

**Factores de éxito o de fracaso en las microempresas del sector comercio del
corregimiento de la Mata, Cesar.**

Héctor Manuel Bernal Galvis

CC. 1.193.029.511

Kilver Navarro Samudio

CC. 1.010.030.564

**Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica
Dirección de Ciencias Administrativas, Contables y Económicas
Programa de Administración de Empresas
Aguachica, Cesar
2023**

**Factores de éxito o de fracaso en las microempresas del sector comercio del
corregimiento de la Mata, Cesar.**

Héctor Manuel Bernal Galvis

CC. 1.193.029.511

Kilver Navarro Samudio

CC. 1.010.030.564

Director

Javier Cruz Herrera

Administrador de empresas

**Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica
Dirección de Ciencias Administrativas, Contables y Económicas
Programa de Administración de Empresas
Aguachica, Cesar**

2023

Nota de Aceptación

Javier Enrique Cruz Herrera

Katherine Isabel Soto Ascanio

Liliana María Castebianco Martínez

Dedicatoria

Dedicamos este proyecto principalmente a Dios por habernos dado la sabiduría y el entendimiento necesario que nos ha permitido llegar hasta esta etapa de formación profesional. Por otra parte, dedicárselo también a nuestras MADRES por ser esas personas fundamentales en el apoyo de este proceso, brindándonos cariño y amor incondicional de madre. A nuestros PADRES, que aunque son personas muy reservadas y prudentes no han enseñado que ser perseverante vale la pena y que luchar por lo que verdaderamente le apasiona es muestra de amor. Finalmente dedicamos este trabajo al docente JAVIER CRUZ HERRERA quien ha sido el director de este proyecto y nos brindó las herramientas y métodos necesarios para el desarrollo de esta investigación.

Kilver Navarro Samudio

Héctor Manuel Bernal Galvis

Agradecimientos

En primer lugar les agradecemos a nuestros padres que siempre nos han brindado su apoyo incondicional y que aunque algunos no estén, desde el cielo nos han vigilado para poder culminar los objetivos personales y académicos. También son los que nos ha brindado el soporte económico y material para poder alcanzar resultados idóneos y nunca abandonarlo. Agradecemos de igual manera a la Universidad Popular del Cesar, que me ha exigido tanto pero al mismo tiempo nos ha permitido obtener tan anhelado título. Así mismo, a todo el grupo de docentes que pusieron a disposición sus conocimientos para el fortalecimiento de nuestros saberes profesionales, además agradecerle a mis compañeros de estudio lo cuales muchos de ellos se han convertido en amigos y cómplices en los procesos educacionales.

Kilver Navarro Samudio
Héctor Manuel Bernal Galvis

Tabla de Contenido

Introducción	15
1.1 Planteamiento del Problema.....	16
1.1.1 Formulación del problema.	19
1.2 Objetivos	19
1.2.1 Objetivo general.....	19
1.2.2 Objetivos específicos.	19
1.3 Justificación.....	20
1.3.1 Valor teórico.	20
1.3.2 Relevancia social.	21
1.3.3 Implicaciones prácticas.	21
1.3.4 Utilidad metodológica.....	21
1.4 Delimitación.....	21
1.4.1 Delimitación teórica-temática.	21
1.4.2 Delimitación temporal.	22
1.4.3 Delimitación contextual.....	22
2 Marco Referencial	24
2.1 Antecedentes	24
2.1.1 Antecedentes históricos.	24
2.1.2 Antecedentes investigativos.....	28
2.2 Marco Teórico	31

2.2.1	Creación de empresas	31
2.2.2	Fracaso empresarial	34
2.2.3	Factores determinantes del fracaso empresarial	36
2.2.4	Factores determinantes del éxito empresarial	37
2.3	Marco Conceptual	38
2.4	Marco Legal	40
3	Aspectos Metodológicos de la Investigación	43
3.1	Enfoque y Tipo de Estudio.....	43
3.2	Diseño de la Investigación.	43
3.3	Formulación De Hipótesis.....	44
3.4	Sistema de variables	44
3.5	Población, Tipo de Muestreo y Muestra	45
3.5.1	Población.....	45
3.5.2	Determinación de la muestra	45
3.6	Fuentes y Técnicas para la Recolección de la Información	45
3.6.1	Fuentes de información primarias.....	45
3.6.2	Fuentes de información secundaria.....	46
3.7	Procedimiento.....	46
3.8	Análisis para el Procesamiento de la Información	47
4	Esquema Temático	48
4.1	Identificar las causas de éxito y fracaso de las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar.....	48
4.1.1	Factores internos y externos que pueden influir en de éxito de las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar.	51
4.1.2	Factores internos y externos que pueden influir en el fracaso de las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar.	53

4.1.3	Factores que pueden afectar el desarrollo y la gestión de las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar.	55
4.2	Realizar la caracterización de las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar.	56
4.2.1	Caracterización por sectores empresariales de las microempresas del sector comercio del corregimiento de la Mata, Cesar.	79
4.2.2	Caracterización de las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar, según el tipo de establecimiento	80
4.2.3	Caracterización de las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar, según el tipo de comercio	81
4.2.4	Caracterización de las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar, según su naturaleza jurídica.	82
4.3	Establecer estrategias de sostenibilidad empresarial para las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar.	83
4.3.1	Análisis CAME.....	84
	Conclusiones	89
	Recomendaciones	90
	Bibliografía	91
	Apéndices.....	95

Lista de Graficas

Gráfica 1.....	18
Gráfica 2.....	23
Gráfica 3.....	28
Gráfica 4.....	32
Gráfica 5.....	47
Gráfica 6.....	77
Gráfica 7.....	80
Gráfica 8.....	81
Gráfica 9.....	82
Gráfica 10.....	83
Gráfica 11.....	49
Gráfica 12.....	50
Gráfica 13.....	51
Gráfica 14.....	52
Gráfica 15.....	53
Gráfica 16.....	54
Gráfica 17.....	55
Gráfica 18.....	56
Gráfica 19.....	85
Gráfica 20.....	88

Lista de Tablas

Tabla 1.	25
Tabla 2.	34
Tabla 3.	35
Tabla 4.	41
Tabla 5.	44
Tabla 6.	58
Tabla 7.	79

Lista de Apéndices

Apéndice 1. Entrevista microempresas.....	95
Apéndice 2. Respuesta a solicitud de información por parte de la Cámara de Comercio de Aguachica	96
Apéndice 3. Realización de entrevista a microempresarios.....	97

Resumen

La presente investigación consistió en analizar los factores de éxito o fracaso empresarial de las microempresas del sector comercio en el corregimiento de la Mata, Cesar, dado su ineficiente desarrollo y gestión empresarial que poseen. La fundamentación teórica se constituyó por medio de la creación de empresas, el análisis CAME, la competitividad empresarial, el fracaso empresarial, los factores determinantes del fracaso empresarial y los factores determinantes del éxito empresarial. Por otra parte, el enfoque metodológico de la investigación fue de orden cuantitativo de tipo descriptivo. De igual manera, fue de suma importancia la aplicación de la entrevista semiestructurada y revisión documental para determinar la información necesaria para el desarrollo de los objetivos específicos. Dentro de los resultados se pudo identificar y caracterizar las microempresas del sector comercio, se identificaron los factores de éxito o fracaso y se establecieron estrategias no solo para la mitigación de los factores de fracaso en los cuales incurren estas empresas, sino también para el óptimo desarrollo organizacional de estos negocios dentro de sus contextos empresariales.

Palabras claves: Factores de éxito y fracaso, microempresas, mercados, tecnología, estrategias, sostenibilidad.

Abstrac

The present investigation consisted of analyzing the factors of business success or failure of microenterprises in the commerce sector in the town of La Mata, Cesar, given their inefficient development and business management. The theoretical foundation was established through business creation, came analysis, business competitiveness, business failure, the determining factors of business failure and the determining factors of business success. On the other hand, the methodological approach of the research was quantitative and descriptive. Likewise, the application of the semi-structured interview and documentary review was of utmost importance to determine the information necessary for the development of the specific objectives. Within the results, it was possible to identify and characterize the microenterprises in the commerce sector, the factors of success or failure were identified and strategies were established not only for the mitigation of the failure factors in which these companies incur, but also for the optimal development. organizational structure of these businesses within their business contexts.

Keywords: Success and failure factors, microenterprises, markets, technology, strategies, sustainability.

Glosario

Comercialización: Se constituye como la administración efectiva de los canales logísticos y de venta, consiguiendo que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.

Competitividad: Se establece como la capacidad de una organización para desarrollar ventajas competitivas con base a sus competidores. Logrando así, una posición destacada en su entorno comercial.

Estrategias: Es un procedimiento preparado para la toma de decisiones y/o para operar frente a un determinado contexto. Todo esto, buscando conseguir uno o varios objetivos anticipadamente específicos.

Factor de éxito: Los factores de éxito son los puntos clave tanto internos como externos en la empresa para poder lograr los objetivos planteados. Estos hacen referencia a la cantidad de resultados satisfactorios, asegurando el desempeño competitivo y exitoso para la organización.

Factor de fracaso: Estos son definidos como barreras u obstáculos desfavorables que impiden a las empresas crecer y desarrollarse dentro el mercado.

La idea y el mercado: Hace referencia a la posibilidad o factibilidad de la respectiva idea planteada de acuerdo a los contextos del mercado y la competencia real.

MiPyme: Este término hace referencia a las micro, pequeñas y medianas empresas, las cuales se clasifican según el número de empleados y sus activos totales con base a los salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Introducción

El sector comercio en Colombia abarca empresas que venden y distribuyen bienes al por mayor y menor en diversos espacios comerciales. Cabe mencionar que, dicho sector es fuente importante en la generación de empleo total del país, contribuyendo al Producto Interno Bruto (PIB) de manera significativa. A nivel nacional, en el periodo de enero del 2023 hasta la fecha, se han venido experimentando un crecimiento positivo en las ventas, con un aumento en las ventas reales y un crecimiento en el personal ocupado. Sin embargo, es crucial que el sector comercial enfrente nuevas realidades y centre sus propósitos en el diseño estratégico del negocio para superar los desafíos que se presenten en sus contextos (La nota económica, 2023).

El corregimiento de la Mata, Cesar es un punto muy estratégico para la comercialización de productos o servicios, pues este es un paso muy concurrido para las personas que se desplazan para los municipios de la Gloria, Ayacucho, Regidor, Simaña, Rio viejo, Pelaya, Besote, Aguachica, así como el interior de la costa colombiana. Es por esto que, la investigación busca analizar los factores de éxito o de fracaso de las microempresas del sector comercio del corregimiento para poder así, establecer estrategias de mejora que les permita mitigar dichos flagelos y poder permanecer en el mercado.

El presente documento consta de 4 capítulos entre los cuales el primero se basa en las generalidades del problema a abarcar, los objetivos, la justificación y las delimitaciones. El segundo muestra antecedentes investigativos, teóricos, conceptuales y legales que fundamenten el objeto principal de la investigación. En el tercer capítulo se encontrará los métodos y medios necesarios para la búsqueda del desarrollo de los objetivos, y un cuarto capítulo que se encargará de vislumbrar los resultados obtenidos en el estudio.

Es sumamente importante mencionar que este proyecto se encuentra enmarcado dentro de los lineamientos que exige, regula y plantea el programa de Administración de Empresas de la Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica, para optar al grado de administradores de empresas.

1. Factores de éxito o de fracaso en las microempresas del sector comercio del corregimiento de la Mata, Cesar.

1.1 Planteamiento del Problema

“Las pequeñas y medianas empresas (Pymes) son la columna vertebral de la economía mundial: representan 99 % de todas las empresas de la Unión Europea (UE). En los últimos cinco años, a lo largo de los países que la conforman, han creado alrededor de 85 % de los nuevos puestos de trabajo y han proporcionado dos tercios del empleo total del sector privado, Si bien es cierto que estas empresas generan beneficios, uno de los grandes problemas son los altos impuestos y las complejidades que existen para la legalizarlas formalmente” (Becerra y cortes, 2018). En Latinoamérica las medianas y pequeñas empresas representan un alto índice de generación de empleo y desarrollo social, más sin embargo las fuertes competencias y la falta de una buena administración conllevan que estas empresas no se mantengan en el tiempo y sean vulnerables a los cambios. Es necesario resaltar que, estos países son grandes importadores de productos básicos que posiblemente pueden ser comercializados por pequeñas y medianas empresas, generando así; una barrera para que estas empresas puedan ampliar su actividad económica y obtener mejores rentabilidades.

Ahora bien, las micro, pequeñas y medianas empresas (pymes) son parte fundamental del desarrollo económico a nivel mundial. En Colombia, las pymes se han constituido como unidades claves dentro de la economía, debido a que representan alrededor del 90% de las empresas a nivel nacional y contribuyen con alrededor del 70% de empleos. Sin embargo, los cambios del entorno, especialmente los tecnológicos y de innovación, la falta de regulación y la firma y puesta en marcha de tratados de libre comercio, entre otros factores, han afectado los niveles de competitividad y sostenibilidad de estas empresas.

En la actualidad, el gobierno nacional ha generado líneas de crédito dirigidas a las MiPymes, con el propósito de promover la competitividad de estas, la generación de empleo y el desarrollo económico y social. Sin embargo, las MiPymes plantean la falta de fuentes de

financiamiento a sus necesidades particulares, las dificultades para el acceso a las mismas, los altos costos, los severos requerimientos en materia de garantías, por citar solo algunos puntos. Así las críticas se direccionan tanto al accionar de los operadores financieros, como al marco regulatorio que los gobierna. Hoy día, las micro, pequeñas y medianas empresas, están siendo atacadas por las malas experiencias en los espejos empresariales al momento de sostenerse en el mercado. Esto conlleva a que los empresarios cierren cada vez más sus negocios. Además, la necesidad de mejorar en los procesos financieros y organizacionales hacia la búsqueda de un desarrollo continuo, desata influencias internas y externas a manera de éxito y fracaso, lo que lleva a que algunas empresas no cumplan con lo proyectado. Es por ello, que se estudian muchas formas de cómo afrontar este flagelo que los impulse a continuar en este mercado cambiante.

De acuerdo con Rosmeri Quintero, presidenta nacional de la Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Empresas (ACOPI), la mitad de las MiPymes del país quiebran después del primer año y solo el 20% sobrevive al tercer año. Una de las causas de la alta mortalidad de estas organizaciones, es que, según McKinsey, el 62% de las MiPymes 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. (Diario el espectador, 2023)

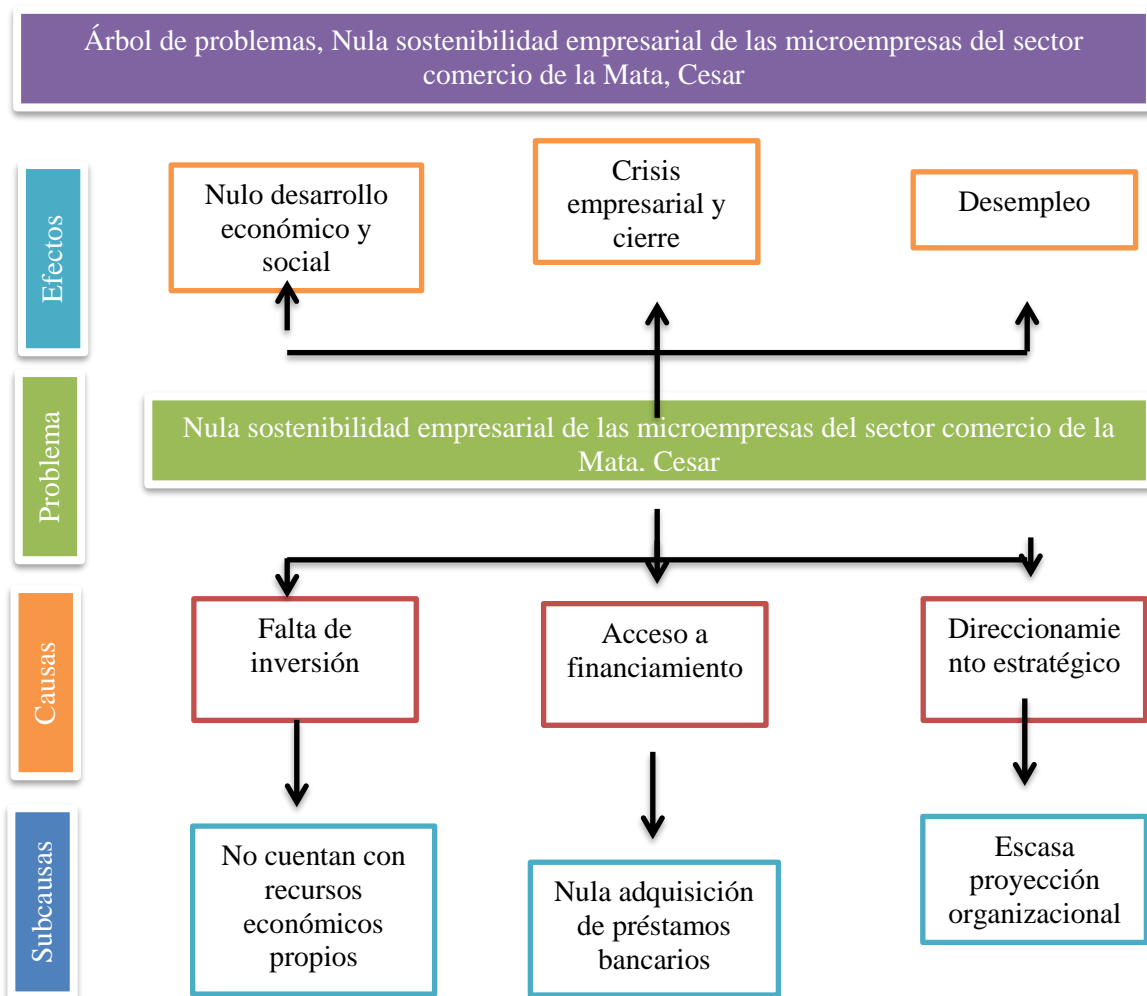
En el corregimiento de la Mata, Cesar, específicamente, se ha evidenciado un gran interés por identificar las deficiencias financieras de las empresas de menor tamaño debido a que enfrentan obstáculos para acceder a mercados específicos; esto con el fin de crear alternativas sostenibles que contribuyan al fortalecimiento y desarrollo de las mismas. Cabe resaltar que las pymes del sector comercio y los demás subsectores, tales como transporte y turismo, comparten las mismas dificultades empresariales para su correcto desenvolvimiento dentro del mercado.

En pocas palabras, estas empresas aportan al crecimiento del producto interno bruto (PIB) y la generación de empleo. Sin embargo, se determina que los posibles principales factores que afectan el éxito o fracaso de las microempresas son la falta de inversión, acceso a financiamiento, desconocimiento empresarial, calificación del personal, direccionamiento estratégico; entre otras. Cabe resaltar que, la situación que viven las microempresas en el corregimiento de la Mata, Cesar

no es ajena a lo que ocurre en el País, en Colombia se crean nuevas empresas y nuevos negocios, pero desafortunadamente al poco tiempo de su creación tienden a desaparecer. Sin embargo, otras de ellas logran sostenerse y alcanzan el éxito. Es por esto que, por medio de la presente investigación se busca analizar factores de éxito y fracaso de las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar basado en las situaciones que afrontan a diario, las cuales afectan su desarrollo empresarial.

Gráfica 1.

Árbol de problemas de las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar



Fuente. Elaboración propia

Para el caso de las microempresas del corregimiento de la Mata, en el Departamento del Cesar, haciendo un sondeo de observación directa, no se denota visibilidad en la aplicación de estrategias de sostenibilidad empresarial para lograr el éxito y desarrollo económico de las organizaciones de este sector, hecho que se fundamenta con deficiencias en la aplicación de dichas estrategias, al igual que en la información de deficiencias mencionada en el árbol de problemas. A pesar que el corregimiento de la Mata, Cesar cuenta a la fecha con aproximadamente 50 microempresas legalmente constituidas, de las cuales se desconoce información de la aplicación de estrategias de sostenibilidad empresarial por parte de estas.

1.1.1 Formulación del problema.

Conforme a la información suministrada anteriormente, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son los factores de éxito o fracaso para determinar la sostenibilidad empresarial de las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general.

Analizar los factores de éxito o fracaso empresarial de las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar.

1.2.2 Objetivos específicos.

- Identificar las causas de éxito y fracaso de las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar.
- Realizar la caracterización de las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar.
- Establecer estrategias de sostenibilidad empresarial para las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar.

1.3 Justificación

El presente proyecto pretende analizar los factores de éxito o fracaso empresarial de las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar. Todo esto basado en la identificación de elementos que generen el desarrollo eficiente de estas empresas o dichos componentes que las conlleven a su fracaso y por ende; al cierre de sus establecimientos. Lo que se pretende con la presente investigación es contribuir al desarrollo económico y social, la generación de empleo y al direccionamiento estratégico de las empresas objeto de investigación.

Para ello, y tal como se mencionan en los objetivos de la presente investigación se generará conocimiento a partir del recabo de información objeto de estudio, iniciando un proceso de retroalimentación y transferencia que permita brindar información detallada del análisis de los factores de éxito o fracaso empresarial de las microempresas del sector comercio. Además, permitirá demostrar nuevas oportunidades en el manejo de las organizaciones en términos de productividad, sostenibilidad, desarrollo económico y competitividad.

Por esta razón se considera este análisis como una herramienta de gestión empresarial que permita el crecimiento organizacional basado en criterios sociales, humanos, económicos y de gestión, en pro al beneficio empresarial y a la supervivencia en el mercado, que infiere ahondar en las nuevas tendencias y aporten para este caso específico un insumo para que las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar, se conviertan en organizaciones sostenibles y rentables.

1.3.1 Valor teórico.

Con la presente investigación se generarán nuevas apropiaciones del conocimiento con base a corroborar las diferentes teorías tales como: La creación de empresas, la competitividad empresarial, el fracaso empresarial y los factores determinantes en el éxito empresarial. Así mismo, los instrumentos de recolección de información aplicados a las microempresas darán como resultado nuevo conocimiento para la realización de futuras investigaciones.

1.3.2 Relevancia social.

Es relevante mencionar que, analizar los factores de éxito o fracaso empresarial de las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar, conlleva a determinar cuáles son esos elementos que nos guían a una permanencia efectiva empresarial, por ende; las organizaciones al lograr identificar y apropiarse de estos factores positivos adquieren desarrollo empresarial, económico y social, y también aportan a la generación de empleo en el corregimiento, logrando así mejorar la calidad de vida de los habitantes de la Mata, Cesar.

1.3.3 Implicaciones prácticas.

La presente investigación aportará nuevos saberes en las tendencias actuales administrativas para propender por mejorar la sostenibilidad empresarial, el desarrollo económico, la productividad y competitividad de las microempresas objeto de estudio. Así mismo, brindar estrategias que afiancen el desarrollo y el conocimiento empresarial de las organizaciones que ejecuten actividades comerciales en el corregimiento de la Mata, Cesar. Todo esto se logrará, siempre y cuando dichas empresas se apoyen en los aportes de tipo teóricos e investigativos mencionados en el marco teórico de la presente investigación.

1.3.4 Utilidad metodológica.

Por su naturaleza cuantitativa, la presente investigación aportará de manera descriptiva las diferentes variables e indicadores que ayudaran a la consecución de los resultados para el análisis de los factores de éxito o fracaso empresarial de las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar, aplicando de igual manera matrices y métricas vistas a lo largo de la carrera de administración de empresas.

1.4 Delimitación

1.4.1 Delimitación teórica-temática.

El presente estudio se enmarca dentro de la línea de investigación “Desarrollo Económico y Social”, bajo el eje temático “Análisis Sectorial” del programa de Administración de Empresas de la Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica. La escogencia de esta línea infiere en

el análisis sectorial de las microempresas del sector comercio en el corregimiento de la Mata, Cesar, a fin de indagar acerca de la importancia de generar sostenibilidad empresarial, competitividad, desarrollo económico y social para la región, y; sobre todo de aplicar los conocimientos vistos a lo largo de la carrera profesional.

1.4.2 Delimitación temporal.

Este trabajo para opción de grado se desarrolló en un lapso de 12 meses contados a partir del perfeccionamiento del primer formato de presentación del proyecto.

1.4.3 Delimitación contextual.

El presente estudio se desarrolló en el corregimiento de la Mata, Cesar, ubicado en el departamento del Cesar Colombia, el cual tiene como fin analizar los factores de éxito o fracaso empresarial de las microempresas del sector comercio. Los antecedentes del contexto se mencionan a continuación:

La Mata Cesar, es un corregimiento perteneciente al municipio de la Gloria Cesar, el cual está ubicado en el norte del país, en el sur del departamento del Cesar. Este se sitúa a orillas del río Magdalena, a 268 km de la ciudad de Valledupar, la capital departamental. Su cabecera está localizada en la margen oriental del río Magdalena, a los 08° 37' 22" de latitud norte y 73° 48' 30" de longitud oeste. Con una Altura sobre el nivel del mar: 50 m. Temperatura media: 28°C. Precipitación media anual: 1.593 mm. Cabe resaltar que, los corregimientos que hacen parte de la Gloria son: Ayacucho, Besote, Bubeta, Carolina, La Mata, Molina, San Pablo y Simaña. Ahora bien, el corregimiento de la mata limita al norte con el municipio de Pelaya, al sur con el corregimiento de Besote, al oeste con el corregimiento de Simaña y al este con el corregimiento de Ayacucho.

Por otro lado, las actividades económicas de mayor importancia son la agricultura, la ganadería, la pesca y el comercio. Los principales cultivos son maíz, sorgo y arroz. Se destaca la ganadería vacuna y la pesca artesanal en las ciénagas y en el río Magdalena. Dicho Municipio tiene registrados un establecimiento industrial y 7 comerciales, donde las actividades comerciales más

destacadas en el municipio guardan relación con los productos de origen agropecuario y pesquero (Terridata, 2023).

Cabe aclarar que, el desarrollo económico del corregimiento de la Mata Cesar, está basado en el sector comercio y agropecuario donde la mayoría de la población desarrolla sus actividades comerciales para la obtención de recursos económicos. Dicho corregimiento, posee una tasa poblacional baja. Sin embargo, dentro de ellas se desarrolla un alto comercio formal e informal brindándole así un gran desarrollo a esta población, este corregimiento cuenta con cultivos y plantas extractoras de palma de aceite donde se generan un gran porcentaje de empleos directos e indirectos.

Gráfica 2.

Mapa de Aguachica en el Departamento del Cesar



Nota. Figura extraída de GoogleMaps.

2 Marco Referencial

El presente capítulo contempla una serie de marcos con referentes teóricos que darán la viabilidad substancial a la investigación tales como: el Marco Histórico, el cual contiene la descripción de estudios basados en la temática expuesta en la presente investigación. A su vez, el Marco Teórico expone teorías relacionadas con: La creación de empresas, la competitividad empresarial, el fracaso empresarial y los factores determinantes en el éxito empresarial. Además, el Marco Conceptual, el cual esboza los diferentes conceptos que relacionan el desarrollo empresarial y las fuentes que la generan; y por último el Marco Legal, que presenta las leyes, resoluciones, acuerdos y sentencias referentes al trabajo de investigación.

2.1 Antecedentes

2.1.1 Antecedentes históricos.

2.1.1.1 *Orígenes de la creación de empresas en el mundo.*

Cabe destacar que, la historia de las empresas comprende principalmente en las dinámicas de los fenicios hasta las complejas estructuras que están actualmente en funcionamiento. Es por esto que, para poder explicar los antecedentes es de suma importancia comprender que una empresa es un mecanismo económico forjado por personas y capital destinado a conseguir beneficios económicos. En la antigüedad, las familias realizaban intercambios de bienes y comida para poder satisfacer sus necesidades, los integrantes del núcleo familiar se organizaban por actividades donde: la madre cocinaba, el padre cazaba y proveía a los hijos del alimento, ropa y casa. Por ende, se puede decir que la primera empresa en esta era primitiva (feudalismo) era el núcleo familiar, donde se buscaba el bien común.

Partiendo de lo anterior, con la evolución, los individuos fueron desarrollando nuevas necesidades llevándolos así, al aprendizaje de nuevos oficios. Fue ahí donde el individuo se vio en la obligación de trasladarse a otras poblaciones para poder adquirir diferentes bienes o para ofrecer su trabajo, esta corriente de personas y productos abrió paso al comercio. Es importante mencionar que, los fenicios fueron los primeros comerciantes de los cuales se tiene registro. Estos sujetos fueron grandes estrategias en el entorno comercial debido a que, implantaron asentamientos cerca del mar para facilitar el transporte de mercancías hacia otros destinos, lo que los llevó al paso del

tiempo a ser conquistadores comerciales del mediterráneo. Es ahí, donde a raíz de todo esto, el mercantilismo se basó en la obtención de riquezas con respecto al comercio. Sin dejar de lado que esta corriente de pensamiento era la dominante en los siglos XVI, XVII y gran parte del siglo XVIII. Donde dentro de este contexto nació la empresa comercial, la cual era una unidad plenamente organizada que se dedicaba en primera instancia a desarrollar el comercio internacional de mercancías.

Por tanto, el sistema económico del siglo XIX estuvo influenciado por la revolución industrial del siglo anterior. Cabe mencionar que este impulso es una actividad económica y no es tan sencillo como antes, al contrario, es mucho más complicado. Fue en este contexto que nacieron las llamadas empresas industriales, que primero se dedicaron a actividades de transformación, la mayoría de las empresas de esa época eran fábricas cuyo propósito era actuar como mecanismo económico de producción para lograr algo, conocido como capitalismo industrial. El trabajo para esa época se volvió más mecánico que manual; lo que consiguió que hubiera una gran necesidad de cada vez más operarios en las fábricas. Todo esto conllevó el crecimiento económico de las empresas en esta época donde por tal aceleración se gestaron las primeras grandes sociedades, los mercados monopolistas y oligopolistas, las cuales se repartían la cuota de este mercado.

Cabe mencionar que a principios del siglo XX el crecimiento de la producción ya no era el principal y único foco de la sociedad. Por primera vez en la historia, el crecimiento empresarial requirió una separación entre emprendedores y propietarios de capital. Se llama capitalismo financiero, gracias a todo ello la empresa deja de ser sólo una unidad de producción y puede transformarse en una unidad financiera y de toma de decisiones. Esto ahora está vinculado a la necesidad de encontrar nuevas fuentes de financiación, ya que las empresas necesitan grandes cantidades de capital para integrar innovaciones basadas en tecnología y así lograr la concentración del mercado. Esto condujo al desarrollo del llamado crédito bancario.

Tabla 1.

Evolución de la creación de empresas en el mundo

Etapa	Estructura Básica	Definición	Modelo
Primitiva	Unidad simple de base familiar	Unidad técnica	Feudalismo

Comercial	Unión simple de base familiar o no	Unidad técnico económica	Mercantilismo
Industrial	Unidad compleja, organizada, societaria y funcional	Unidad económica de producción	Capitalismo

2.1.1.2 *La creación de empresas en Colombia*

Cabe mencionar que, la empresa es una “unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines de lucrativos” (Real Academia Española, 2022).

Para nadie es un secreto que las empresas en Colombia juegan un papel fundamental el desarrollo económico y sostenible del país, generar tejido empresarial es de suma importancia para la economía Nacional. Sin embargo, en Colombia el papel fundamental de las empresas se ha hecho más complejo, esto es debido a factores como la globalización o los innumerables avances técnicos con respecto a las tecnologías de la información y del conocimiento en general. Hoy por hoy, las organizaciones integran un conjunto de factores de producción, dentro de los cuales podemos encontrar los recursos naturales, las personas y el capital financiero. Todo esto, organizado por el empresario con el pleno propósito de obtener objetivos empresariales para así, llegar a conseguir beneficios sin dejar de lado la responsabilidad social con el contexto donde desarrolla y se condiciona su actividad económica. Actualmente, las empresas se establecen como un engranaje complejo, el cual está formado por elementos que tienen relaciones entre sí y con la propia empresa en general, donde influyen factores legales, demográficos, de intermediación, financieros, de competencia y de tecnología.

A mediados de la década de 1850, Colombia introdujo la libertad comercial a través de la Revolución Industrial y, como resultado, el país se comprometió con la agricultura, con el único propósito de exportar productos como el café a nivel internacional. También importó productos manufacturados y, por tanto, permitió a los terratenientes y a los grandes e importantes comerciantes desempeñar un papel importante en el comercio exterior. Por lo tanto, Colombia está

entrando en una nueva fase de su modelo de crecimiento hacia afuera. Esto ahora restringe el surgimiento o establecimiento de industrias urbanas en el país para satisfacer la creciente demanda en las zonas productoras de café. Las fluctuaciones de este comercio, así como del comercio exterior de esa época, crearon inestabilidad y, en consecuencia, aumentaron la dependencia de la economía local, generando graves crisis internas e importantes procesos de crecimiento.

Es indispensable mencionar que, la moderna industria colombiana se desarrolló y estableció sus bases a comienzos del siglo pasado, donde por medio de la creación de grandes empresas de bebidas, textiles, tabaco, fósforos, dulces, galletas, vidrios y cementos dio un salto muy importante dentro de esta etapa de la industria. Partiendo de lo anterior, en Colombia el año 1916 operaban fábricas como Postobon, Coltejer, Noel, Coltabaco, Bavaria (Sab Miller) y cementos Samper, empresas que en la actualidad mantienen su nivel de importancia y jerarquía nacional. Cabe denotar que, la economía colombiana hasta los años 1920 hacía referencia a una estructura agraria con muy escasos niveles de producción y con nula implementación tecnológica a sus procesos productivos.

Después de la crisis capitalista global, el crecimiento industrial del país se aceleró a un ritmo sin igual en otros países latinoamericanos. Fue aquí donde la industria revivió cuando nacieron las sociedades anónimas manufactureras. Gracias a ello se pudo obtener los grandes recursos económicos necesarios para la industrialización del país, con un aumento significativo en la producción de cerveza, gasolina, electricidad industrial y cemento. Pero de 1936 a 1939 se establecieron nuevas líneas industriales sumamente importantes, que producían tejidos de lana, barras de acero, cristalería, textiles de algodón, gases industriales, grasas; entre otras cosas, conducirá a un enorme desarrollo durante el período actual.

En conclusión, las micro, pequeñas y medianas empresas son un elemento muy determinante debido a que por medio de sus actividades económicas, impulsan el desarrollo y el crecimiento de la economía del País. Todo esto, por medio de la gran generación de empleo y las aportaciones al producto interno bruto (PIB) de la Nación.

Gráfica 3.

Importancia del tejido empresarial en Colombia



2.1.2 Antecedentes investigativos

En este tema que se propone investigar existen varios autores que han tratado y desarrollo esta temática, a continuación, referenciaremos algunas, de las que, al modo de ver de los investigadores son las más significativas, mostradas a continuación:

2.1.2.1 *Del orden internacional*

A nivel internacional se menciona la investigación denominada “principales factores que conllevan al fracaso de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) en la ciudad de Chachapoyas, Perú en el año 2019”. Este proyecto fue realizado por Diana Carolina Cordova Martinez en el año 2019; el cual tuvo como propósito principal la identificación de factores que conllevan al fracaso de las micro, pequeñas y medianas empresas de esta ciudad. Ahora bien, los resultados obtenidos en la investigación demostraron que los factores internos que conllevaron al fracaso empresarial de los encuestados fueron: la atención deficiente, deficiente administración, mal uso del capital, baja calidad del producto, poca experiencia en el rubro, falta de estudio de mercado, falta de atención continua, poca utilidad o margen de ganancias, y el mal acondicionamiento del local.

Los factores externos que conllevaron al fracaso empresarial de los encuestados fueron: mucha competencia, mala ubicación del negocio, poca demanda del producto, variabilidad de precios de insumos, pocos proveedores de insumos, limitado recurso humano capacitado, Inseguridad (robos, asaltos en negocios), sobrecosto en recursos humanos, carga tributaria, factores climáticos, entre otros. En suma, esta investigación demuestra todas las causas de fracaso que poseen las empresas objeto de estudio, demostrándoles a los empresarios que dichos factores

son aspectos que deben de tener importancia y gestión óptima para poder lograr la sostenibilidad comercial (Cordova, 2020).

Por otro lado, mediante el estudio “factores de permanencia empresarial de las microempresas del sector comercio de Puerto Vallarta, Jalisco”, realizada en el año 2018 por parte de los autores Manuel Ernesto Becerra Bizarrón y Elba Martina Cortes Palacios. En esta investigación se determinó que el entorno empresarial actual es dinámico y está lleno de incertidumbre. Ambos aspectos tienden a obligar a las empresas a desarrollar e implementar estrategias más efectivas en su campo donde desarrollen sus actividades, centrándose en aspectos como el crecimiento y la responsabilidad social. Sin embargo, los que corren más riesgo y tienen más inestabilidad antes de estos cambios son, las micro, pequeñas, y medianas empresas, dado que son el motor principal de la economía y la creación de empleo. Es por esto que, estas carecen de ganancias, planes o competencia que en muchos casos lleva al cierre Incluso antes de la finalización del mediano plazo de funcionamiento (Becerra & Cortes, 2018).

Esta investigación es muy importante debido a que en ella se analizan la forma estructural de las microempresas, es decir; determinaron si la forma como está organizada o como se está dirigiendo en la correcta y si les permite mantenerse en el mercado partiendo desde la competitividad siendo vital para la conservación y anticipación o capacidad de respuesta a los desafíos, por esos importante observar detalladamente las habilidades y competencias que poseen su estructura organizativa para determinar cuáles son los posibles factores de permanencia empresarial que le garantizan su sostenimiento.

2.1.2.2 *Del orden nacional.*

En el trabajo denominado factores que impiden la sostenibilidad de las microempresas en el sector de comercio en Armenia, Quindío, realizada por Juliana García Garzón en el año 2016, de la Universidad EAFIT, Escuela de Administración. Por medio de la presente investigación, se logra visualizar en el día a día diferentes microempresas que ofertan productos y servicios innovadores con la capacidad de producirle valor económico a la región. Pero a su vez, también se observa que contienen falencias para generar perdurabilidad y sostenibilidad de sus iniciativas empresariales que impliquen el cierre de sus actividades productoras en un tiempo no mayor a tres años. Ahora bien, la investigación arrojó cuatro factores relevantes por los que las microempresas

del sector de comercio en la ciudad de Armenia se cerraron: el nivel de escolaridad de los empresarios, el desconocimiento del mercado, el nivel de escolaridad de los empleados y la falta de conocimientos en el manejo de las estructuras de costos, administrativa y financiera de la empresa (García, 2016).

Dentro de esta investigación se pudo identificar que la gran parte de estas empresas de la región no implementan mecanismos en su operatividad económica para poder seguir en su correcto funcionamiento, es por esto que; dichas empresas tienden a fracasar, cerrar y quedar en el olvido. Es por esto que, dichas organizaciones deben de generar mecanismos o estrategias de sostenimiento que le permitan seguir su desarrollo comercial dentro de la región.

2.1.2.3 *Del orden regional o local.*

Con respecto a la Región Caribe, se referencia el trabajo denominado “Estructura y supervivencia empresarial en el departamento de Córdoba”, elaborado por Ariana María Jiménez Guardo Y Bertha Luz Padilla Hernández en el año 2016. Esta investigación se realizó con el propósito de identificar la estructura y supervivencia empresarial en el departamento de Córdoba, todo esto por medio de la descripción de la estructura empresarial cordobesa en los últimos 12 años, también se determinaron los motivos por los cuales las empresas han subsistido y desaparecieron en los últimos años y se recomendaron algunas políticas económicas para el desarrollo y fortalecimiento de la estructura empresarial del departamento (Jiménez y padilla, 2016).

Ahora bien, uno de los motivos por los cuales no permanecen dichas empresas es la falta de Investigación de mercados; la falta de aplicación de este tipo de estudios que de una manera u otra sin duda darían luces acerca del actuar de dicha empresa permitiéndose conocer las necesidades de los consumidores, del entorno, de las debilidades y fortalezas de la empresa creada, así mismo como las amenazas y oportunidades del mercado, que este tipo de estudios no se están aplicando y eso constituye una gran falla. Las empresas de este sector no están gastando, no están invirtiendo en el desarrollo de sus productos, no están fomentando la marca o personalidad que los identifique, ni mucho menos promocionando sus servicios, las labores básicas del mercadeo no las están implementando y esto está constituyendo una gran falla.

Por último, en cuanto a la supervivencia de estas empresas, en el lapso de tiempo estudiado, 100% de las empresas medianas y grandes permaneció en el mercado, 74% de las pequeñas también lo hizo, mientras que solo 1 de cada 10 microempresas logro sobrevivir al mercado, una cifra realmente desalentadora.

2.2 Marco Teórico

El presente marco teórico de la investigación, permite conocer las pertinentes teorías que incursionaron en la temática general, haciendo referencia a estudios, artículos, revistas, documentos y otros orígenes. Cabe resaltar que, estos favorecen la viabilidad substancial, permitiendo situar y alinear los progresos o desafíos en pro al desarrollo de la investigación; Por ello, los fundamentos científicos y sistemáticos, en el desarrollo del mismo.

2.2.1 Creación de empresas.

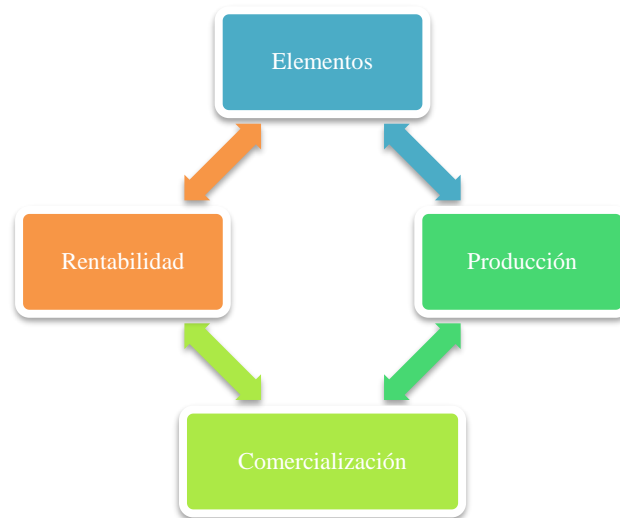
Se determina que las empresas son organizaciones económicas que tienen como principal propósito obtener beneficios por medio de la coordinación de recursos humanos, financieros y tecnológicos. Es por esto que, las organizaciones son importantes porque tienen la capacidad de forjar riqueza y empleos en la economía. Además, porque son de las principales entidades promotoras del cambio tecnológico en cualquier país. Ahora bien, Nooteboom define una organización como "un sistema de actividades o capacidades coordinadas, más o menos centradas o enfocadas, miopemente dirigidas y socialmente construidas" (Garnica & Ibarra, 2012). Este autor establece que las razones particulares por las que puede surgir una empresa son: la integración de una serie de actividades a fin de obtener un mejor control de las inversiones, desarrollar nuevas ideas emprendedoras que surjan dentro de la organización y por último, lograr una mayor flexibilidad para poder atender de manera rápida y efectiva a los cambios del mercado.

Cabe resaltar que, autores como Julio García y Cristóbal Casanueva establecen en su libro *Prácticas de la Gestión Empresarial*, que la creación de empresas se lleva a cabo por medio de la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros, todo esto con el fin de

proporcionar bienes y servicios a cambio de un precio que le permita la reposición de recursos y la consecución de determinados objetivos (García & Casanueva, 2017).

Gráfica 4.

Componentes de acción de las empresas



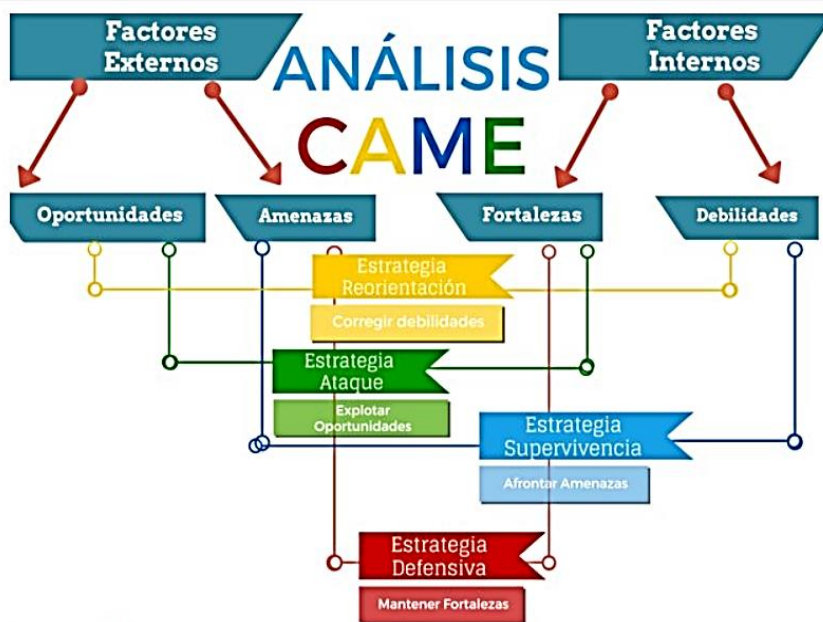
2.1.1. Estrategia de análisis CAME

El análisis CAME según sus siglas significa Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar, las cuales son acciones que pueden ser aplicadas a cualquier factor que hayan sido plenamente identificados en la matriz FODA. En pocas palabras, corregir las debilidades propias de un negocio, afrontar amenazas externas que se presentan en el mercado donde se desenvuelve el negocio, mantener las fortalezas internas del negocio y por último, explotar las oportunidades del mercado. Cabe mencionar que, dichas acciones son primordiales para un eficiente planeamiento estratégico en cualquier organización. Partiendo de lo anterior, dentro del análisis CAME se consideran cuatro estrategias, las cuales van orientadas a cada una de las variables del análisis FOD, se expresa que la primera estrategia es la ofensiva y que esta toma principalmente las fortalezas del negocio para aprovechar las oportunidades del mercado, esto quiere decir que la empresa debe de enfocarse en el factor diferenciador, con el pleno propósito de aprovechar las oportunidades que la competencia no pueda alcanzar o lograr.

Otro punto, es que la estrategia de supervivencia consiste en planificar como se debe de mitigar o eliminar debilidades para poder enfrentar amenazas. En cuanto a la estrategia defensiva se puede inferir que su ventaja radica en el aprovechamiento de las fortalezas para enfrentar a las amenazas, todo esto para que la organización pueda aumentar o mantener su posicionamiento en el mercado. Por último, la estrategia de reorientación busca describir todos los errores o debilidades a nivel interno de la organización, estos para que sean solucionados y se aprovechen las oportunidades.

Grafica 5.

Esquematación del análisis CAME



Nota. (Tips Empresariales, 2024)

Dicho análisis CAME es una “radiografía” de toda la situación puntual para cualquier empresa que se someta a un estudio. Con respecto a las variables analizadas y lo que estas representan en la matriz son particulares de ese momento. Ahora bien, luego de ser analizadas se deben de tomar decisiones fundamentalmente estratégicas para poder mejorar la situación que vive la organización en el momento con cara a un futuro más beneficioso. En pocas palabras, dentro de las cuatro variables que se tienen en cuenta para la formulación de estrategias mediante la estrategia CAME, se encuentran:

Tabla 2.

Esquematación del análisis CAME

CAME	AMANEZAS	OPORTUNIDADES
DEBILIDADES	Estrategias de supervivencia CORREGIR	Estrategias de reorientación MODIFICAR
FORTALEZAS	Estrategias defensivas AFRONTAR	Estrategias ofensivas EXPLOTAR

2.1.2. Competitividad empresarial

La competitividad empresarial se define como la capacidad que tienen las empresas de generar, mejorar o mantener de manera eficiente su crecimiento y desarrollo económico dentro del contexto socioeconómico en el que se desarrolla la actividad de estas organizaciones. Ahora bien, para autores como Ivancevich y Lorenzi (1997), la competitividad es la medida en que una nación, bajo sus condiciones de mercado libre y leal, es capaz de producir bienes y servicios que pueden superar con éxito la prueba de los mercados internacionales, manteniendo y aumentando al mismo tiempo, la rentabilidad real de sus ciudadanos (Labarca, 2007). Ahora bien, para Michael Porter (1985) la competitividad empresarial es la capacidad de una empresa para producir y mercadear productos en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad que sus rivales.

2.2.2 Fracaso empresarial

Según Jenkins & McKelvie, definen que dentro del entorno empresarial no se ha podido encontrar una conceptualización uniforme sobre el fracaso empresarial, incluso en la literatura se utilizan distintos términos para referirse al mismo, tales como mortalidad, salida, discontinuidad, cierre, liquidación bancarota, declive y fracaso. Es por ello que a lo largo del tiempo este fenómeno ha sido asociado a múltiples significados y que, dependiendo de las variables consideradas, algunas definiciones son más amplias o más específicas, lo cual va dependiendo de la utilización de criterios objetivos, por ende, éstos pueden estar basados en el desempeño o subjetivos basados en la percepción, y del análisis a nivel de la empresa o a nivel individual (Jenkins & McKelvie, 2016).

Luego, usualmente se sabe identificar el cierre de las empresas como fracaso empresarial, pero existen diferencias significativas entre lo que concierne a cierre y fracaso. El cierre se refiere

a la incapacidad de la empresa para sobrevivir y, por tanto, representa una interrupción del negocio (Keasey & Watson, 1987). Mientras que el fracaso se asocia a la falta de recursos financieros que conlleva el cese de las operaciones de la empresa (Everett & Watson, 1998).

Como lo indica (Parra, 2011), al momento de considerar la creación de una empresa se deben tener presentes varios componentes por parte del emprendedor, debido a que existen 2 tipos de variables que pueden influir en el cierre de los emprendimientos antes de 5 años, como lo son las variables microeconómicas las cuales están asociadas con la empresa en sí y con el sector económico al que pertenece como lo es el capital humano, inversión, publicidad rentabilidad y las variables macroeconómicas que tienen que ver con el comportamiento de las cifras macroeconómicas del país, las cuales pueden ser, tasa de cambio, aranceles, tasa de interés, nuevas reformas establecidas en el mercado (Parra, 2021, como se citó en Lozada 2019).

Tabla 3.

Principales causas del Fracaso empresarial

Causa	Situación
Motivos financieros	No contar con ingresos para subsistir, capital insuficiente, presentan problemas para cubrir compromisos con proveedores, falta de ayuda de instituciones/entidades financieras.
Mala administración	Carecen de indicadores, falta de análisis de procesos, falta de planificación. Recursos humanos
Recursos humanos	Falta de desarrollo personal, carecen de personal capacitado
Factores externos	Cambios en las demandas de los clientes, influencia de la entrada de competidores en el

	mercado, problemas con proveedores o reformas legislativas
Otros factores	Problemas con la capacidad instalada, problemas con la materia prima, problemas de índole personal, falta de conocimiento general y específico del negocio (finanzas, operaciones y marketing).

Nota. Elaboración propia con información de (González, Arteaga, & del Rosario, 2018, como se citó en Lozada 2019).

2.2.3 Factores determinantes del fracaso empresarial

Dentro del entorno empresarial existen varios factores que generan inestabilidad dentro de las organizaciones, como lo establece (Marchan, 2009), los errores más representativos de los propietarios de las PYMES son:

- Carecen de un plan de negocios.
- Falta de ejecución de estrategias conjuntas.
- Muchos empleados no tienen ni idea con respecto a cuál es la estrategia de su empresa.
- Algunos ignoran la importancia de la tecnología y no miden los gastos, debido a que existe un vacío de comunicación entre la misión o visión de la alta dirección y las acciones diarias de los empleados.
- Se marca la fijación de precios que determina un porcentaje de utilidad basado en el costo de la mercadería, y cuando se requiere aplicar un descuento al cliente no se percatan que en realidad es sobre el precio de venta del producto.
- Los accionistas o dueños de la empresa, se encuentran acostumbrados a mezclar los ingresos de la misma con sus gastos personales (Marchan, 2009, como se citó en Lozada 2019).

2.2.4 Factores determinantes del éxito empresarial

En la actualidad, los factores clave para el éxito de una empresa vienen siendo objeto de investigación desde hace décadas. Son muchos los estudios que identifican aspectos clave de la personalidad, las capacidades y competencias de los emprendedores que contribuyen a alcanzar el éxito en un proyecto de empresarial. De todas las investigaciones llevadas a cabo a este respecto, unidas a los resultados de emprendedores y empresarios que ya han alcanzado el éxito, se puede inferir que los siguientes elementos deben de hacer parte fundamental en el proceso comercial de toda organización, a fin de conseguir el éxito empresarial, mostrados a continuación:

- **Perseverancia.** El factor interno que los emprendedores han destacado por encima de todos en su camino hacia el éxito es la perseverancia, entendida como la capacidad para mantener la constancia en un proyecto, aun cuando las circunstancias sean adversas.
- **Pasión.** Para ser capaces de poner en práctica tal entrega por sus proyectos, los emprendedores afirman que es imprescindible sentir una enorme pasión por ellos.
- **Determinación.** La determinación se entiende como la capacidad del emprendedor para tomar resoluciones y fijar objetivos de forma efectiva.
- **Visión.** La perspicacia para identificar una estrategia de éxito que otros no ven.
- **Flexibilidad.** Reaccionar ante el comportamiento del mercado y los cambios del entorno y ser capaz de adaptarse.
- **Creatividad.** La inspiración y la capacidad para generar nuevas ideas ha sido clave para muchos emprendedores.
- **Sociabilidad.** La capacidad para relacionarse con las personas del entorno, aumentar la red de contactos y conseguir una disposición favorable por parte de los diferentes interesados.

- **Buena Comunicación.** Conseguir transmitir sentimientos, opiniones, ideas o información eficazmente es vital tanto internamente como externamente.
- **Educación.** Los emprendedores tienen que enfrentarse a tareas que a menudo exigen una formación multidisciplinar, por lo que la preparación formal puede suponer un factor clave (Emprendedores, 2021)

2.3 Marco Conceptual

En este marco se hace referencia de forma clara y precisa, sobre la diferente terminología originada en la investigación, por medio de una sucesión de conceptos, que detallan los argumentos más característicos y utilizados desde el inicio del proyecto. Es significativo aclarar que, por medio de los análisis, consultas e investigaciones, se permitió detallar las diferentes características, significados y temas referentes que permitan la comprensión de este estudio.

Desarrollo económico: Hace referencia a la capacidad que tienen las empresas de generar riquezas y que se puede ver reflejada en los habitantes de diferentes sectores. Este término aporta a nuestra investigación una mirada muy importante en cuanto a esos factores de permanencia que permiten el sostenimiento de las pymes y su desarrollo (Universidad de los Andes, 2023).

Desarrollo empresarial: Este concepto se puede entender como un proceso mediante el cual un emprendedor y su equipo adquieren o mejoran habilidades y capacidades con el fin de promover la gestión eficaz de su negocio e impulsar un crecimiento que pueda sostenerse en el tiempo (Euroinova, 2024)

Desarrollo social: Este hace referencia a la respectiva evolución y mejora de las condiciones de vida de una comunidad, sociedad o individuos, y de las relaciones que estos puedan mantener entre sí; y con las instituciones y grupos que componen el tejido social de una determinada comunidad (Banco mundial, 2023).

Empresario: Es aquel individuo o grupo de personas que, de forma individual o agrupada, establece los objetivos y toma las decisiones estratégicas acerca de las metas, los medios, la administración y el control de las empresas y asume el compromiso tanto comercial como legal frente a terceros (Nafin, 2023).

Los recursos: Estos son los requerimientos necesarios para llevar a cabalidad dicha idea de negocio tales como: recursos humanos, tecnológicos, financieros, de infraestructura, entre otros (CEUPE, 2023)

Mercado: Conjunto de consumidores capaces de comprar un producto o servicio (RAE, 2024).

MiPymes: Es el acrónimo de pequeña y mediana empresa. Se trata de la empresa mercantil, industrial o de otro tipo que tiene un número reducido de trabajadores y que registra ingresos moderados (Ministerio de comercio, industria y turismo, 2019)

Oportunidad: Hace referencia a lo provechoso de un contexto y a la agrupación de un espacio y un periodo temporal apropiada para conseguir un beneficio o cumplir un objetivo. También se define como los instantes o plazos que resultan propicios para realizar una acción (Definición. De, 2021)

Orientación al logro: Consiste en organizar los objetivos personales con los organizacionales y de ese modo establecer metas ambiciosas por encima de los estándares y expectativas determinadas (Anel, 2023)

Productividad empresarial: Se le puede definir como el conjunto de acciones que se ejecutan para conseguir el cumplimiento de los objetivos de la empresa, conociendo los recursos que se utilizaron para ello y comparando los resultados que se consiguieron (Bind, ERP, 2023).

Sector comercio: Es el sector terciario de la economía, el cual incluye el comercio al por mayor, minorista, centros comerciales, plazas de mercado y todos aquellos que se puedan relacionar con la actividad de comercio a nacional e internacional (INVEMAR, 2021).

2.4 Marco Legal

Es relevante mencionar que, para la elaboración de la presente investigación, se deben tener presentes las estructuras normativas vigentes que reglamentan, delimitan, regulan y apoyan cualquier estudio. De lo anteriormente dicho, estos fundamentos están constituidos por los entes gubernamentales a nivel nacional, regional, departamental y local. Además, internamente las normas constitucionales, leyes, decretos, resoluciones, acuerdos, ordenanzas y reglamentos, las cuales se denoten referenciadas legalmente con el tema objeto de la investigación. Por lo anterior, es muy importante resaltar cada una de ellas, las cuales son:

El estado Colombiano por medio de la Constitución política de Colombia en la Ley 590 de 2000 “Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas”. Tiene por objeto principal la de promover el desarrollo general de las micro, pequeñas y medianas empresas con respeto a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo local, la composición entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales, teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los ciudadanos colombianos (Congreso de Colombia, 2010).

La Constitución Política de Colombia en su artículo 333 instituye que la actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los términos del bien común. También estipula dentro de sus normativas la libre competitividad económica siendo este un derecho de todos que supone responsabilidades. Por lo que se refiere a que vale la pena destacar que la Corte no solo ha estimado la libre competencia económica como un derecho, sino también como “principio rector de la economía”

En otro orden de ideas, el marco normativo que regula las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) en Colombia está determinado en la Ley 590 del 2000. Donde se establece que, se entiende por empresa y al tamaño de la misma, a toda explotación económica, realizada

por persona natural o jurídica, en actividades agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, en el área urbana, y se clasifica conforme al número de trabajadores, el valor de ventas brutas anuales y el valor de los activos totales.

Para las micro, pequeñas y medianas empresas los parámetros de clasificación son los siguientes, mostrados a continuación:

Tabla 4

Clasificación de las MiPymes en Colombia

Tamaño	Número de trabajadores	Activos totales
Microempresa	No superior a los diez (10) trabajadores	Activos totales excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigente
Pequeña empresa	Entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores	Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) salarios mínimos mensuales legales vigente
Mediana empresa	Entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores	Activos totales por valor entre cinco mil unos, (5001) y menos de treinta mil (30.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Después, podemos hacer referencia en la Ley 905 de 2004 la cual fue modificada por el artículo 74, Ley 1151 de 2007. La cual tiene como propósito estimular la formación de mercados altamente competitivos por medio del fomento a la permanente creación y funcionamiento en grandes cuantías de micro, pequeñas y medianas empresas, llamadas MiPymes. Todo esto, con el

objetivo de inducir el establecimiento de óptimas condiciones de entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas en Colombia.

Además, la Ley 2069 del 31 de diciembre de 2020 en Colombia, por la cual se impulsa el emprendimiento en Colombia tiene por objeto establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad, Dicho marco delinearé un enfoque regionalizado de acuerdo a las realidades socioeconómicas de cada región.

Por último, la resolución 3205 del 28 de noviembre 2008: "Por la cual se reglamentan las funciones de los Consejos regionales de las MiPymes y se fijan directrices para su organización y funcionamiento".

Por último, la Ley 550 de 1999, por la cual se establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial y la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas y lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley.

3 Aspectos Metodológicos de la Investigación

3.1 Enfoque y Tipo de Estudio

Considerando que la investigación va dirigida al análisis de los factores de éxito o fracaso empresarial de las microempresas del sector comercio en el corregimiento de la Mata, Cesar. El enfoque metodológico es el cuantitativo, pues se fundamenta en un panorama lógico y deductivo que busca formular hipótesis para probarlas con el desarrollo de los resultados de la presente investigación. Así mismo, los estudios cuantitativos deducen la investigación a partir de variables que prueban numéricamente los resultados. (Hernández & Fernández, 2016).

Por otro lado, el tipo de investigación de este estudio es el descriptivo, el cual trabaja sobre la realidad de los hechos o los fenómenos y tiene como primordial característica la interpretación. Tamayo (2004) infiere que la investigación descriptiva utiliza criterios sistemáticos que ponen en manifiesto el comportamiento y estructura del hecho, especificando característica, propiedades, y rasgos, recolectados por diarios de campo para describir lo que se investiga (Tamayo, 2004).

3.2 Diseño de la Investigación.

El diseño de la presente investigación apunta al sondeo de campo, pues se observan fenómenos tal como ocurren naturalmente, sin intervenir en su desarrollo. Es por esto que, especificando el diseño de la investigación, esta partirá de lo transeccional, pues los datos son recolectados en un solo momento y un solo tiempo; el propósito de la especificidad de este diseño radica en la descripción de variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (Guerrero y Guerrero, 2014).

Cabe destacar que, el sondeo de campo es una tipología que ayuda a obtener información de fuentes primarias, dicha información se extraerá en el mismo lugar donde ocurren los eventos, siendo estos datos recopilados definidos como válidos y confiables. La información será extraída de los actores inmersos en la problemática investigada, lo que permitirá establecer una situación real y una condición actual de los mismos.

3.3 Formulación De Hipótesis

Conforme a la naturaleza de la presente investigación y siguiendo los lineamientos que conlleva el análisis de los factores de éxito o fracaso empresarial en las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar, se presentan los siguientes paradigmas:

Hipótesis afirmativa:

Las microempresas del sector comercio del corregimiento de la Mata, Cesar, poseen factores de fracaso empresarial por el desconocimiento de estrategias que le permitan el sostenimiento y desarrollo comercial.

Hipótesis negativa:

La aplicación de estrategias para el sostenimiento y desarrollo comercial, ha contribuido a las microempresas del sector comercio del corregimiento de la Mata, Cesar, a lograr el éxito empresarial.

3.4 Sistema de variables

Las variables que contempla este estudio, se operacionalizan de la siguiente manera:

Tabla 5.

Cuadro de operacionalización de variables

Tipo de variable	Conceptualización	Propósito	Dimensiones	Indicadores
Variable dependiente: Análisis de los factores de éxito o fracaso empresarial en las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar	Análisis de factores de éxito o fracaso empresarial, considerando los elementos que infieran en el desarrollo organizacional de las microempresas.	Realizar la caracterización de las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar. Identificar las causas de éxito y fracaso de las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar	Económicas Sociales Políticas Económicas Sociales Políticas	1 caracterización de las microempresas del sector comercio # de factores de éxito y fracaso empresarial de las microempresas

Variable independiente: Establecer estrategias de sostenibilidad empresarial	Definición de estrategias empresariales que logren la sostenibilidad organizacional de las microempresas del sector comercio	de	Establecer estrategias de sostenibilidad empresarial para las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar.	Económicas Sociales Políticas	# de estrategias que logren la sostenibilidad y el éxito empresarial
---	--	----	--	-------------------------------------	--

3.5 Población, Tipo de Muestreo y Muestra

3.5.1 Población.

La población estipulada para este estudio la conforman 50 microempresas ubicadas en el corregimiento de la Mata, Cesar. Cabe mencionar que, dicha información fue suministrada por la Cámara de Comercio De Aguachica. (Ver apéndice 2)

3.5.2 Determinación de la muestra

Al poseer una población de 50 micro empresas del sector comercio en el corregimiento de la Mata, Cesar, la muestra será la misma cantidad de la población total, esto debido a que la población a estudiar es menor a cien (100).

3.6 Fuentes y Técnicas para la Recolección de la Información

3.6.1 Fuentes de información primarias.

Observación Directa: Por medio de esta técnica se describió, interpretó, y explicó lo percibido durante el desarrollo de la presente investigación.

La entrevista: Para la recolección de la información fue necesaria la utilización del instrumento de medición de tipo entrevista semiestructurada, la cual es definida según Lanuez y Fernández (2014) como el método empírico, basado en la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto o los sujetos de estudio, para obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema. Cabe mencionar que, con este método el investigador puede exponer el propósito del estudio y especificar la información que necesita para el desarrollo

de la investigación, y así asegurar mejores respuestas, al aclarar preguntas o dudas, si hubiera una interpretación errónea. Y después, permite al investigador asegurar que cada individuo de la muestra haya respondido todas las preguntas establecidas en dicha entrevista.

Dicha entrevista fue realizada para determinar los factores de éxito o de fracaso empresarial en las microempresas del sector comercio, la cual constó de 15 preguntas de tipo abiertas, determinando los elementos que influyen en el eficiente desarrollo empresarial y económico de las empresas objeto de estudio.

3.6.2 Fuentes de información secundaria.

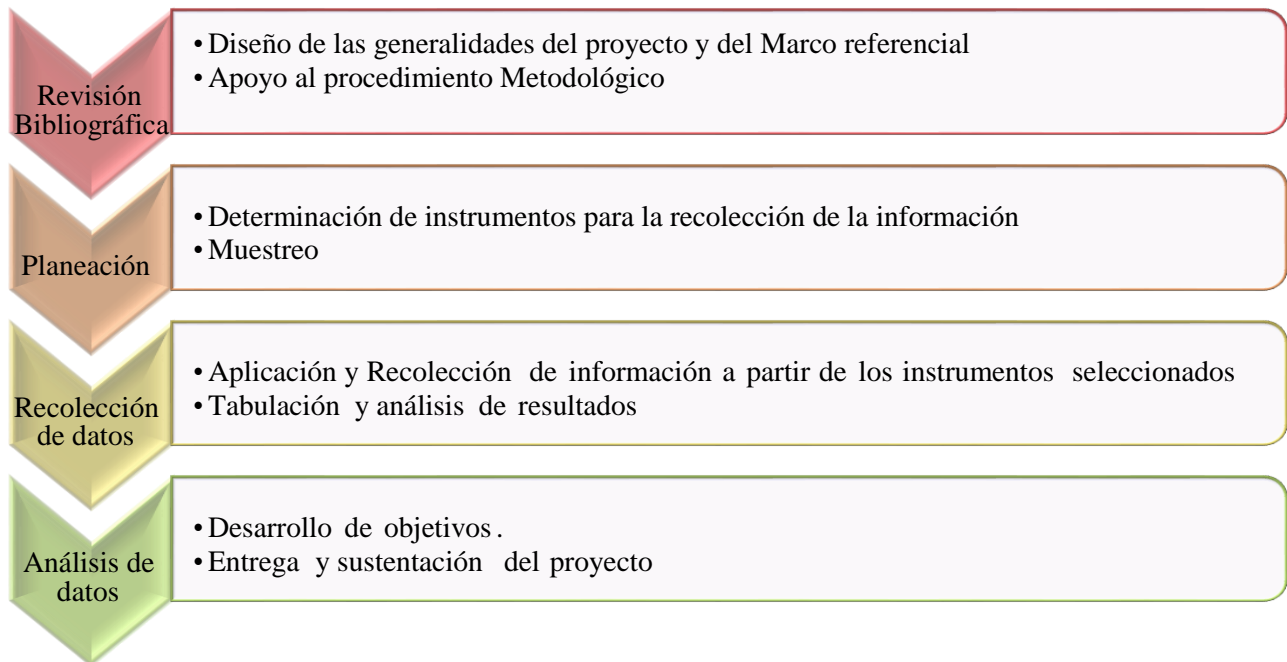
Para complementar el desarrollo de los objetivos fue relevante la información bibliográfica y documental de diferentes bases de datos, tales como el Departamento Nacional de planeación, TERRIDATA, La Cámara de Comercio de Aguachica y diferentes recursos web, que dieron soporte investigativo al enfoque y tipo de la investigación.

3.7 Procedimiento

El procedimiento llevado a cabo para el desarrollo de los resultados del presente estudio conforme a los lineamientos del enfoque cuantitativo de tipo descriptivo y diseño transeccional con sondeo de campo se presenta a continuación:

Gráfica 5.

Procedimiento metodológico



3.8 Análisis para el Procesamiento de la Información

Siguiendo los lineamientos del enfoque cuantitativo, y siguiendo los lineamientos de la metodología de recolección de la información, con base a la entrevista, la observación directa y gestión documental, además de la información suministrada por las fuentes secundarias, se utilizó como análisis de información la cual se centra en el contestar visiones o enfoques a partir de los datos recolectados, los cuales se unen para estudiar un tipo de fenómeno, que para este caso; hace énfasis en el análisis de información e impacto generado.

4 Esquema Temático

Este capítulo contiene el desarrollo de los diferentes estudios que demuestran el análisis de los factores de éxito o fracaso empresarial de las microempresas del sector comercio en el corregimiento de la Mata, Cesar.

4.1 Identificar las causas de éxito y fracaso de las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar.

Hoy por hoy, la gestión de las empresas a nivel general siempre conlleva a errores, el camino a cualquier tipo de triunfo siempre debe pasar por innumerables tipos de fallas dentro de las organizaciones. En pocas palabras, para poder tener éxito en cualquier iniciativa comercial se infiere que este proceso tuvo que haber fracasado en intentos anteriores para poder lograr el cometido. Es por esto que, se determina que el fracaso es una variable que juega un papel muy fundamental en el camino al éxito de cualquiera organización, claro, siempre y cuando esta se tome como factor de enseñanza.

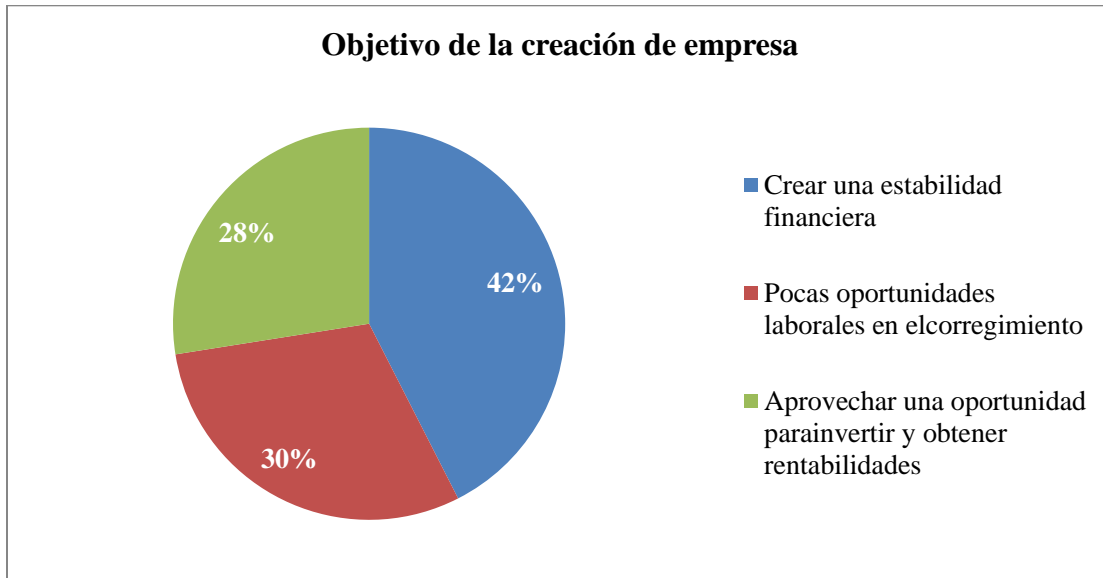
Ahora bien, el presente objetivo se desarrolló por medio de la aplicación del instrumento de recolección de información de tipo entrevista semiestructurada, donde se recopiló información veraz, clara y consistente a cerca de los factores de éxito y de fracaso de las microempresas del sector comercio, del corregimiento de la Mata, en el departamento del Cesar. Dicho instrumento se llevó a cabo con el propósito principal de identificar por medio de la experiencia comercial de los microempresarios de esta región, los factores ya sean internos o externos que desde su perspectiva, generen el éxito o el fracaso de sus organizaciones.

Antes de entrar en materia, es importante observar el contexto de las microempresas del sector comercio de esta localidad. Por ende, a continuación podemos observar cuales fueron los objetivos por los cuales dichas organizaciones fueron constituidas, que niveles académicos poseen los encargados o dueños de estos negocios, que tiempo llevan funcionando en el mercado y cuál ha sido el origen de sus fondos para poder financiar la empresa.

Partiendo de lo anterior, el propósito principal por el cual los microempresarios de la Mata se incentivaron a crear empresa fue por los siguientes factores:

Gráfica 6.

Motivación de la creación de empresas por parte de los microempresarios

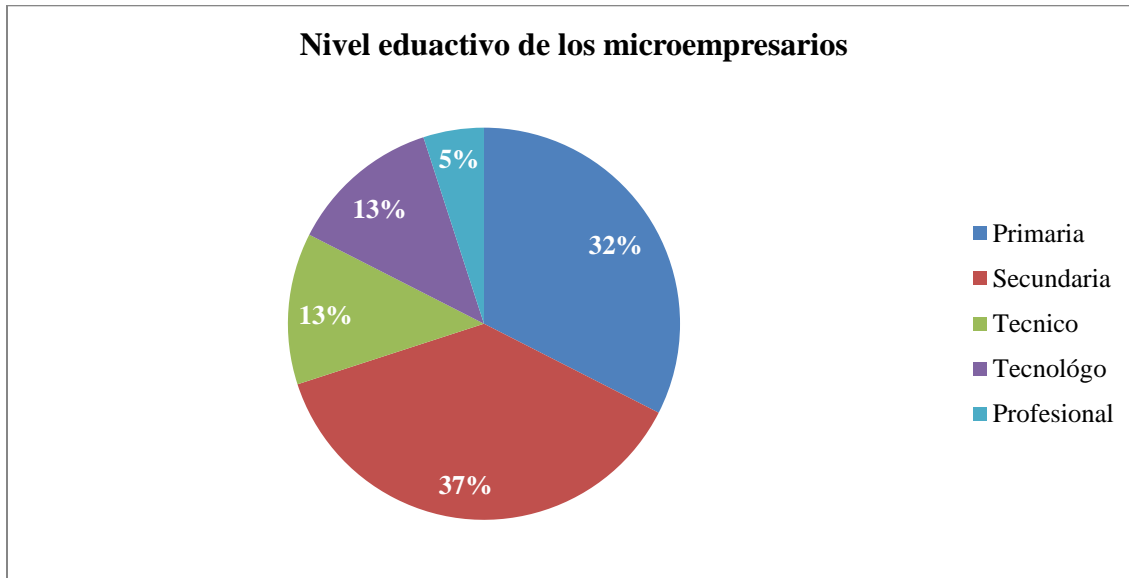


Como se puede observar en la gráfica anterior, 17 de los 50 microempresario respondieron que el propósito principal por el cual crearon empresa fue por la búsqueda de una estabilidad financiera. Por otro lado, 12 de ellos establecieron que tuvieron esta iniciativa de crear tejido empresarial por las pocas oportunidades laborales en el corregimiento. Y por último, 11 de los empresarios lo hicieron para aprovechar la oportunidad de invertir y obtener rentabilidades.

En cuanto al nivel académico de estos microempresarios oscila desde el grado de primaria hasta lo profesional. Donde con un 32.5% de los empresarios encuestados solo han realizado estudios de primaria. El 37.5% respondieron que culminaron sus estudios hasta el grado de secundaria. El 12.5% manifiestan que poseen estudios técnicos, donde con otro 12.5% establecen que realizaron estudios de tecnologías y únicamente el 5% de estos son profesionales, culminando una carrera universitaria, estos mostrados a continuación:

Gráfica 7.

Nivel de formación de los empresarios



Es importante resaltar que, las microempresas de este corregimiento llevan un tiempo significativo en el funcionamiento de sus actividades comerciales, donde el 42.5% de los empresarios establecen que sus empresas llevan en el mercado de 15 a 20 años. Además, el 22.5% manifiesta que su operación va desde los 10 a 15 años en el mercado. Además, el 12.5% hacen referencia que sus empresas han estado en el mercado de 20 a 25 años. Con un 7.5% de los encuestados declaran que sus negocios llevan en función de 1 a 5 años.

Otro 7.5% de los entrevistados dicen que sus negocios llevan de 5 a 10 años en funcionamiento y por último, un 7.5% revelan que llevan de 25 años en adelante. Sin embargo, la sostenibilidad de estas empresas en el transcurso del tiempo se ha llevado a cabo debido a que, dichas organizaciones en muchos periodos solo han logrado generar recursos para tener a flote sus negocios, no generando rentabilidades, simplemente manteniéndose en un punto de equilibrio la gran mayoría de ellas.

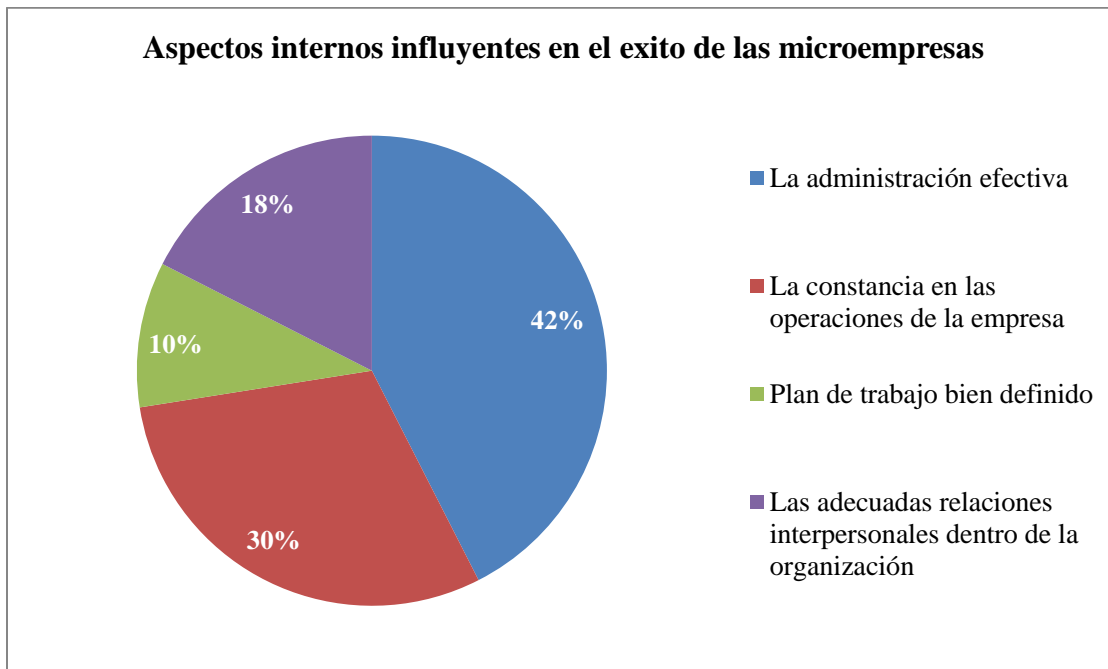
4.1.1 Factores internos y externos que pueden influir en de éxito de las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar.

Las causas de éxito mostradas a continuación, están basadas desde las perspectivas de los microempresarios y estas están constituidas en factores internos y externos que pueden intervenir en el éxito de estas organizaciones. Cabe resaltar que, toda la información aquí expuesta fue recopilada por medio del instrumento de recolección de información aplicado en la presente investigación.

Ahora bien, desde una perspectiva interna, los aspectos que los empresarios consideran han sido influyentes en el éxito de sus empresas son los mostrados en la siguiente gráfica:

Gráfica 8.

Factores determinantes en el éxito interno de las microempresas del corregimiento de la Mata, Cesar.



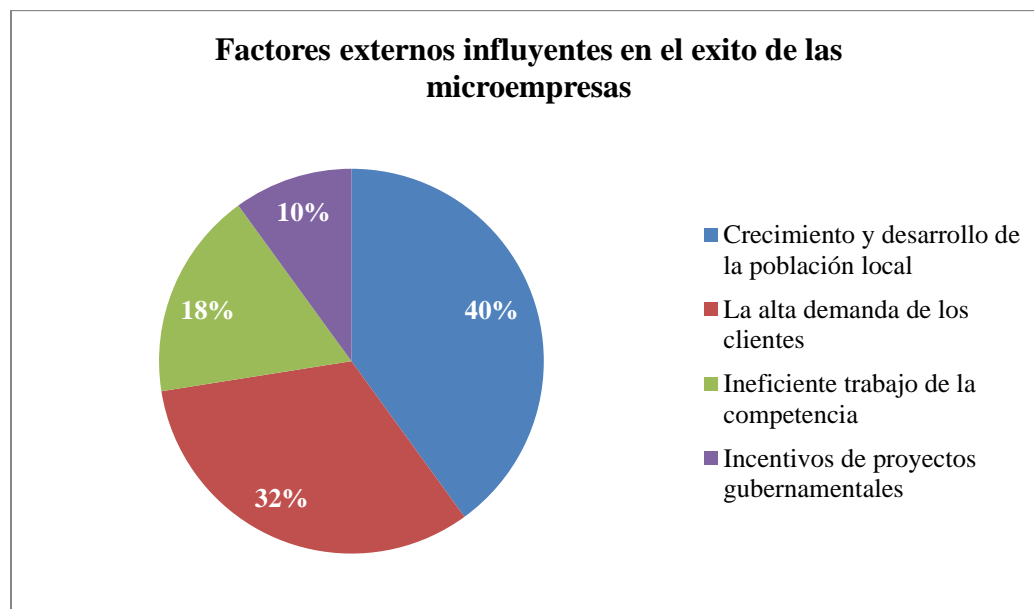
Aquí se puede entrever que, para el 42% de los empresarios la administración efectiva ha sido de suma importancia para poder lograr el éxito en sus organizaciones, en el tiempo que llevan ejecutando sus actividades comerciales. Otro punto es que, el 30% de estos respondieron que la

constancia en las operaciones de la empresa es determinante. Además, el 18% respondieron que las adecuadas relaciones interpersonales son importantes dentro de la empresa. Y por último, el 10% de los empresarios manifestaron que un plan de trabajo bien definido es un factor indispensable para poder lograr el éxito empresarial.

Por otra parte, desde la perspectiva externa los microempresarios revelaron que, los factores externos que influyen en el éxito de sus empresas son los siguientes:

Gráfica 9.

Factores externos determinantes en el éxito de las microempresas del corregimiento de la Mata, Cesar.



En la gráfica anterior se puede evidenciar que, el 40% de los empresarios manifestaron que el crecimiento y desarrollo de la población ha sido un factor muy importante en el éxito de sus organizaciones. En cambio el 30% de ellos determina que la alta demanda de los clientes ha llevado a cabo que sus empresas hayan conseguido sus cometidos. Además, el 18% de los empresarios manifiestan que el ineficiente trabajo que lleva a cabo la competencia, les ha permitido que sus empresas hayan sido eficientes y hayan logrado el éxito. Por último, el 10% hicieron referencia a que los incentivos de proyectos gubernamentales llevados a cabo en el corregimiento han sido, al transcurrir los años; una herramienta fundamental para el logro del éxito empresarial en sus organizaciones.

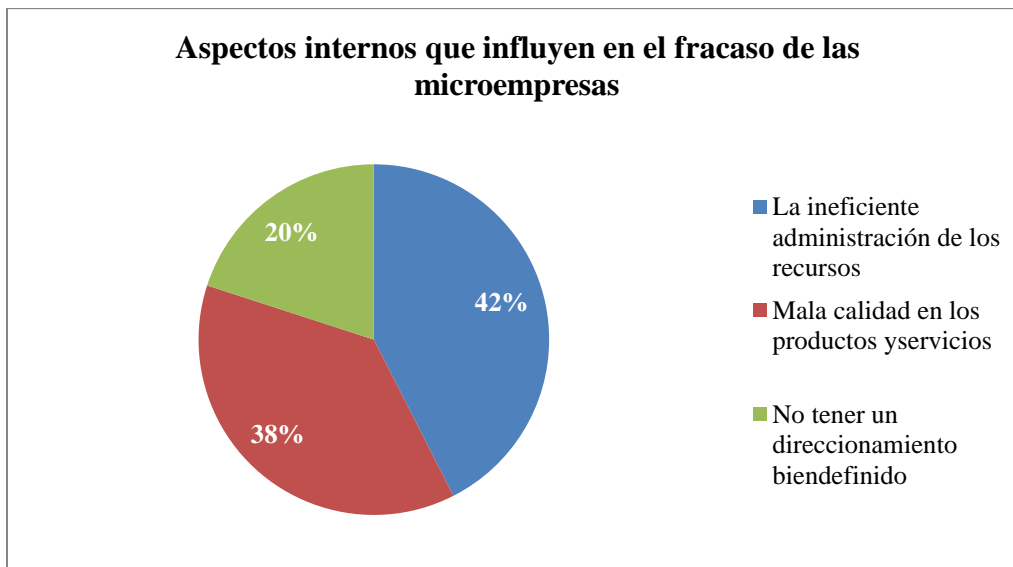
4.1.2 Factores internos y externos que pueden influir en el fracaso de las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar.

Actualmente cualquier organización sin importar su actividad económica, no está ajena a pasar por adversidades en el desarrollo de su actividad comercial. Partiendo de lo anterior, aunque las empresas basen sus esmeros en la búsqueda del éxito continuo de sus empresas, siempre habrán factores que puedan influir en el fracaso de las mismas, esto puede deberse a aspectos internos o externos que impidan de una u otra manera el eficiente desarrollo económico de sus negocios.

Ahora bien, los aspectos internos que los microempresarios han determinado como impedimento en el desarrollo de sus actividades comerciales hacia la búsqueda del éxito empresarial, serán mostrados a continuación:

Gráfica 10.

Factores internos que pueden influir en el fracaso de las microempresas



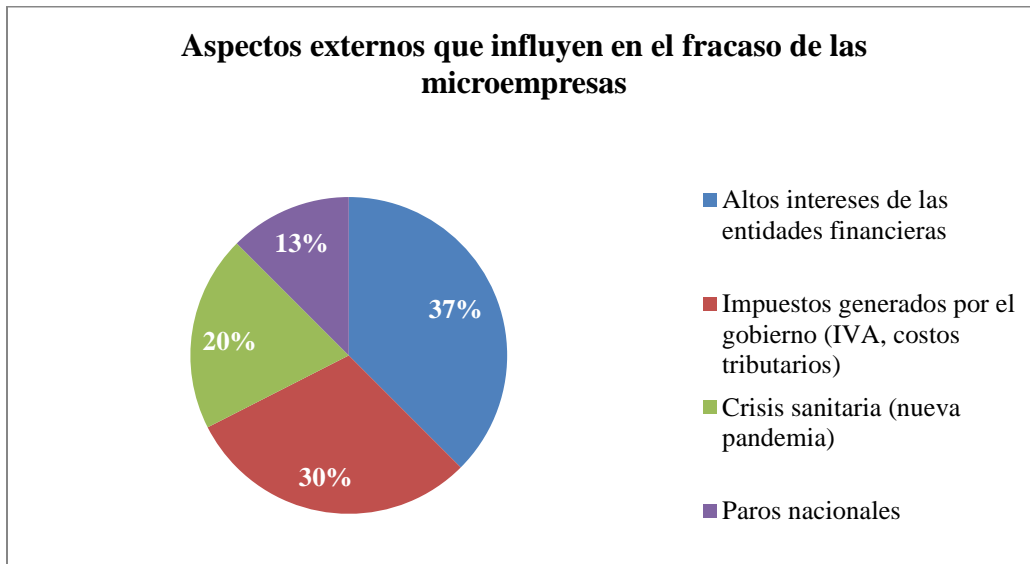
Es aquí, donde por medio de la gráfica anterior se puede evidenciar que, el 42% de los entrevistados respondieron que uno de los factores principales que influyen en el fracaso de sus empresas, es la ineficiente administración de los recursos. Por el contrario, la mala calidad en los servicios en los productos y servicios que se ofertan, comprenden un 38% de los microempresarios.

Por último, el 20% de los empresarios manifestaron que el no tener un direccionamiento bien definido, les ha permitido caer en errores internos y así; no lograr el éxito empresarial.

Por otra parte, desde la perspectiva externa los microempresarios revelaron que, los factores externos que pueden influir en el fracaso de sus negocios son los mostrados a continuación:

Gráfica 11.

Factores externos que pueden intervenir en el fracaso de las microempresas



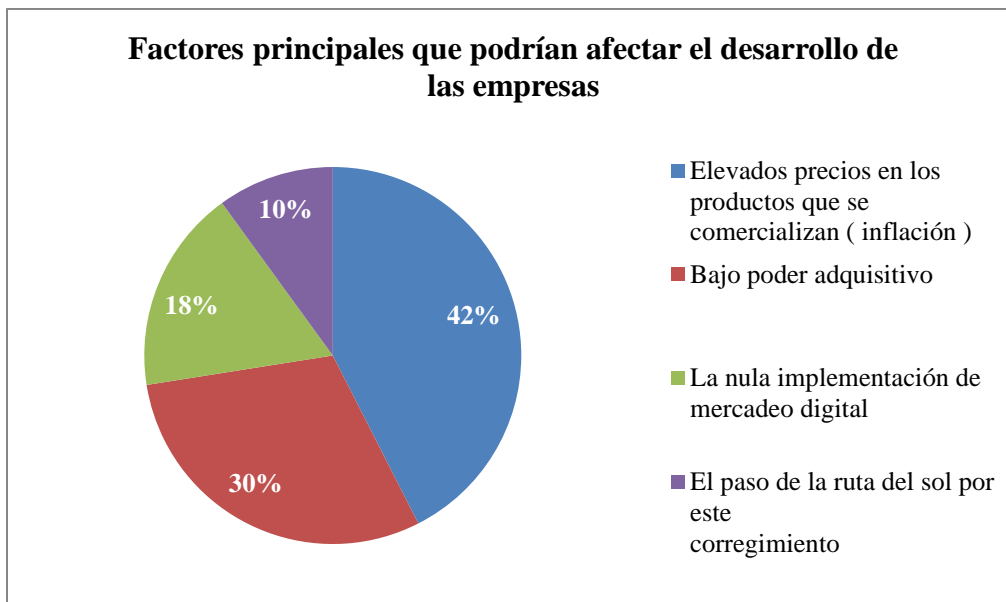
Los factores que han sido un determinante en el fracaso de las microempresas, son los altos intereses de las entidades financieras, lo cual comprendió un 37% del total de los empresarios entrevistados. Por otra parte, el 30% infieren que los impuestos generados por el gobierno nacional, como el IVA y los costos tributarios, son aspectos que consideran pueden influir en el fracaso de sus negocios. Además, el 20% creen que una nueva crisis sanitaria “nueva pandemia” es un factor con mayor probabilidad de influir en el fracaso rotundo de sus empresas. Y por último, el 13% determina que los paros nacionales afectan demasiado su actividad comercial y que la duración prolongada de estos pueda en gran medida, acabar con sus negocios.

4.1.3 Factores que pueden afectar el desarrollo y la gestión de las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar.

Además de los factores anteriormente expuestos, las microempresas del sector comercio revelaron otros elementos que pueden afectar el desarrollo efectivo de sus empresas, mostrados a continuación:

Gráfica 12.

Componentes que pueden afectar el desarrollo de las microempresas.

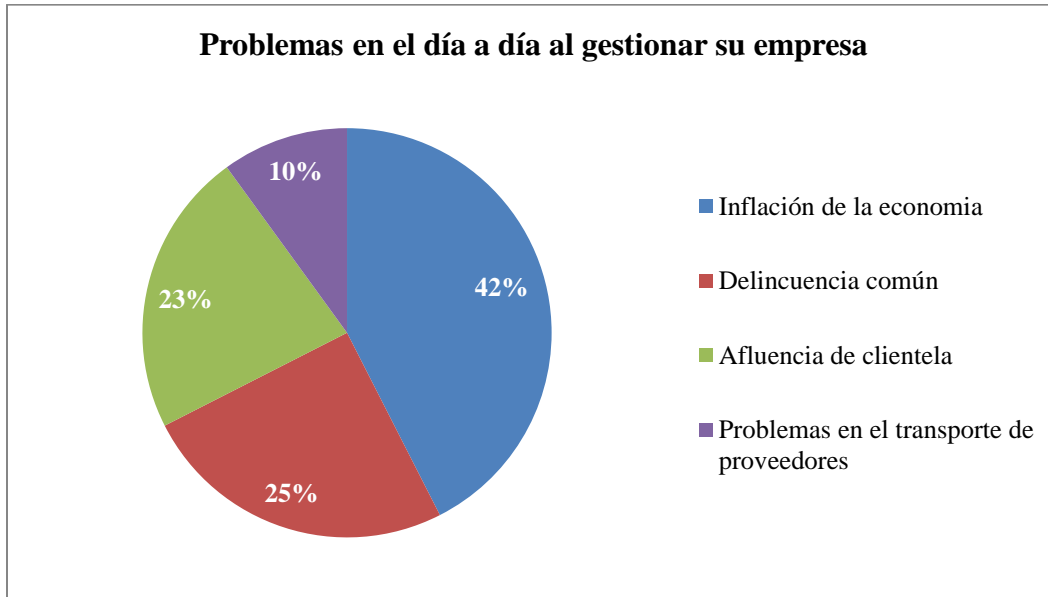


En la gráfica anteriormente expuesta, se puede identificar que el 42% de los entrevistados respondieron que los elevados precios en los productos que se comercializan (Inflación), son un factor que puede afectar de manera significativa el desarrollo de las empresas. Por otra parte, el 30% hace referencia al bajo poder adquisitivo de los habitantes del corregimiento. Además, 18% infieren que la nula implementación del mercadeo digital es una causa determinante que puede afectar el desarrollo del negocio. Y por último, el 10% creen que el paso del proyecto “Ruta del sol” por este corregimiento puede afectar el desarrollo de las microempresas por eliminar el paso de los vehículos por esta zona, dejándola fuera de circulación.

Ahora bien, los problemas que pueden encontrar los microempresarios en el día a día, al momento de gestionar sus organizaciones, son los siguientes mostrados en la siguiente gráfica:

Gráfica 13.

Factores negativos que se pueden encontrar en el día a día al gestionar su empresa.



Con un 42%, los entrevistados respondieron que la inflación de la economía es un factor que puede llegar a ser un problema mientras se gestiona la empresa. Por otra parte, el 25% manifiesta que la delincuencia común puede ser un gran problema para el desarrollo de sus negocios. Además, el 23% hacen referencia que la afluencia de la clientela es un factor negativo al gestionar la empresa debido a que, si no hay clientes, no hay ventas. Y por último, el 10% de los microempresarios respondieron que los problemas en el transporte de proveedores puede ser un elemento de cuidado, ya que al llevarse a cabo mal, la empresa se verá afectada.

4.2 Realizar la caracterización de las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar.

Para la realización de este estudio fue necesario el apoyo de la Cámara de Comercio del municipio de Aguachica, Cesar, la cual fue la institución que suministró información clara, veraz y precisa, sobre la cantidad de microempresas del sector comercio legalmente constituidas en el corregimiento de la Mata, en el departamento del Cesar. Cabe resaltar que, para llevar a cabo el

requerimiento de la información ante la institución competente, se llevó a cabo una solicitud por escrito exponiendo los motivos por los cuales se necesitaba dicha información. En un lapso de 5 días hábiles, la institución examina el requerimiento y comunican por correo electrónico la respuesta ante dicha solicitud, como fue en este caso (Ver apéndice 2).

A continuación, podemos observar la caracterización de las microempresas del sector comercio del municipio de la Mata, Cesar, estas referenciadas por razón social, tipo de actividad económica, dirección comercial, número comercial, tamaño de empresa, E-mail comercial, número de trabajadores y total de activos anuales, los cuales para la clasificación de “Microempresa” van desde 0 a 500 salarios mínimo mensuales legales vigentes (SMMLV) el cual está comprendido para el año 2023 en un valor de \$1.160.000 de pesos colombianos.

Tabla 6.

Caracterización de las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar.

Nº	Razón social	Dirección	Ubicación	Email	Ciiu-1	Ciiu-2	Ciiu-3	Tamaño	Nº de trabajadores	Ingresos anuales SMMLV
1	QUINTERO CARVAJA LINO MADELEINE	KDX 219-11 CORREGIMIENTO LA MATA	20383 - LA GLORIA	mafe201169@gmail.com	G4620 ** Comercio al por mayor de materias primas agropecuarias animales vivos	G4774 ** Comercio al por menor de otros productos nuevos en establecimientos especializados		MICROEMPRESA	3	200-300
2	ZOILA FLOR CONTRERAS DE LOPEZ	CARRETERA CENTRAL CORREGIMIENTO LA MATA	20383 - LA GLORIA	lucenith.lopez@outlook.com	I5611 ** Expendio a la mesa de comidas preparadas	I5530 ** Servicio de estancia por horas		MICROEMPRESA	6	300-400
3	PARRA CARRILLO CARMEN GLORIA	KDX 33-7 BARRIO CENTRAL CORREGIMIENTO LA MATA	20383 - LA GLORIA	yumopa20@hotmail.com	G4520 ** Mantenimiento y reparación de vehículos automotores	G4530 ** Comercio de partes piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos automotores	G4732 ** Comercio al por menor de lubricantes (aceites grasas) aditivos y productos de limpieza para vehículos automotores	MICROEMPRESA	2	0-100

4	CHINCHIL LA HERNAND EZ LUIS DANIEL	CARRERA 3 2-83 CORREGIM IENTO LA MATA	20383 - LA GLORIA	ferrelcruce_20 06@hotmail.c om	G4752 ** Comercio al por menor de artículos de ferretería pinturas y productos de vidrio en establecimient os especializados	MICROE MPRESA	4	400-500
5	RIVERA QUINTERO WILSON	CORREGIM IENTO LA MATA CARRERA 3 1-13	20383 - LA GLORIA	wilsonrivera12 20@gmail.co m	G4773 ** Comercio al por menor de productos farmacéuticos y medicinales cosméticos y artículos de tocador en establecimient os especializados	MICROE MPRESA	2	300-400

6	ROCHA MARTINE Z ROBERTO	CARRERA 3 3 A - 77 CORREGIM IENTO DE LA MATA	20383 - LA GLORIA	rochamartinez @gmail.com	G4711 ** Comercio al por menor en establecimient os no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) o tabaco			MICROE MPRESA	3	100-200
7	LAZARO NAVARRO ALIRIO	CALLE 2 4- 72 CORREGIM IENTO LA MATA	20383 - LA GLORIA	alirio.lazaro33 @gmail.com	G4761 ** Comercio al por menor de libros periódicos materiales y artículos de papelería y escritorio en establecimient os especializados	G4759 ** Comercio al por menor de otros artículos domésticos en establecimient os especializados	G4792 ** Comercio al por menor realizado a través de casas de venta o por correo	MICROE MPRESA	2	0-100

8	PEREZ CHOGO FRANKLY	CARRERA 3 2-70 LA MATA	20383 - LA GLORIA	franklyperez@ hotmail.com	G4752 ** Comercio al por menor de artículos de ferretería pinturas y productos de vidrio en establecimient os especializados	N7730 ** Alquiler y arrendamiento de otros tipos de maquinaria equipo y bienes tangibles n.c.p.	H4923 ** Transporte de carga por carretera	MICROE MPRESA	4	300-400
9	CHOGO MEJIA LUZ HORTENCI A	CARRERA 3 2-58 CORREGIM IENTO LA MATA	20383 - LA GLORIA	luzchogo.9@h otmail.com	I5511 ** Alojamiento en hoteles	G4724 ** Comercio al por menor de bebidas y productos del tabaco en establecimient os especializados	L6810 ** Actividades inmobiliarias realizadas con bienes propios o arrendados	MICROE MPRESA	3	200-300
10	ECOTECH OIL & GAS S.A.S.	KDX 21 CORREGIM IENTO LA MATA	20383 - LA GLORIA	maye- rey@hotmail.c om	G4520 ** Mantenimient o y reparación de vehículos automotores	G4732 ** Comercio al por menor de lubricantes (aceites grasas) aditivos y productos de limpieza para vehículos automotores	E3830 ** Recuperació n de materiales	MICROE MPRESA	5	200-300

11	BOTELLO MARIA DEL CARMEN	CORREGIM IENTO LA MATA CARRERA 3 3-82	20383 - LA GLORIA	franklyperez@ hotmail.com	I5511 ** Alojamiento en hoteles	I5611 ** Expendio a la mesa de comidas preparadas	H5221 ** Actividades de estaciones vías y servicios complement arios para el transporte terrestre	MICROE MPRESA	4	100-200
12	INVERSIO NES CALDERO N CHINCHIL LA S.A.S.	KDX 34 CORREGIM IENTO LA MATA SALIDA A PELAYA	20383 - LA GLORIA	contadoredsla mata@hotmail .com	G4732 ** Comercio al por menor de lubricantes (aceites grasas) aditivos y productos de limpieza para vehículos automotores	L6810 ** Actividades inmobiliarias realizadas con bienes propios o arrendados		MICROE MPRESA	2	100-200
13	URIBE LOZANO GERMAN	CARRERA 3 2-35 CALLE CENTRAL CORREGIM IENTO LA MATA	20383 - LA GLORIA	ugerman350@ gmail.com	G4711 ** Comercio al por menor en estableciment os no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) o tabaco			MICROE MPRESA	6	200-300

14	GALVEZ GARCIA HECTOR ENRIQUE	CARRERA 3 106 CORREGIM IENTO LA MATA	20383 - LA GLORIA	victorghector0 305@hotmail. com	G4741 ** Comercio al por menor de computadores equipos periféricos programas de informatica y equipos de telecomunicac iones en establecimient os especializados	H5310 ** Actividades postales nacionales	H5320 ** Actividades de mensajería	MICROE MPRESA	2	0-100
15	RENDON LOPEZ NORALBA	CORREGIM IENTO LA MATA CALLE 2 4- 134	20383 - LA GLORIA	norarelo@hot mail.com	G4773 ** Comercio al por menor de productos farmacéuticos y medicinales cosméticos y artículos de tocador en establecimient os especializados	G4759 ** Comercio al por menor de otros artículos domésticos en establecimient os especializados	G4719 ** Comercio al por menor (víveres en general) bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) y tabaco	MICROE MPRESA	2	100-200

16	CACERES BOTELLO MAYERLY	KDX 120 CORREGIM IENTO LA MATA	20383 - LA GLORIA	kateloms@mis ena.edu.co	G4711 ** Comercio al por menor en establecimient os no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) o tabaco	MICROE MPRESA	2	0-100
17	JOSE GREGORI O TORO BACA	KDX 33 CORREGIM IENTO LA MATA	20383 - LA GLORIA	josegretoro@h otmail.com	I5611 ** Expendio a la mesa de comidas preparadas	MICROE MPRESA	2	0-100
18	MARTINE Z VILLEGAS LEONARD O	CARRERA 3 2 99 BARRIO CENTRO CORREGIM IENTO LA MATA	20383 - LA GLORIA	leonedith1982 @hotmail.com	G4723 ** Comercio al por menor de carnes (incluye aves de corral) productos cárnicos pescados y productos de mar en establecimient os especializados	MICROE MPRESA	3	0-100

19	RODRIGUEZ DIAZ MARIANA	CARRERA 3 1-30 CORREGIMIENTO LA MATA	20383 - LA GLORIA	marodial24@hotmail.com	G4741 ** Comercio al por menor de computadores equipos periféricos programas de informatica y equipos de telecomunicaciones en establecimientos especializados	H5310 ** Actividades postales nacionales	MICROEMPRESA	3	100-200	
20	MARGARETH PARRA CHIQUILLO	KILOMETRO 3 VIA AYACUCHO LA MATA CESAR BATAILLON BAEV3	20383 - LA GLORIA	margarethparrach@gmail.com	G4771 ** Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados	G4719 ** Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en general) bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) y tabaco	R9200 ** Actividades de juegos de azar y apuestas	MICROEMPRESA	3	0-100

21	FLOREZ CARVAJA LINO JEAN CARLOS	CORREGIM IENTO DE LA MATA	20383 - LA GLORIA	florezcarvajali nojeancarlos@ gmail.com	R9329 ** Otras actividades recreativas y de esparcimiento n.c.p.	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimient o	MICROE MPRESA	3	0-100
22	LOPEZ CONTRER AS LUCENIT	CORREGIM IENTO LA MATA	20383 - LA GLORIA	lucenith.lopez @outlook.com	G4721 ** Comercio al por menor de productos agrícolas para el consumo en establecimient os especializados	A0121 ** Cultivo de frutas tropicales y subtropicales	MICROE MPRESA	4	100-200
23	LACTEOS VILLA MAFE (2) SAS ZOMAC	KDX 219 1 CORREGIM IENTO LA MATA	20383 - LA GLORIA	febq91@gmail .com	G4722 ** Comercio al por menor de leche productos lácteos y huevos en establecimient os especializados	G4620 ** Comercio al por mayor de materias primas agropecuarias animales vivos	MICROE MPRESA	8	300-400

24	EDS QUINBO 1 S.A.S.	PARCELA LA FORTUNA LOTE 2 VEREDA LOS CACAO KM 1 + 200 VIA DEPARTA MENTAL LA MATA - LA GLORIA CESAR	20383 - LA GLORIA	edsquinbo1.sas@gmail.com	G4731 ** Comercio al por menor de combustible para automotores		MICROE MPRESA	6	200-300
25	TRANSPORTES YUMAR SAS	CALLE 4 3 - 35 CORREGIMIENTO LA MATA	20383 - LA GLORIA	yumopa20@hotmail.com	H4923 ** Transporte de carga por carretera	G4663 ** Comercio al por mayor de materiales de construcción artículos de ferretería pinturas productos de vidrio equipo y materiales de fontanería y calefacción	MICROE MPRESA	3	100-200
26	J.ROMO SAS	CORREGIMIENTO LA MATA CALLE 4 3 36	20383 - LA GLORIA	jorstinromopabon@gmail.com	G4620 ** Comercio al por mayor de materias primas agropecuarias animales vivos	G4631 ** Comercio al por mayor de productos alimenticios	MICROE MPRESA	4	100-200

27	TAPIAS BOTELLO LUZ ANGELIN A	CORREGIM IENTO LA MATA KDX 22 3	20383 - LA GLORIA	luzangel38@h otmail.com	J6190 ** Otras actividades de telecomunicac iones	G4761 ** Comercio al por menor de libros periódicos materiales y artículos de papelería y escritorio en establecimient os especializados	MICROE MPRESA	2	0-100
28	TAPIAS BOTELLO VERONIC A DOLORES	CARRERA 3 3 08 CORREGIM IENTO DE LA MATA	20383 - LA GLORIA	verito0324132 4@gmail.com	I5611 ** Expendio a la mesa de comidas preparadas		MICROE MPRESA	5	0-100
29	GONZALE Z VASQUEZ MEDARDO	CALLE 2 4- 94 CORREGIM IENTO LA MATA	20383 - LA GLORIA	medardogonza lez462@gmail .com	G4721 ** Comercio al por menor de productos agrícolas para el consumo en establecimient os especializados	G4759 ** Comercio al por menor de otros artículos domésticos en establecimient os especializados	MICROE MPRESA	2	0-100

30	SERVIAGROMYB S.A.S. ZOMAC	CALLE 13-11 CORREGIMIENTO LA MATA	20383 - LA GLORIA	serviagromyb@gmail.com	G4653 ** Comercio al por mayor de maquinaria y equipo agropecuarios	G4732 ** Comercio al por menor de lubricantes (aceites grasas) aditivos y productos de limpieza para vehículos automotores	G4530 ** Comercio de partes piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos automotores	MICROEMPRESA	3	0-100
31	SUAREZ SARABIA JIMMY	CALLE 65-30 BARRIO LAS BRISAS CORREGIMIENTO LA MATA	20383 - LA GLORIA	electricairespluss10@gmail.com	F4321 ** Instalaciones eléctricas	G4752 ** Comercio al por menor de artículos de ferretería pinturas y productos de vidrio en establecimientos especializados	F4322 ** Instalaciones de fontanería calefacción y aire acondicionado	MICROEMPRESA	2	0-100
32	ALDANA MANTILLA ZULY YORLEY	KDX 115-1 CORREGIMIENTO LA MATA	20383 - LA GLORIA	zudari21@hotmail.com	G4541 ** Comercio de motocicletas y de sus partes piezas y accesorios	G4542 ** Mantenimiento y reparación de motocicletas y de sus partes y piezas		MICROEMPRESA	6	0-100

33	LOPEZ CONTRERAS DOMINGO ALBERTO	CARRERA 3 3A-43 CORREGIMIENTO LA MATA	20383 - LA GLORIA	sunday277@hotmail.com	J6190 ** Otras actividades de telecomunicaciones	G4719 ** Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en general) bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) y tabaco	S9522 ** Mantenimiento y reparación de aparatos y equipos domésticos y de jardinería	MICROEMPRESA	2	0-100
34	FANDIÑO MARTINEZ LEIDY VANNESA	CALLE 1A 3-07 LOCAL 1 CORREGIMIENTO LA MATA	20383 - LA GLORIA	vanesa201620@gmail.com	G4741 ** Comercio al por menor de computadores equipos periféricos programas de informática y equipos de telecomunicaciones en establecimientos especializados	J6120 ** Actividades de telecomunicaciones inalámbricas	J6190 ** Otras actividades de telecomunicaciones	MICROEMPRESA	2	0-100

35	GARCIA BARBOSA MANUEL DE JESUS	CALLE LA GLORIA CASA KDX 88-7 CORREGIM IENTO LA MATA	20383 - LA GLORIA	manuelgarciab arvosa@gmail .com	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimient o	R9329 ** Otras actividades recreativas y de esparcimiento n.c.p.	I5530 ** Servicio de estancia por horas	MICROE MPRESA	3	0-100
36	CONTRER AS CARVAJA L SANDRA MILENA	CORREGIM IENTO LA MATA KDX 107 2	20383 - LA GLORIA	samycc2009@ gmail.com	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimient o	G4711 ** Comercio al por menor en establecimient os no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) o tabaco		MICROE MPRESA	3	0-100
37	LUZ MILA CASTILLO SEPULVED A	CARRERA 3 3 19 CORREGIM IENTO LA MATA	20383 - LA GLORIA	daferjacas@g mail.com	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimient o	N7729 ** Alquiler y arrendamiento de otros efectos personales y enseres domésticos n.c.p.		MICROE MPRESA	4	0-100

38	DAVID ANTONIO LAZARO LOPEZ	CORREGIM IENTO LA MATA CALLE 2 4 72 VIA LA GLORIA	20383 - LA GLORIA	lubrilazd@gm ail.com	G4732 ** Comercio al por menor de lubricantes (aceites grasas) aditivos y productos de limpieza para vehículos automotores	G4541 ** Comercio de motocicletas y de sus partes piezas y accesorios	MICROE MPRESA	6	0-100	
39	INVERHAL SAS	CALLE CENTRAL CORREGIM IENTO LA MATA	20383 - LA GLORIA	contador@lub rixel.com	G4731 ** Comercio al por menor de combustible para automotores	G4732 ** Comercio al por menor de lubricantes (aceites grasas) aditivos y productos de limpieza para vehículos automotores	MICROE MPRESA	3	0-100	
40	AGROPEC UARIA VILLA MAFE M.F. SAS ZOMAC	KDX 219-11 APTO 1 CORREGIM IENTO LA MATA	20383 - LA GLORIA	agropecuariavi llamafe@gmai l.com	G4721 ** Comercio al por menor de productos agrícolas para el consumo en establecimient os especializados	G4620 ** Comercio al por mayor de materias primas agropecuarias animales vivos	G4752 ** Comercio al por menor de artículos de ferretería pinturas y productos de vidrio en establecimie ntos especializad os	MICROE MPRESA	2	100-200

41	ANGARITA A NAVARRO DELMAR ALFONSO	CALLE 2 3 91 BARRIO CALLE CENTRAL CORREGIM IENTO LA MATA	20383 - LA GLORIA	angaritadelmar 39@gmail.co m	G4711 ** Comercio al por menor en establecimient os no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) o tabaco	G4723 ** Comercio al por menor de carnes (incluye aves de corral) productos cárnicos pescados y productos de mar en establecimient os especializados	G4722 ** Comercio al por menor de leche productos lácteos y huevos en establecimie ntos especializad os	MICROE MPRESA	3	0-100
42	LAZARO GUTIERRE Z HENRY	CORREGIM IENTO LA MATA CALLE 2 4 72	20383 - LA GLORIA	lazguthenry@ gmail.com	G4541 ** Comercio de motocicletas y de sus partes piezas y accesorios	G4732 ** Comercio al por menor de lubricantes (aceites grasas) aditivos y productos de limpieza para vehículos automotores		MICROE MPRESA	3	0-100

43	FLOREZ CARVAJA LINO DANY RUBIELA	KDX 1-20 LOCAL 2 CORREGIM IENTO LA MATA	20383 - LA GLORIA	lau170613@h otmail.com	G4719 ** Comercio al por menor en establecimient os no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en general) bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) y tabaco	G4761 ** Comercio al por menor de libros periódicos materiales y artículos de papelería y escritorio en establecimient os especializados	MICROE MPRESA	3	0-100
44	BALLENA CABALLE RO MIREYA	CR 4 2 A 24 CORREGIM IENTO LA MATA	20383 - LA GLORIA	mballena38@ gmail.com	G4724 ** Comercio al por menor de bebidas y productos del tabaco en establecimient os especializados	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimient o	MICROE MPRESA	2	0-100

45	TARAZON A CAÑIZARE S WILLIAM	KDX 209 C LA MATA	20383 - LA GLORIA	wtarazona91@ gmail.com	G4729 ** Comercio al por menor de otros productos alimenticios n.c.p. en establecimient os especializados	MICROE MPRESA	2	0-100
46	PIANETA MERCADO RUBEN DARIO	CL 6 A NUME 6 56 LA MATA	20383 - LA GLORIA	rpianeta16@g mail.com	G4752 ** Comercio al por menor de artículos de ferretería pinturas y productos de vidrio en establecimient os especializados	MICROE MPRESA	2	0-100
47	VEGA CONTRER AS CARMEN YULEIDIS	KDX 33 C LA MATA	20383 - LA GLORIA	yuleidisvegal 919@gmail.co m	I5611 ** Expendio a la mesa de comidas preparadas	MICROE MPRESA	2	0-100
48	BOLAÑO URSOLA MAGALI	KDX 3 - 31 C LA MATA	20383 - LA GLORIA	angaritaa2307 @gmail.com	I5611 ** Expendio a la mesa de comidas preparadas	MICROE MPRESA	3	0-100

49	GOMEZ SALGUED O ROIBER ANTONIO	K D X 34 14 BRR L A S B R I S A S LA MATA CESAR	20383 - LA GLORIA	roibergomez2 023@outlook. com	G4732 ** Comercio al por menor de lubricantes (aceites grasas) aditivos y productos de limpieza para vehículos automotores	MICROE MPRESA	3	0-100
50	VILARDY QUINTERO GLORISM AR	CARRERA 3 2-45	20383 - LA GLORIA	gloviqui2224 @hotmail.com	G4771 ** Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimient os especializados	MICROE MPRESA	3	0-100

Nota. Elaboración propia con información suministrada por Cámara de Comercio de Aguachica, Cesar.

Partiendo de la anterior información, más la suministrada por el instrumento de recolección de tipo entrevista semiestructurada, se le da desarrollo al siguiente análisis (FODA), donde por medio de este se identificaran las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de las microempresas del sector comercio del corregimiento de la Mata, Cesar, mostradas a continuación:

Gráfica 14.

Análisis FODA de las microempresas del sector comercio

MATRIZ FODA			
FORTALEZA		DEBILIDADES	
F	<ul style="list-style-type: none"> *Administración efectiva *Alta experiencia del personal *Adecuadas relaciones interpersonales dentro de la organización *Calidad de los productos o servicios *Innovación en los procesos *Eficiente comunicación entre los colaboradores 	D	<ul style="list-style-type: none"> *Falta de capacitación del personal *Falta de planificación de metas y objetivos *No poseen una gestión y organización del trabajo *Ineficiente administración de los recursos *No poseen un direccionamiento bien definido *Desconocimiento de la fidelización de clientes
OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
O	<ul style="list-style-type: none"> *Desarrollo tecnológico *Iniciativas gubernamentales para apoyar el tejido empresarial *Ubicación estratégica del corregimiento *Acceso a nuevas tecnologías *Crecimiento y desarrollo de la población local 	A	<ul style="list-style-type: none"> *Altos intereses de las entidades financieras *Situación económica del país *Una nueva crisis sanitaria Políticas emergentes del país *El paso de la ruta del sol por este corregimiento. *Bajo poder adquisitivo de los clientes *Inseguridad social

Es muy importante mencionar que, el contexto de las microempresas del corregimiento de la Mata, Cesar, se percibe que se necesitan estrategias que contribuyan a la defensa, el mantenimiento, la corrección y el surgimiento de nuevas ideas a fin de lograr el posicionamiento comercial de estas empresas dentro de sus ámbitos, porque como es bien notorio; cada día se crean empresas y no se puede conformista ni mucho menos tradicional a la hora de promover una organización.

➤ **De las fortalezas**

Las microempresas del sector comercio del corregimiento de la Mata, ofrece servicios y productos de calidad, lo que conlleva que estas sean competitivas en el mercado. Por otra parte, en estas organizaciones se evidencia la alta experiencia que poseen los colaboradores en las actividades diarias de las empresas para las cuales laboran, donde también poseen adecuadas relaciones interpersonales dentro de dichos negocios. Además, estos colaboradores poseen una comunicación eficiente entre cada uno de ellos, haciendo del ambiente de trabajo, un contexto favorable y sano para todos y cada uno de ellos.

➤ **De las debilidades**

Dentro de las debilidades encontradas, se pudieron identificar factores que impiden el correcto desenvolvimiento de las microempresas del sector comercio de la Mata Cesar. Dentro estas se encuentran la falta de capacitación de los colaboradores, la falta de planificación de metas y objetivos, la ineficiente administración de los recursos y el no poseer una gestión organizada del trabajo, ha sido factores que impiden la operatividad en forma y tiempo de las actividades comerciales de estas empresas.

➤ **De las oportunidades**

Factores externos como el desarrollo tecnológico, las iniciativas gubernamentales para apoyar el tejido empresarial, la ubicación estratégica del corregimiento, el acceso a nuevas tecnologías y el crecimiento y desarrollo de la población local, son aspectos a considerar en las empresas del sector comercio a fin de que se puedan optar por rutas de aprovechamiento existentes en la actualidad para lograr el posicionamiento y éxito comercial de estas empresas.

➤ **De las amenazas**

A manera específica las amenazas arrojadas en el presente estudio, muestran una serie de factores que atentan contra la integridad de la empresa. Uno de ellos es la operación de las entidades financieras; puesto que estas poseen no solo una difícil barrera de acceso sino también unos intereses sumamente altos. También, la situación económica del país, una nueva crisis sanitaria y las políticas emergentes del país. Además, el paso de la ruta del sol por este

corregimiento es una amenaza bastante grande puesto que al darse esto, la vía de acceso quedara obsoleta; dejando en la carretera antigua a todas estas microempresas. También la inseguridad social, donde cada día se registra más actos delincuenciales en el corregimiento.

4.2.1 Caracterización por sectores empresariales de las microempresas del sector comercio del corregimiento de la Mata, Cesar.

Toda organización en Colombia debe de hacer parte de determinado sector empresarial de la economía, este depende de la actividad económica que desarrolle cada una de ellas dentro del territorio nacional. Es por esto que, las microempresas del corregimiento de la Mata, en el departamento del Cesar, no son ajenas a esta característica. Por ende, a continuación podemos observar los diferentes sectores empresariales a los cuales pertenecen dichas empresas, estas partiendo según los sectores primarios, secundarios y terciarios según la actividad que desarrollan. Cabe resaltar que, el sector comercio del corregimiento de la Mata, Cesar, lo componen 50 empresas dedicadas a los siguientes sectores:

Tabla 7.

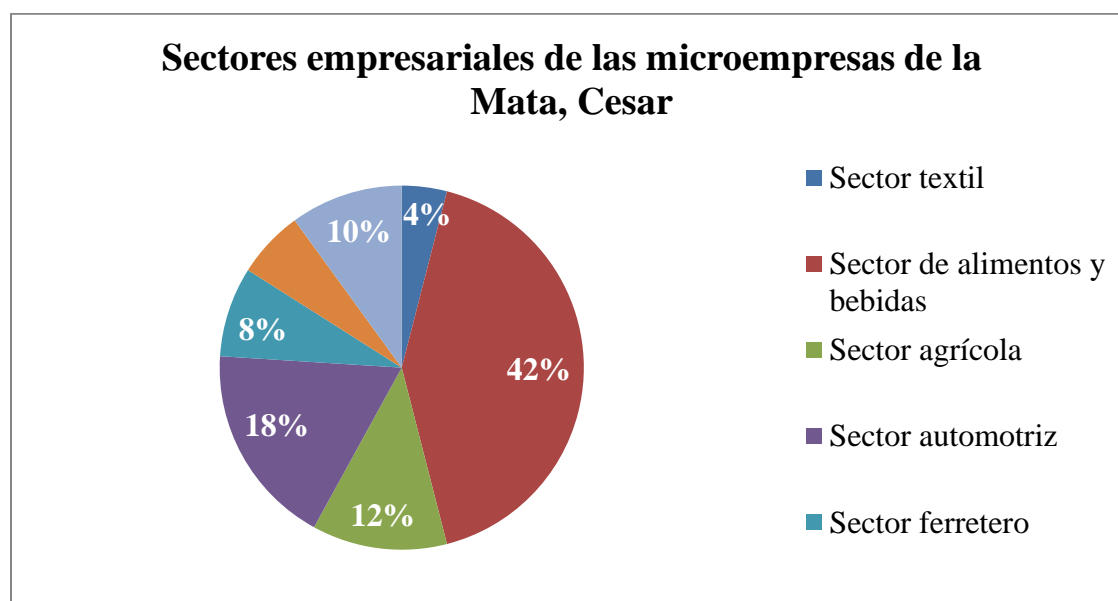
Sectores empresariales de las microempresas del corregimiento de la Mata, cesar.

Sector empresarial	N° de empresas
Sector textil	2
Sector de alimentos y bebidas	21
Sector agrícola	6
Sector automotriz	9
Sector ferretero	4
Sector farmacéutico	3

Sector servicio	5
Total	50

Gráfica 15.

Tabulación grafica de los sectores empresariales de las microempresas de la Mata, Cesar.



Como se puede observar en la gráfica expuesta anteriormente, la mayor cantidad de microempresas las compone el sector de alimentos y bebidas, con un 42%. Por otra parte, le sigue el sector automotriz con un 18% y el sector agrícola con un 12%. Además, el 10% lo compone el sector servicio y con un 8% en sector ferretero. Y por último, con un 6% tenemos el sector farmacéutico y con un 4% el sector textil.

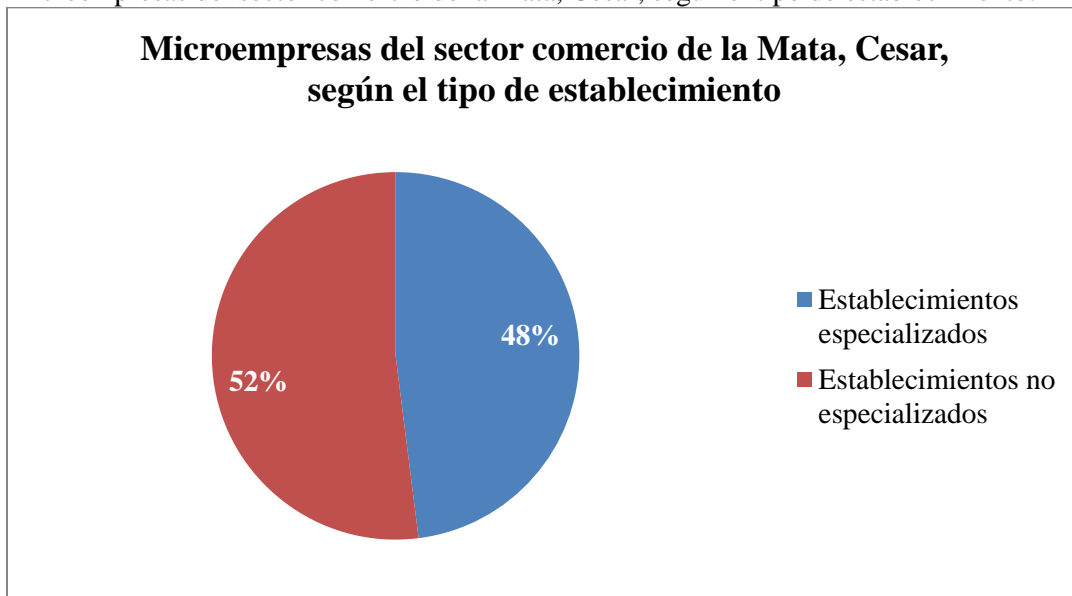
4.2.2 Caracterización de las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar, según el tipo de establecimiento

En Colombia, existen dos tipos de establecimientos, los especializados y los no especializados. Donde el primero comprende la venta de un solo tipo de producto o en un solo segmento y el segundo hace referencia a los establecimientos que comercializan al por menor.

Partiendo de lo anterior, de las 50 microempresas del sector comercio del corregimiento de la Mata, Cesar, 26 microempresas hacen parte de los establecimientos no especializados y 24 de estas pertenecen a los establecimientos especializados, mostrados a continuación:

Gráfica 16.

Microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar, según el tipo de establecimiento.

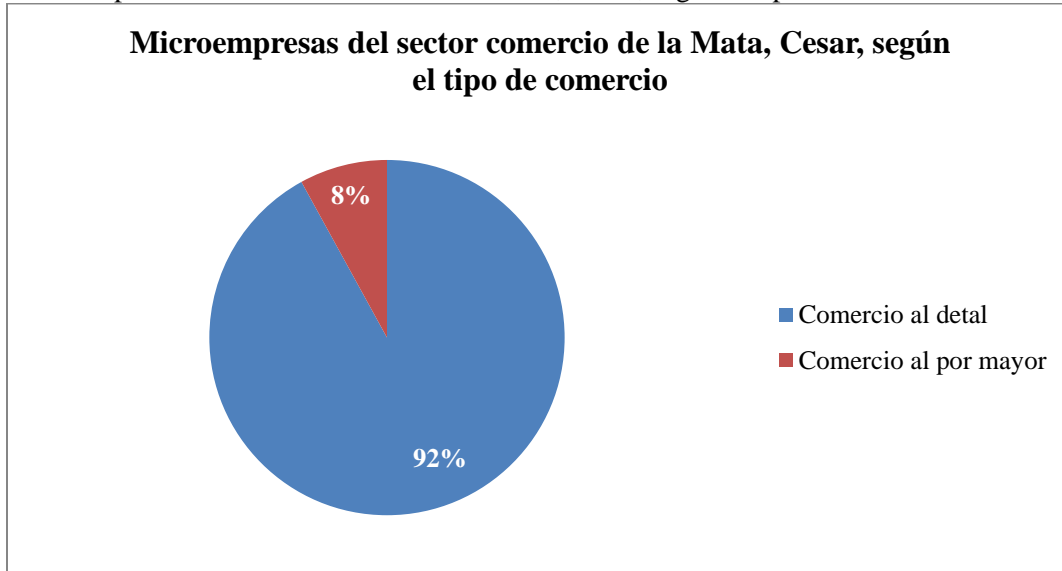


4.2.3 Caracterización de las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar, según el tipo de comercio

Esta caracterización se ejecutó teniendo en cuenta el tipo de comercio que desarrollan las microempresas del sector comercio del corregimiento de la Mata, Cesar, partiendo de su actividad socioeconómica y el intercambio de productos. Por ende, dichas microempresas están establecidas con un 92%, a las empresas que llevan un tipo de comercio al detal, donde este rubro lo conforman 46 microempresas de las 50 en total. Por otra parte, con un 8% se encuentran las microempresas que desarrollan un comercio al por mayor, las cuales representan 4 microempresas del sector comercio del corregimiento de la Mata, Cesar, mostradas a continuación:

Gráfica 17.

Microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar, según el tipo de comercio

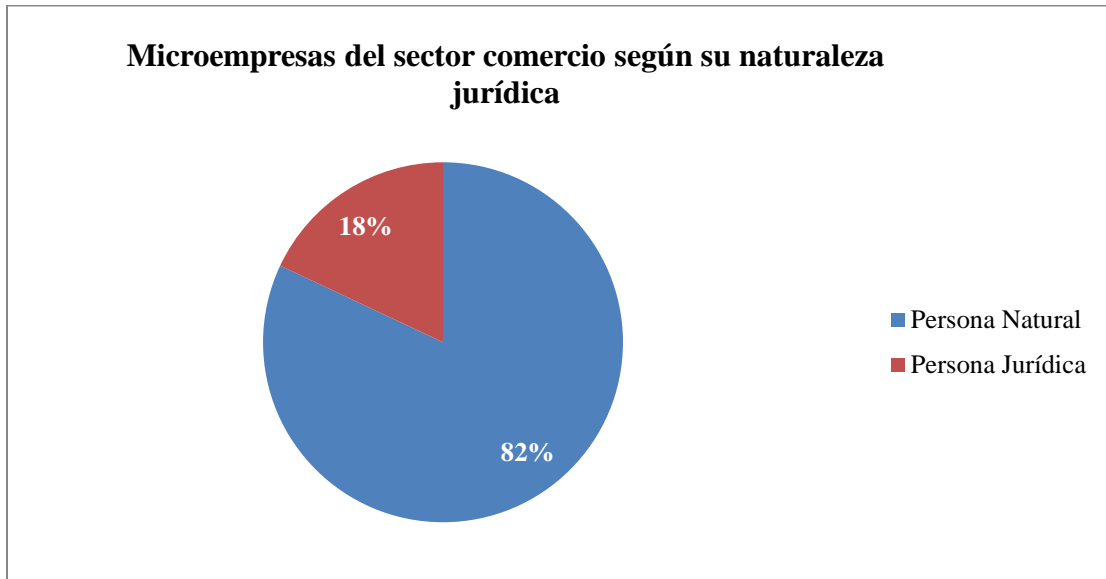


4.2.4 Caracterización de las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar, según su naturaleza jurídica.

Este tipo de caracterización se desarrolló teniendo en cuenta el tipo de empresa con respecto a su naturaleza jurídica, es decir, microempresas constituidas como personas naturales que son todas aquellas que no requieren demostrar un capital para emprender su actividad económica y microempresas constituidas como personas jurídicas o sociedades por acción simplificadas. Por lo cual, con un 82% del total de las empresas, estas se encuentran constituidas como personas naturales y el 18% restante de las microempresas están establecidas como personas jurídicas o sociedades por acciones simplificadas, las cuales se pueden observar en la siguiente gráfica:

Gráfica 18.

Microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar, según su naturaleza jurídica.



4.3 Establecer estrategias de sostenibilidad empresarial para las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar.

A fin de lograr un éxito en el desenvolvimiento de sus actividades comerciales, las empresas en la actualidad deben de aplicar estrategias que vayan direccionadas no solo a sus necesidades internas, sino también al crecimiento continuo de sus empresas o negocios. Cabe mencionar que al momento de implementar estrategias de sostenibilidad, las empresas mejorarán de manera significativa la competitividad empresarial. Por otra parte, perfeccionarán la imagen de marca que posee sus empresas ante los clientes. También ampliarán las ventas y reducirán los costos; mejorando así la productividad de la organización.

Hoy por hoy, las empresas tienden a lograr la sostenibilidad empresarial por medio del logro de tres pilares fundamentales como: la sostenibilidad social, la sostenibilidad medioambiental y la sostenibilidad económica, mostradas a continuación:

- **Sostenibilidad social:** las empresas deben de asegurar una contribución social por el desarrollo de sus actividades comerciales, éstas se logran a través de la diversidad, la equidad y la inclusión.

- **Sostenibilidad medioambiental:** esta es la interacción responsable entre las organizaciones y el medio ambiente. Dicha relación debe respetar los recursos naturales, los ecosistemas y la reducción del cambio climático o de los recursos.
- **Sostenibilidad económica:** esta implica realizar iniciativas que favorezcan a obtener una economía más eficiente en sus empresas. Donde por medio de estas contribuyan no solo a la empresa, sino también a la sociedad en general, por medio de oportunidades de crecimiento, acceso a recursos y a la generación de empleo.

Partiendo de lo anterior y conforme a los factores de relevancia identificados mediante el análisis FODA de la presente investigación, se determinaron las complicaciones o afectaciones en los procesos administrativos y operativos de las microempresas objeto de estudio. Por lo anterior, se busca la formulación de estrategias a seguir, que mejores y optimicen los procesos organizacionales de estas empresas.

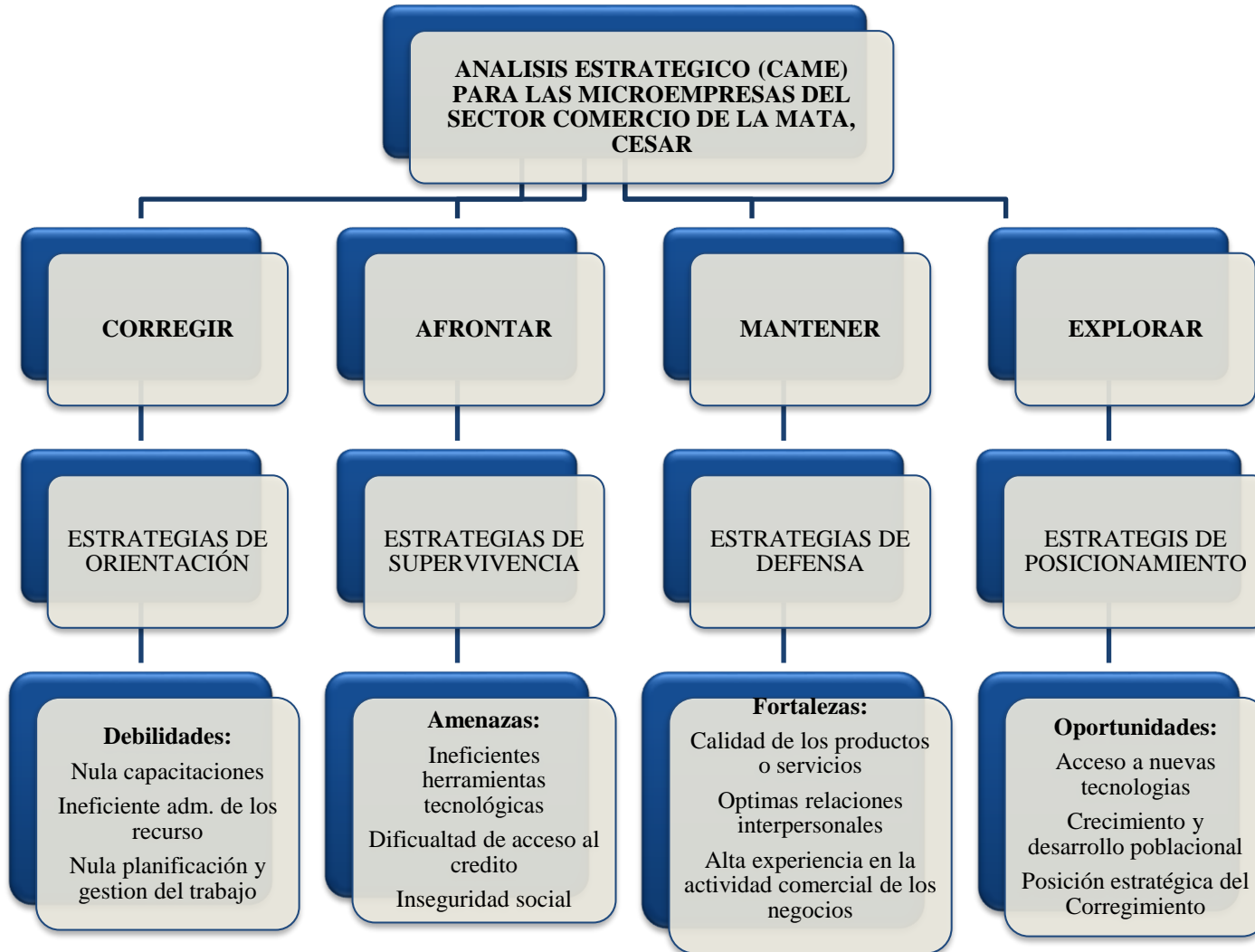
Es aquí, donde se determinaran estrategias a seguir teniendo en cuenta los factores internos y externos influyentes en el fracaso empresarial de estos negocios, todo esto mediante el análisis CAME, para el fortalecimiento organizacional de las empresas.

4.3.1 Análisis CAME

El análisis CAME es una herramienta que permite definir un plan estratégico para cualquier organización. Dicha estrategia son las acciones relacionadas a corregir, afrontar, mantener y explotar los aspectos internos y externos de cualquier empresa que se someta a un estudio, todo esto a fin de dar una solución a las debilidades y amenazas que se pueden convertir en factores de fracaso para cualquier organización. Por ello, la importante aplicación previa del análisis FODA, el cual es el complemento de esta herramienta para su respectivo desarrollo. Con base en lo anterior, se establece las estrategias por medio de la matriz CAME, teniendo en cuenta las estrategias de reorientación, supervivencia, defensa y posicionamiento; las cuales se pueden observar a continuación:

Gráfica 19.

Análisis estratégico CAME



4.3.1.1 Corregir debilidades

La deficiente capacitación a los colaboradores de las microempresas del sector comercio del corregimiento de la Mata, Cesar, debe de tener una reorientación basada en temas de administración general, administración de recursos y en la planificación y gestión del trabajo. Es por todo esto que, se deben de plantear capacitaciones formativas en los temas anteriormente mencionados a fin de lograr la experticia de los empleados, y que estos puedan retribuir sus conocimientos en las empresas para las cuales laboran; logrando así una optimización en los procesos y en la gestión de las mismas.

4.3.1.2 Afrontar amenazas

Como estrategia para afrontar las amenazas se debe de contar con un equipo altamente calificado para la adopción de herramientas tecnológicas que permitan la optimización de los procesos, la gestión y el tiempo de actividad de las microempresas objeto de estudio. Además, se debe realizar una organización y estructuración financiera donde se estipulen los ingresos, los costos y el margen de utilidad de las microempresas; a fin de que estas puedan ser óptimas para la realización de estudios por parte de las entidades financieras y que estas puedan ser altamente elegibles para el otorgamiento de créditos. Por otro lado, se debe implementar un plan de seguridad social, donde por medio de este, las empresas puedan gozar de un esquema de seguridad fuerte y sólido que les proporcione acompañamiento y tranquilidad para la realización de sus funciones.

4.3.1.3 Mantener fortalezas

Los empleados recibirán capacitaciones periódicas en administración general, en administración de recursos, en gestión de la calidad y en la adopción de las nuevas tecnologías a fin de que sigan siendo competitivas en el mercado; de la misma manera, aprovechar la experiencia que poseen los colaboradores sobre el negocio para poder instruir a los nuevos empleados que puedan ser contratados, lo que conlleva a generar valor agregado a la organización.

4.3.1.4 Explotar oportunidades

Dentro de las estrategias para poder explotar las oportunidades de las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar, podemos establecer que estas contraten asesoramiento tecnológico para poder detonar el acceso a las nuevas tecnologías; logrando con esto, una inmersión directa al desarrollo tecnológico e innovador de sus organizaciones. Por otra parte, atacar al mercado con publicidad, promoción y calidad de productos o servicios para captar nuevos clientes, a través de portafolios de servicios bien definidos que permitan llegar a las empresas y habitantes de esta localidad, los cuales han presentado un crecimiento y desarrollo significativo en el transcurso del tiempo.

4.3.1.5 Síntesis del análisis CAME en las microempresas del sector comercio de la Mata, Cesar.

Fue necesario desarrollar un conjunto de acciones para que las empresas y los colaboradores de esta, puedan optimizar sus procesos operativos, contables, comerciales y organizacionales; todo esto, a fin de mitigar los factores de fracaso que puedan llevarse a cabo en el contexto de estas empresas. Así mismo, se propone el fomento de la sinergia de los trabajadores, donde estos puedan darle importancia a las perspectivas de cada uno de ellos para el favorecimiento del desarrollo de la empresa.

Dicho lo anterior, se puede evidenciar la síntesis del análisis estratégico CAME formulado, donde este partirá de factores administrativos y de contabilidad, factores tecnológicos, factores operativos y de mercadeo, mostrado a continuación:

Gráfica 20.

Síntesis del análisis CAME

Administración y Contabilidad	Administrar el recurso humano
	Seguir los procesos contractuales
	Administrar, gestionar y controlar los recursos financieros
	Programar capacitaciones a colaboradores
	Planificar y gestionar el trabajo
	Estructurar las finanzas para disponer de créditos
Tecnología	Destinar los recursos a la innovación y desarrollo tecnológico
	Activar los canales de comunicación
	Adaptar las nuevas tecnologías a todos los procesos de la empresa
	Gestionar e implementar los recursos tecnológicos
Marketing	Atender al cliente de manera óptima
	Controlar y gestionar las ventas
	Gestionar los precios
	Implementar el comercio electrónico por medio de las Redes Sociales
	Implementar el comercio electrónico por medio de las Redes Sociales y página web
Procesos Operativos	Controlar y gestionar la calidad de los productos o servicios
	Implementar en los procesos la innovación y el desarrollo
	Programar los planes de trabajo y las actividades
	Establecer procesos de salubridad y calidad
	Implementar rutas de acción que eliminen el retrabajo

Conclusiones

El objetivo principal de la presente investigación fue realizar un análisis de los factores de éxito o fracaso de las microempresas del sector comercio del corregimiento de la Mata, Cesar. Cabe mencionar que, la disposición de las entidades implicadas en el contexto de este estudio, brindaron información sumamente importante, clara y veraz para el respectivo desarrollo de la exploración.

Los resultados obtenidos en la investigación realizada, trae consigo importantes implicaciones y estos pueden ser pautas para que los microempresarios puedan continuar mejorando sus capacidades y la gestión de sus organizaciones, a fin de lograr la permanencia de sus empresas dentro del contexto comercial.

Es importante mencionar que, los empresarios deben de seguir los factores de éxito que poseen sus negocios y sacarles el máximo provecho posible, todo esto en pro lograr una eficiente administración y gestión de los negocios. Ahora bien, al identificar los factores que inciden en el éxito empresarial a fin de fomentar el control operacional de las empresas, la capacitación continua del recurso humano para que estos puedan asumir un sentido de pertinencia y una actitud más proactiva para poder conseguir un buen desempeño organizacional. Es aquí donde el los empresarios deben de realizar contrataciones más calificados si pretende seguir en el entorno donde llevan a cabo sus actividades comerciales, sugiriéndose que dichos empresarios deben de invertir recurso humano y económico para lograr el fortalecimiento no solo de la gestión administrativa, de los procesos, de la calidad y el tecnológico, sino también en las capacidades y capacitación de sus trabajadores.

Finalmente, los resultados de la presente investigación orientan a los directivos de las microempresas objeto de estudio a identificar las oportunidades que existen y a la gran necesidad de agregar valor a los productos y servicios que comercializan a todos sus clientes. Así también, a que se trabajen en la organización financiera de sus negocios, con el propósito de poder acceder a fuentes de financiación (Créditos).

Recomendaciones

Partiendo del desarrollo de la pretende investigación, se establecen las siguientes recomendaciones:

- Que la Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica, siga apoyando este tipo de investigaciones, con el propósito de proporcionar desarrollo de la región estudiada.
- Que los proyectos que se lleven a cabo en la academia, sirvan como convocatorias para su posterior puesta en marcha.
- Que se estimule a los estudiantes a participar es estos procesos de fortalecimiento del tejido empresarial.

Bibliografía

- Becerra, M., & Cortes, E. (2018). *Factores de permanencia empresarial de las microempresas del sector comercio de Puerto Vallarta, Jalisco*. SciELO México. Retrieved December 2, 2023, from https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-74672018000200865
- Hernández, F., Fernández, S. (2016). *Metodología de la Investigación Sexta Edición*. México: Mc Graw Hill.
- Congreso de Colombia. (2010). *Ley 590 de 2000 - Gestor Normativo*. Función Pública. Retrieved December 2, 2023, from <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=12672>
- Cordova, D. (2020). *UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS PRINCIPALES FACTORES QUE CONLLEVAN AL FRACASO DE LAS MICRO, PEQUE*. Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. Retrieved December 2, 2023, from <https://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14077/2103/Diana%20Carolina%20Cordova%20Martinez.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Diario el espectador. (2023, June 16). *ECONOMIA*. YouTube. Retrieved December 2, 2023, from <https://www.elespectador.com/economia/el-62-de-las-pymes-colombianas-no-tiene-acceso-%20financiamiento-articulo-744870>.
- Labarca, N. (2007). Obtenido de Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial: <https://www.redalyc.org/pdf/737/73713208.pdf>

Emprendedores. (2021, June 16). YouTube. Retrieved December 2, 2023, from <https://emprendedores.es/ideas-de-negocio/que-define-exito-emprendedor-psicologia/>.

Garcia, J. (2016). *Factores que impiden la sostenibilidad de las microempresas en el sector de comercio en Armenia, Quindío*. Repositorio Institucional Universidad EAFIT. Retrieved December 2, 2023, from https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/11526/Juliana_GarciaGarzon_2016.pdf

Real Academia Española. (09 de 09 de 2022). Obtenido de <https://dle.rae.es/empresa>

La nota económica. (2023, June 1). *El sector comercio en Colombia: retos y perspectivas*. La Nota Económica. Retrieved December 2, 2023, from <https://lanotaeconomica.com.co/movidas-empresarial/el-sector-comercio-en-colombia-retos-y-perspectivas/>

RAE. (2023). *Real Academia Española*. Diccionario de la lengua española. Retrieved December 2, 2023, from <https://dle.rae.es/empresa>

DIAN - CIIU. (2023). *Código CIIU 3700 Actividades Económicas DIAN*. DIAN-RUT.com. Retrieved April 6, 2023, from <https://dian-rut.com/codigo-ciiu/3700/>

Llewellyn, G. (2021, June 4). *Estrategia | Análisis CAME*. Tips Empresariales. Retrieved February 4, 2024, from <https://www.tipsempresariales.com/tips/estrategia-analisis-came>

Altmann, G. (2023, July 7). *Desarrollo económico: Definición e Impacto | Uniandes*. Universidad de los Andes. Retrieved February 4, 2024, from <https://programas.uniandes.edu.co/blog/desarrollo-economico>

- Anel. (2023). Competencias: ORIENTACIÓN AL LOGRO. Anel Liderazgo Participativo. Retrieved February 4, 2024, from <https://liderazgoparticipativo.anel.es/competencias-orientacion-al-logro/>
- Banco mundial. (2023). Desarrollo social. Banco Mundial. Retrieved February 4, 2024, from <https://www.bancomundial.org/es/topic/socialdevelopment/overview>
- Hernández, Fernández, & Baptista. (2016). Metodología de la Investigación. In (p. 134). Mc Graw Hill.
- Bind, ERP. (2023). Qué es productividad empresarial y cómo optimizarla. Bind ERP. Retrieved February 4, 2024, from <https://bind.com.mx/blog/emprendimiento-y-estrategia/productividad-empresarial>
- CEUPE. (2023). Recursos financieros: Concepto, ejemplos y características. CEUPE. Retrieved February 4, 2024, from <https://www.ceupe.com/blog/recursos-financieros.html>
- Euroinnova. (2024). QUE ES DESARROLLO EMPRESARIAL | Web Oficial EUROINNOVA. Euroinnova. Retrieved February 4, 2024, from <https://www.euroinnova.pe/blog/que-es-desarrollo-empresarial>
- INVEMAR. (2021). sector comercio. INVEMAR. Retrieved February 4, 2024, from https://www.invemar.org.co/redcostera1/invemar/docs/tesauro_ambiental/S/Sector%20comercio.htm
- Mincomercio. (2019, June 5). Definición Tamaño Empresarial Micro, Pequeña, Mediana o Grande. Mi Pymes. Retrieved February 4, 2024, from <https://www.mipymes.gov.co/temas-de-interes/definicion-tamano-empresarial-micro-pequena-median>

- García, J., & Casanueva, C. (12 de 01 de 2017). *Prácticas de la Gestión Empresarial*. Obtenido de <https://mipropiojefe.com/6-conceptos-clave-empresa-segun-expertos/>
- Nafin. (2023). Cualidades del Empresario. NAFIN. Retrieved February 4, 2024, from [https://www.nafin.com/portalfn/files/secciones/capacitacion_asistencia/pdf/Fundamentos %20de%20negocio/Como%20iniciar%20tu%20negocio/cualidades_empresario.pdf](https://www.nafin.com/portalfn/files/secciones/capacitacion_asistencia/pdf/Fundamentos%20de%20negocio/Como%20iniciar%20tu%20negocio/cualidades_empresario.pdf)
- Pérez, J. (2021). Oportunidad - Qué es, definición, en la economía y ejemplos. Definición.de. Retrieved February 4, 2024, from <https://definicion.de/oportunidad/>
- RAE. (2024). mercado | Diccionario de la lengua española (2001) | RAE - ASALE. Real Academia Española. Retrieved February 4, 2024, from <https://www.rae.es/drae2001/mercado>
- Cardona, M. V. (s.f.). *Laboratorio de ideas de negocio*. Obtenido de Emprendimiento y empresarismo: https://icontent.ceipa.edu.co/nucleos/pregrado/Laboratorio_De_ideas_1/Presentacion_de_los_recursos/Contenidos/LAB_IDE_36.html
- Función Pública. (1999). *Ley 505 de 1999 - Gestor Normativo*. Función Pública. Retrieved April 14, 2023, from <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=185>
- Función Pública. (2008). *Ley 1259 de 2008 - Gestor Normativo*. Función Pública. Retrieved April 14, 2023, from <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=34388>

Apéndices

Apéndice 1. Entrevista microempresas

1. ¿Cuál fue el objetivo principal por el cual usted creó empresa?
2. ¿Cuál es su nivel académico y formación profesional?
3. ¿Qué tiempo tiene funcionando su empresa en el mercado?
4. ¿Cuál es el factor principal que podría afectar el desarrollo de su empresa?
5. ¿Cuáles son los problemas que puede encontrar en el día a día, al gestionar su empresa?
6. ¿Qué aspectos externos considera que han influido en el éxito de su empresa?
7. ¿Qué aspectos externos considera que pueden influir en el fracaso de su empresa?
8. ¿Qué aspectos internos considera que han influido en el éxito de su organización?
9. ¿Qué aspectos internos considera que pueden influir en el fracaso de su empresa?
10. ¿Durante el funcionamiento de su empresa, cuál ha sido el origen de sus fondos para financiar su empresa?
11. ¿Qué procesos implementa su empresa basada en calidad, innovación y desarrollo tecnológico?
12. ¿Cuáles cree usted que serían los factores externos e internos que puedan garantizar el éxito y la sostenibilidad empresarial de su organización?
13. ¿Su empresa planifica en el tiempo sus actividades, metas y objetivos?
14. ¿Dirige, capacita y gestiona usted el recurso humano de su empresa?
15. ¿Cuáles son las principales circunstancias que usted considera influyen en el crecimiento de una organización?

Apéndice 2. Respuesta a solicitud de información por parte de la Cámara de Comercio de Aguachica



**CÁMARA
DE COMERCIO
DE AGUACHICA**

"Trabajamos por el desarrollo regional del Sur de Bolívar y Sur del Cesar"

RP- 1-1609

Aguachica, 6 de septiembre de 2023

Señor(a)

HECTOR MANUEL BERNAL GALVIS

Estudiante

UPC AGUACHICA

CALLE 5N 43-26

AGUACHICA

Asunto: solicitud base de datos

Cordial Saludo:

Por medio del presente me permito enviar información solicitada, de las empresas registradas en el corregimiento de La Mata jurisdicción del municipio de La Gloria, para tal fin adjunto archivo en excel, en el cual debe identificar los que pertenecen a al corregimiento de su necesidad.

NOTA: La columna organización el numero 1 hace referencia personas naturales, 3 y 4 a sucursales y/o agencias, 12 y 14 entidades sin animo de lucro, y 16 a personas jurídicas Sociedades por Acciones Simplificadas.

La columna EST MATRICULA MA matricula Activa, MI matricula Inactiva, IA Inscripción Activa, II Inscripción Inactiva.

Atentamente,

CAMILO VELAIDES HERNÁNDEZ

INGENIERO DE SISTEMAS

Anexos: 1

**Carrera 14 No 6-74
Teléfonos: 3160233043 - (60)565 0650
Aguachica - Cesar**

**E-mail: ccaguachica@camaraaguachica.org.co
Página Web: camaraaguachica.org.co
 **Cámara De Comercio de Aguachica****

Apéndice 3. Realización de entrevista a microempresarios

