de persona natural.

La falta de educación financiera ya que esta es muy limitada y los pequeños y medianos empresarios basan la toma de decisiones en el poco conocimiento que poseen sobre administración.

El endeudamiento innecesario porque al no contar con una buena educación financiera no conocen la diferencia entre los intereses de la deuda a corto y largo plazo, y adquieren créditos que hace complejo el escenario crediticio para las Pymes colombianas, las transacciones realizadas son hechas usando dinero en efectivo y los avances en tecnología casi no se usan para mejorar la eficiencia en los negocios.

La poca inversión en tecnología e innovación, esta es de gran importancia para el desarrollo de su economía, permite la adaptación a las exigencias presentes de los mercados, pero al no invertir en la implementación de estas herramientas se convierten en pymes poco competitivas y pierden oportunidades de desarrollo y mejor posicionamiento en el sector.

En Colombia existen muchas entidades públicas y privadas que brindan apoyo financiero para las pymes con el objeto de que puedan minimizar los factores de fracaso mencionados anteriormente, algunas de estas son: Bancóldex, el banco de las oportunidades, las cámaras de comercio, fondo emprender, Comfecámaras, entre muchos más. Sin embargo, año tras año se siguió registrando un alto porcentaje de pequeñas y medianas empresas que fracasan en el país.

Con las entrevistas realizadas a las doce empresas que fueron elegidas como muestra, se evidencio que los pequeños y medianos empresarios si tienen conocimiento sobre los entes que ofrecen apoyo y también han acudido a estas para resolver sus diferentes necesidades como por ejemplo, la falta de capital inicial, la capacitación por medio de los programas de emprendimiento para promover la innovación, implementación de herramientas tecnológicas, adquisición de espacios físicos para trabajar, capacitación sobre cómo implementar estrategias de marketing para ampliar el mercado local, programas educativos sobre propiedad intelectual, entre otros.

Se evidencio que las pymes del sector comercial de sur del valle de Aburra implementan nuevas estrategias para conservar su permanencia en el mercado, la gran mayoría son estrategias de marketing, como fidelización de los clientes por medio de atención personalizada, servicio postventa, valor agregado a sus producto y servicios, campañas publicitarias entre otras.

## Capítulo 5.

### 5.1 Conclusiones

- Las Pymes son parte fundamental para el crecimiento económico de un país, aporta empleo e ingresos, por esta razón es importante la ayuda del Gobierno, brindando capacitación o acompañamiento a los ciudadanos que desean crear empresa, actualizándolos con temas relacionados, sobre el entorno social, económicos, políticos, tecnológicos, de innovación y como incluir en la globalización en todo aquello que haga que su negocio prospere y se mantenga con el paso de los años.
- El gobierno realiza programas para impulsar a las Pymes en sus diferentes actividades y proyectos, capacitando al emprendedor, con el apoyo de entidades como Bancóldex, FNG, Acopi, Pro Antioquía entre otras y a nivel departamental cuenta con ayuda de la cámara y entidades regionales que realizan capacitaciones de estrategias en temas logísticos, comerciales, para evitar que cada día sean menos las Pymes que fracasan.
- El aporte de este trabajo, se ve reflejado en la metodología diseñada para realizar la investigación como las pymes han venido adoptando en el mercado y los principales factores de fracaso, se realizaron entrevistas a diferentes empresarios del sector comercial del Sur del Valle de Aburrá acerca del comportamiento financiero, y el análisis de casos de empresas fracasadas. Es importante que las empresas cuenten con un plan de negocios ya que se van estudiando las posibles complicaciones que se puede sufrir la empresa y saber cómo actuar en el momento que se presente.



## **5.2 Recomendaciones**

Para el desarrollo este apartado de la investigación se tomó la solución del objetivo específico número cuatro de la monografía, ya que este objetivo se basa en la elaboración de un modelo de lecciones aprendidas que equivalen a las recomendaciones y se presenta a continuación:

### **Modelo de lecciones aprendidas**

Durante la realización de la monografía se tuvo la oportunidad de investigar en fuentes de información sobre cuáles eran las principales causas o factores de fracaso para las pymes en Colombia. En la mayoría se evidencio que las pymes fracasan principalmente porque no poseen un músculo financiero robusto, por falta de educación financiera, también por que al momento de iniciar la idea de negocios no se informan bien sobre temas tan importantes como lo es el tema legal y tributarios que deben asumir desde el momento en que se inicia un nuevo emprendimiento que este formalmente constituido.

Estas causas y muchas más son las encargadas del fracaso de gran porcentaje de las pymes en el país, razón por la cual se realizó un modelo de lecciones aprendiste durante la realización del proyecto, con el fin que puedan ser conocidas por nuevos emprendedores para que no cometan los mismos errores al momento de crear negocio.

**Tabla 6. Modelo de lecciones aprendidas**

<b>Modelo de Lecciones Aprendidas</b>		
<b>Nombre del Proyecto</b>	<b>Área</b>	<b>Fecha</b>
Las pymes en el sector Comercial en el Sur del Valle de Aburrá; principales causas de fracaso.	Administración de Empresas	Mayo del año 2020
<b>Descripción de la Situación</b>		
<p>En Colombia infortunadamente se registra un alto porcentaje de mortandad de pymes en etapas tempranas, ya que muchas fracasan al poco tiempo de estar en el mercado. Esta situación ocasiona que aumente el desempleo, y que la economía del país decrezca cada vez más por cada Pyme de que fracasa.</p>		
<b>Lección Aprendida</b>		
<b>1</b>	Realizar un plan de desarrollo con direccionamiento estratégico donde se defina con qué recursos cuenta el negocio y hasta donde se puede llegar con este, para tener una visión más amplia sobre los objetivos de la organización.	
<b>2</b>	Implementar un plan de negocio bien estructurado, donde se tengan en cuentas los diferente factores que pueden hacer que tu negocio fracase, para estar en la capacidad de planificar como afrontarlos	
<b>3</b>	Cuando se tiene una idea de negocio y se dispone del capital necesario para materializar dicha idea, es necesario conocer todo sobre el tema legal para no incurrir en incumplimientos que pueden generar sanciones innecesarias por falta de conocimiento.	

4	Tener presente que el gobierno cuenta con entidades que ofrecen programas de financiamiento de capital para las pymes, para que puedan continuar con el desarrollo de su negocio.
5	Invertir en tecnología para mejorar los procesos de la organización, ya que esta es un factor clave para que las empresas puedan mejorar y crecer.
6	Crear estrategias de mercado donde se incluya la incorporación a los mercados internacionales para obtener una visión global y consolidarse como una pyme competitiva.
7	La gestión financiera debe ser manejada de manera inteligente para que los recursos sean bien administrados, y no verse en apuros para cubrir las obligaciones de la organización.
8	Innovar constantemente para asegurar la fidelización de tus clientes permanentes y promover constantemente la captación de nuevos clientes.
9	Abstenerse de acceder al endeudamiento incensario, ya que nunca se sabe cuándo se presentará una situación que realmente lo amerite.
10	Asegurarse que tu negocio este formalmente constituido y cumpla todos los requisitos legales para llevar acabo su actividad económica.

*Fuente: elaboración propia*

## Referencias

- Alcaldía de Medellín. (15 de 9 de 2019). *Alcaldía de medellín*. Obtenido de Alcaldía de medellín: [https://www.medellin.gov.co/normograma/docs/codigo\\_comercio.htm](https://www.medellin.gov.co/normograma/docs/codigo_comercio.htm)
- Bancolombia. (04 de Julio de 2019). *Grupo Bancolombia*. Obtenido de <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios-pymes/actualizate/emprendimiento/programas-gobierno-apoyo-pymes>
- Bancolombia, P. (12 de Julio de 2018). *Bancolombia Portal Pymes*. Obtenido de Bancolombia Portal Pymes: <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios-pymes/actualizate/legal-y-tributario/todo-sobre-las-pymes-en-colombia>
- Barca, Eric. (Abril de 2011). *Innovación 100 consejos para inspirarla y gestionarla*. Obtenido de Innovación 100 consejos para inspirarla y gestionarla.: <https://www.marcialpons.es/media/pdf/innovacion-100-consejos-para-inspirarla-y-gestionarla.pdf>
- BBVA. (26 de Junio de 2015). *Entidades que apoyan a la creación de Pyme*. Obtenido de <https://www.bbva.com/es/25-entidades-te-ayudaran-carrera-emprendedor-colombia/>
- Cámara de comercio de Medellín. (2020). *Cámara de comercio de Medellín para Antioquia*. Obtenido de Cámara de comercio de Medellín para Antioquia: <https://www.camaramedellin.com.co/crear-empresa/crea-tu-empresa>
- Cegarra Sánchez, J. (2012). *La Tecnología*. Obtenido de La Tecnología: <https://books.google.com.co/books?id=0UccK9bD5gsC&printsec=frontcover&dq=que+es+la+tecnologia&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiP-tnk2LLpAhVMJt8KHUhiBLQQ6AEINjAC#v=onepage&q&f=false>
- Corma Canós, Francisco;. (2013). *Innovación, innovadores y empresa innovadora*. Obtenido de Innovación, innovadores y empresa innovadora: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=rrx06ijAql8C&oi=fnd&pg=PR11&dq=que+es+la+innovacion&ots=6GSRDusno8&sig=phpfZTuAotdSyuzMd6448ki2vHo#v=onepage&q=que%20es%20la%20innovacion&f=false>
- Chivanato, I. (2018). *Introducción a la teoría general de la administracion*. Obtenido de Introducción a la teoría general de la administracion: [https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/36557602/Introduccion\\_a\\_la\\_Teoria\\_General\\_de\\_la\\_Administracion.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DIntroduccion\\_a\\_la\\_Teoria\\_General\\_de\\_la\\_A.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Cred](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/36557602/Introduccion_a_la_Teoria_General_de_la_Administracion.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DIntroduccion_a_la_Teoria_General_de_la_A.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Cred)
- Duque Ospina, D. F. (2018). *repository.eafit.edu.co*. Obtenido de repository.eafit.edu.co: [https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/12736/DiegoFelipe\\_OspinaDuque\\_2018.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/12736/DiegoFelipe_OspinaDuque_2018.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

- Economía, R. (16 de Marzo de 2018). *El Espectador*. Obtenido de El Espectador:  
<https://www.elespectador.com/economia/el-62-de-las-pymes-colombianas-no-tiene-acceso-financiamiento-articulo-744870>
- Echeverri, Jaime Eduardo. (21 de Mayo de 2018). *ANIF Centro de estudios económicos*. Obtenido de ANIF Centro de estudios económicos:  
<http://www.anif.co/Biblioteca/politica-fiscal/antioquia-avanza-firme-en-el-fortalecimiento-de-su-base-empresarial>
- Echeverri, Jaime Eduardo. (04 de 07 de 2019). *Cámara de Comercio de Medellín Antioquia*. Obtenido de Cámara de Comercio de Medellín Antioquia:  
<https://www.camaramedellin.com.co/articulos-y-noticias/noticias/crece-la-pyme-en-la-base-empresarial-en-antioquia>
- Finanzas.com. (s.f.). *Finanzas y Economía*. Obtenido de Finanzas y Economía :  
<https://www.finanzas.com/concepto-de-globalizacion>
- Francia Robles. (2019). *Lifeder.com*. Obtenido de Lifeder.com: <https://www.lifeder.com/disenometodologico-investigacion/>
- Gobernación de Antioquia. (s.f.). *Red departamental de Emprendimiento, Antioquia Emprende*. Obtenido de <http://bancodelagente.antioquia.gov.co/index.php/organizaciones-aliadas/item/100-interactuar>
- Hengsbergar, A. (13 de Mayo de 2019). *Lead Innovation Management*. Obtenido de Lead Innovation Management: <https://www.lead-innovation.com/english-blog/what-is-innovation-management>
- Herrera, Juan. (s.f.). *UDGVIRTUAL*. Obtenido de UDGVIRTUAL:  
<http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx:8080/jspui/handle/123456789/1167>
- Kurt, D. (27 de Agosto de 2019). *Investopedia*. Obtenido de Investopedia:  
<https://www.investopedia.com/ask/answers/what-is-finance/>
- Liberto, D. (26 de Junio de 2019). *Investigopedia*. Obtenido de Investigopedia:  
<https://www.investopedia.com/terms/s/smallandmidsizeenterprises.asp>
- Machado, J. (17 de Agosto de 2018). *Quora*. Obtenido de Quora: <https://www.quora.com/What-is-the-concept-of-administration>
- Montoya, A., Montoya, I., & Castellanos, O. (2018). Situación de la competitividad de las Pyme en Colombia: elementos actuales y retos. *Agronomía Colombiana* 2, págs. 107-117.
- Nu. Cepal. (Dic de 2011). *Naciones Unidad - Cepal*. Obtenido de Naciones Unidad - Cepal:  
[https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/35362/S1100762\\_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/35362/S1100762_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Perilla Fontecha, M. A. (2015). *Universidad Militar Nueva Granada*. Obtenido de Trabajo de grados, PYMES Y GLOBALIZACION EN COLOMBIA:  
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/14086/PYMES%20Y%20GLOBALIZACION%20EN%20COLOMBIA.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Real Academia Española. (2020). *Real Academia Española*. Obtenido de Real Academia Española: <https://dle.rae.es/>
- Roldán, Paula Nicole. (2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:  
<https://economipedia.com/definiciones/tecnologia.html>
- Romero, Argenis Garcia. (2018). *Universidad Militar Nueva Granada*. Obtenido de Universidad Militar Nueva Granada:  
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/21268/Garc%c3%ada%20Romero%20Argenis.2018.651kb.pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sanclemente Sanclemente, D., & Gómez Castrillón, J. A. (2017). *Universidad Eafit, Repositorio Institucional*. Obtenido de Determinantes del endeudamiento financiero de las empresas del segmento PYME en Colombia entre los años 2011 - 2015:  
<https://repository.eafit.edu.co/handle/10784/11635>
- Significados.com*. (27 de Dic de 2019). Obtenido de Significados.com:  
<https://www.significados.com/mercado/>
- Thompson, I. (4 de 2019). *promonegocios.net*. Obtenido de promonegocios.net:  
<https://www.promonegocios.net/administracion/que-es-administracion.html>
- Youmatter*. (20 de Mayo de 2020). Obtenido de Youmatter:  
<https://youmatter.world/en/definition/definitions-globalization-definition-benefits-effects-examples/>
- Zacarías Torres, Hernández;. (2014). *Teoría General de la Administración*. Obtenido de Teoría General de la Administración:  
<http://190.57.147.202:90/xmlui/bitstream/handle/123456789/506/teoria%20genral%20de%20la%20administracion.pdf?sequence=1>