

PRINCIPALES ASPECTOS PARA QUE UNA EMPRESA COLOMBIANA NO
FRACASE DURANTE SU PRIMER AÑO

SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN

BAUTISTA AVELLA HÉCTOR HERNÁN

OROZCO DIAZ SANDRA VIVIANA

SÁNCHEZ CHACÓN AMANDA JOHANNA

ZÁRATE QUINTERO YANINA PAOLA

UNIVERSIDAD EAN

FACULTAD DE INGENIERÍA

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS

BOGOTÁ D.C

2019

Contenido

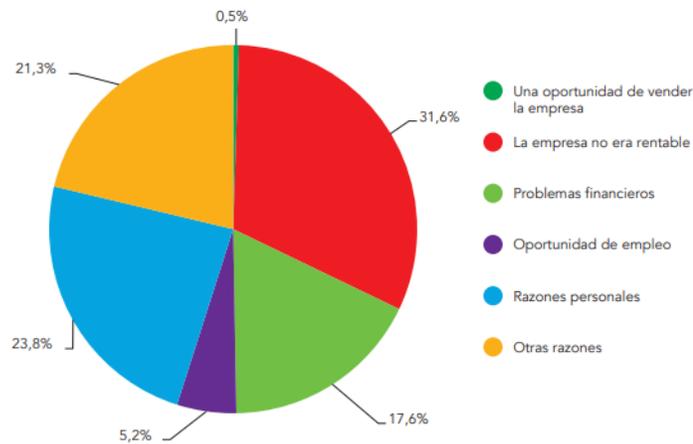
1. Planteamiento Del Problema	3
2. ¿Cuál Es La Pregunta De Investigación?.....	5
3. Objetivo General y Específicos.	5
4. Justificación.	6
5. Marco Teórico	7
6. Metodología.....	14
7. Población Objeto	15
8. Hipótesis	15
9 Instrumentos de recolección de datos	16
10. Muestreo	19
11. Resultados y Análisis:.....	20
12. Discusión de los Resultados	29
Conclusiones.....	30
Recomendaciones	32
Anexos	¡Error! Marcador no definido.
Fichas Bibliográficas	¡Error! Marcador no definido.
Bibliografía.....	33

PRINCIPALES ASPECTOS PARA QUE UNA EMPRESA COLOMBIANA NO FRACASE DURANTE SU PRIMER AÑO

1. Planteamiento Del Problema

Actualmente, en Colombia 8 de cada 10 empresas fracasan en un término promedio de doce meses, y las razones que conllevan a este infortunio pueden ser de diversa índole. Es muy probable que su cierre esté directamente relacionado con la actividad económica o el mercado en el cual incursionaron, o quizá esto se deba a un insuficiente análisis de mercado antes de su apertura, lo cual ocasionaría un fracaso en el intento.

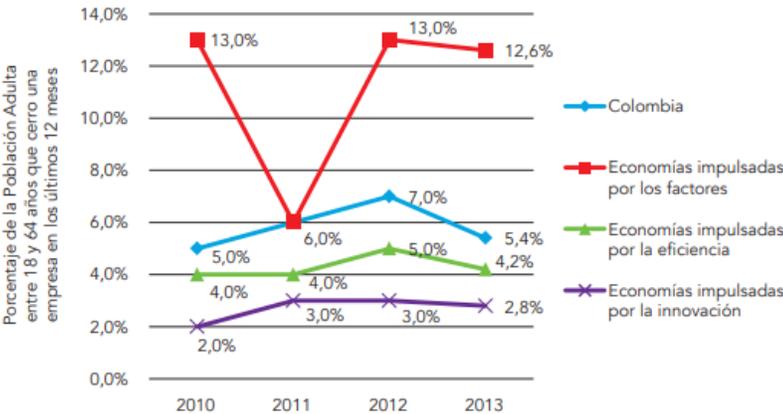
Ahora bien, según un informe del (DANE, Dinámica empresarial Colombiana, 2014), las principales razones por las que una empresa cierra son las siguientes:



Gráfica 1. Razones para discontinuar una actividad empresarial. Colombia 2013.

Dicho esto, a groso modo podríamos inferir que las nuevas empresas se están apresurando en salir al mercado, sin antes realizar a profundidad el análisis interno y externo de variables que afectan directamente su progreso y funcionamiento.

En la siguiente gráfica se observa porcentualmente cuál ha sido la participación en discontinuidad empresarial para Colombia.



Gráfica 2. Discontinuidad de la actividad empresarial (2010-2013)

La gráfica 2 revela una leve disminución de 0.4% para el 2013, aunque sigue siendo alta la cantidad de empresas que cierran por no ser rentables y/u otras razones.

Otras de las limitantes o causales para que una empresa entre en etapa de declive durante su primer año, podría ser la falta de apoyo y/o capital financiero que le permita realizar transacciones económicas con mayor facilidad y frecuencia. Por ejemplo, según un informe del (DANE, Informe de Resultados 2008 ECDE, 2009) el 24,0% de los empresarios considera que un crédito se obtiene sin importar el tamaño de la empresa pero el 77,9% de los directivos pertenecientes a empresas grandes consideran que un crédito se obtiene en un

tiempo razonable. Lo cual, para empresas que apenas están iniciando, el factor “tiempo” juega un papel primordial a la hora de reaccionar y actuar frente a la evolución del mercado.

2. ¿Cuál Es La Pregunta De Investigación?

¿Cuáles son los principales aspectos para que una empresa colombiana no fracase durante su primer año.?

3. Objetivo General y Específicos.

Objetivo General:

Identificar los principales aspectos para que una empresa colombiana no fracase durante su primer año.

Objetivos Específicos:

- Identificar cuáles son las razones/factores que ocasionan que una empresa cierre el primer año.
- Analizar la causa raíz de estas razones/factores.
- Proponer estrategias para evitar que las empresas fracasen durante el primer año.
- Conclusiones de esta investigación.

4. Justificación.

De acuerdo a la problemática mencionada anteriormente se puede evidenciar que en Colombia la oportunidad de crecimiento en términos de sostenibilidad de nuevos emprendimientos se encuentra en alerta, dado que a pesar de que las últimas cifras son un poco alentadoras, aún se puede trabajar más por lograr mejores resultados. Con esta investigación, se pretende dar a conocer y analizar cuáles han sido las razones principales que actualmente han impulsado a nuevas empresas a cerrar y con base a esto poder generar una propuesta de mínimo 5 aspectos/factores claves que cualquier empresa debe seguir con el fin de sostenerse en el mercado.

Para esto, es indispensable llegar a la profundidad de la causa raíz de esta problemática y determinar cuáles serían las mejores opciones de solución que cada empresa podría aplicar.

Otro aspecto importante a la hora de decidir crear una empresa y que hay que tener en cuenta es su planificación global y a largo plazo, definición de la actividad a desarrollar, valoración de riesgos, capacidad financiera, viabilidad del negocio, estudio de mercado, etc.

Todos estos aspectos conviene recogerlos en lo que se denomina Plan de Empresa.

(Ministerio de industria, 2019)

Con esto, no solo se pretende aportar a la economía del país, sino también contribuir a que las oportunidades de emprendimiento de las nuevas generaciones se ajusten a las necesidades y constante evolución del mercado, sin dejar de lado todas las consideraciones que deben tener como empresa para ser sostenibles y rentables en el transcurrir del tiempo.

5. Marco Teórico

La perdurabilidad se puede asociar a la supervivencia, el autor (Rodríguez, 2012) relata como a través de los años la perdurabilidad de una empresa puede llegar a basarse más en la supervivencia, que en la forma como se ha construido y mantenido la empresa a través del tiempo, es claro, como las empresas buscan diferentes alternativas o brechas que les permita permanecer en el tiempo pero muchas veces, en el medio en el que se encuentran no permite que estas alternativas o estrategias sean exitosas, algunas veces las empresas se centran en temas “importantes” pero no tan importantes cuando se habla de perdurabilidad.

Es muy común ver en los diferentes mercados como las empresas no trazan objetivos y estrategias claras alineadas con su razón de ser, si no que al contrario, se enfocan más en los temas netamente financieros que permitan que sobrevivan por algún tiempo (sin proyección determinada), pero que en su mayoría no la convertirán en una empresa altamente sostenible y exitosa.

Según (Collins, 2002) En su libro Empresas que sobre salen, propone que las empresas pueden convertirse en extraordinarias y salir de la mediocridad. Para esto, el menciona 7 factores esenciales los cuales son:

- El liderazgo de nivel 5 : Preocupación por el éxito de la compañía en vez del propio.
- Primero quién y luego quién: Tener la gente adecuada y deshacerse de la inadecuada, estas personas adecuadas se automotivan y trabajan sin necesidad de ser vigilados.

- Hacer frente a las adversidades y nunca perder la fe: Basarse en hechos reales.
- Simplicidad de los tres círculos: Tener un foco o referencia, definir que quieren y que tienen para lograrlo.
- Cultura de disciplina: Invita a las personas disciplinadas a tener razonamientos rigurosos. Contar con claridad objetiva en cada decisión.
- Aceleradores de la tecnología: Adaptarse rápidamente a los cambios tecnológicos, entender cuáles son relevantes y cómo pueden ser utilizadas en la empresa.
- El disco y la espiral de declive: Multiplicar el esfuerzo invertido, trabajar en conjunto por grandes transformaciones, mantener siempre el esfuerzo continuo.

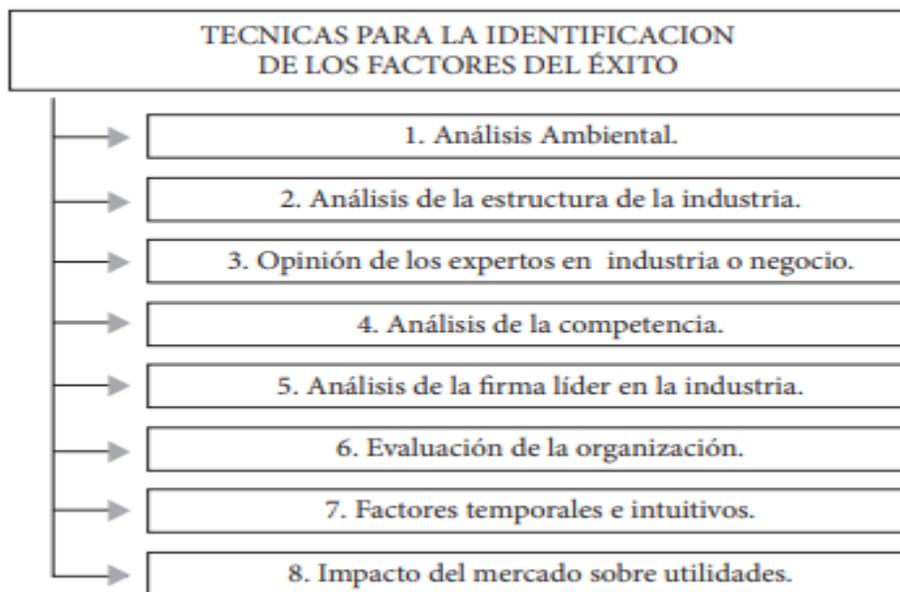
Por otro lado, también es importante y necesario hacer evaluaciones periódicas de cómo va actualmente la empresa, que tanto se ha avanzado sobre la estrategia y los objetivos específicos, en el momento, que ha sido lo que ha generado mayor impacto tanto en la parte positiva como en la parte negativa, se debe evaluar como se está en el mercado y compararse con la competencia, además de generar planes de mejora que permitan perdurar, es claro como una evaluación periódica puede ayudar a disminuir los riesgos de fracaso. (Rodríguez, 2012)

Ahora bien, al sondear acerca del ¿por qué unas empresas perduran y otras no? ¿Qué hace una empresa que la diferencia de la otra? ¿Qué aspectos hacen que maduren?. Sobre estas inquietudes (Rodríguez, 2012) hace referencia, que no existe claridad y consenso que determine la perdurabilidad de las organizaciones; es decir, no existe una palabra mágica

que nos permita adelantarnos y prever los resultados que se obtendrán por implementar una estrategia. Más allá de intentar crear empresa y ser exitosa es importante autoevaluarse de cómo podría enlazar todos los recursos que hacen parte de ella, como va a funcionar el recurso financiero, el recurso humano, las relaciones comerciales y todas y cada uno de los factores que conllevan a la creación y perdurabilidad de empresa.

De esta manera el concepto de la perdurabilidad implica un más allá de lo estrictamente económico y administrativo y pretende encontrar en las culturas empresariales y las expansiones de las organizaciones como imaginarios sociales, en el marco ético de la sostenibilidad-sustentabilidad, al interrogante sobre porqué organizaciones iguales o muy similares no sobreviven en el tiempo y de igual manera siguiendo a Kwee, et. al. (2007), el desarrollo empresarial está dado por la reinención de la empresa, por la creación de competencias a partir de los recursos propios, este proceso da como resultado las competencias evolucionadas que son aquellas competencias dadas por un proceso eficiente y exitoso en toda la cadena de valor, estas son la clave para la perdurabilidad, de esta manera la ocurrencia de cada uno de los componentes en las notas de los autores referidos, la perdurabilidad empresarial es un tema de amplia discusión la cual está fomentada a través de diversas experiencias y conocimientos.

Cuando se habla de factores de éxito, son muchos los comentarios o mitos que puedan existir entre las empresas, pero su real funcionalidad depende de cada uno de los elementos que cada una de las empresa desea ejecutar, de hecho, ya varios autores han hablado del tema y han listado algunos aspectos considerados como clave, a continuación los siguientes: (Arboleda, 2016)



Gráfica 3. Técnicas para identificar factores de éxito. (Arboleda, 2016)

La gráfica identifica los factores de éxito y ellos están asociadas a hechos económicos, políticos y sociales que afectan a la organización. Su implementación se admiten a partir de tener en cuenta la opinión o el concepto de los diferentes actores expertos del sector. Estos factores, se asume, impactan el contexto de una organización: productos, accionistas, consumidores, proveedores, reguladores, competidores y la relación que pueda existir entre estos en el intercambio de actividades. (Arboleda, 2016)

Según (Rojas, 2012) Así como los seres humanos se enfocan a diario en crear formas y maneras de supervivencia las empresas a través de sus líderes deberían considerar a su organización como una fuente de vida, que necesita perdurar en el tiempo, construyendo modelos de estrategias exitosas, donde cada uno de los empleados esté alineado y conectado con la misma, un líder debe ser capaz de conducir a la empresa al éxito con diferentes técnicas de desarrollo en cada uno de los factores primordiales como lo son: la

comunidad de los seres humanos, la cultura organizacional y no solamente enfocarse en el tema netamente **financiero**.

Dicho esto, se considera que uno de los factores más importantes y por qué no el más importante es el **ser humano** y cómo se comporta frente a su organización, la cultura organizacional nos permite crear conciencia en cada uno de ellos y permite que ellos se comporten en un ambiente de armonía que genera mejores relaciones humanas y mayor productiva en sus labores diarias.

Por otra parte, la incapacidad para adaptarse a las necesidades del mercado y aún más la carencia del marketing adecuado para sus productos, constituyen los principales errores estratégicos que conducen al fracaso de una organización. Cuando menos importante, es necesario hablar de algunos factores exógenos tales como la globalización y el cortoplacismo en las inversiones. Dichos aspectos están relacionados con la demografía empresarial puesto que la exacerbación de las libertades otorgadas por el capitalismo contribuyen al clima de volatilidad en los mercados ya que ningún inversor le apuesta al largo plazo sino que por el contrario es presa de la inmediatez por cuanto sus libertades para invertir están plenamente dedicadas a beneficios del todo particulares sin regulación alguna que evite el deterioro de las condiciones laborales o del mercado, que debieran preservar dentro de sí como política pública un mínimo de condiciones que impidan la segregación social (Garzón, 2011).

Habiendo hecho un breve análisis de algunos factores circundantes a las organizaciones, es preciso delimitar la delgada línea que divide las organizaciones exitosas de aquellas que no lo son, ya que según Eguiguren Huerta (2013), los factores exógenos contribuyen o afectan

de alguna u otra forma a determinada organización, pero son los endógenos los que determinan a profundidad el fracaso de las mismas.

Un principio fundamental para sostener dicha afirmación es que las condiciones externas sólo actúan como catalizador o acelerador de problemas presentes al interior de las compañías, más no como una causa del fracaso. Por ejemplo es de notable relevancia mencionar que un buen principio para impedir la arrogancia al interior de una compañía es acudir a la sostenibilidad enmarcada dentro de una **cultura organizacional** de meritocracia que logre contagiar a todos los colaboradores ya que de allí se replicarán acciones de tipo grupal cada vez que se requiera acudir tanto a los interesados internos como externos en situaciones que apremian compromiso y lealtad con la organización.

Empresas Sin ánimo de lucro (ESAL), de acuerdo a un estudio realizado en Barranquilla, se han unido para juntar esfuerzo y experiencia y por supuesto, determinar que variables en común han implementado con el fin de lograr el éxito. Dentro de ese estudio, uno de los factores considerados y común entre las empresas ha sido **la estrategia**. Pero ¿A qué tipo de estrategia se refieren?, esto puede variar de acuerdo a las necesidades y visión de la empresa, sin embargo, como mínimo común debería haber **estrategia competitiva**, con la mínima intención de reaccionar defensiva y/u ofensivamente frente a la competencia.

Actuar en respuesta a la competencia y al mercado,

Comprender el problema de los factores de éxito implica la necesidad de asumir los escenarios de cooperación y su expresión de competencia entendiendo las ESAL de manera similar al comportamiento de las especies. (Arboleda, 2016).

Otros factores considerados por las empresas, en el caso de las ESAL es la **adaptación a los cambios e innovación**, esto dado que para las empresas la representación y aporte que estos factores brindan es mucho mayor con respecto a las desventajas, e incluso a los costos o desgastos que estas puedan generar.

Si lo relacionamos con los proyecto y su éxito, una empresa que trabaje o esté orientada por proyectos, va a considerar como factor primordial “**un gran equipo de trabajo**”. Pero ¿Cuál sería su finalidad? Según el (PMBOK, 2016) Adquirir el Equipo del Proyecto es el proceso para confirmar los recursos humanos disponibles y formar el equipo necesario para completar las asignaciones del proyecto. El equipo de dirección del proyecto puede o no tener control directo sobre la selección de los miembros del equipo, debido a contratos colectivos de trabajo, al uso de personal subcontratado, a un ambiente de proyecto de tipo matricial, a las relaciones de comunicación interna o externa, entre una variedad de motivos.

Dentro del ámbito de tecnología y por ejemplo para empresas que realicen desarrollo de software, un factor clave y talvez el de mayor importancia dentro de la visión de la empresa es: el **uso de la tecnología**, entre mayor cantidad de maquinaria o avances tecnológicos se tengan en el desarrollo productivo para lograr el producto final, mejor podría llegar a ser la calidad del mismo, e incluso se podría obtener menos costos de ejecución e incluso menos desperdicios.

6. Metodología

Se realizará una investigación cuantitativa centrada en identificar aspectos para que una empresa colombiana no fracase durante su primer año, identificando tanto los pro como los contra, analizando la causa raíz y proponiendo posibles estrategias para evitar el fracaso a través de los factores claves de éxito. Por lo anterior se realiza revisión sobre temas de perdurabilidad y sostenibilidad empresarial en Colombia; determinando características en común que aporten a obtener información sobre estabilidad empresarial y consejos para la construcción de estrategias.

La investigación se realizará de forma cuantitativa y cualitativa, identificando los factores que generan fracaso empresarial. Según (Dominguez, 2007) “los métodos cualitativos parten del supuesto básico de que el mundo social está construido de significados y símbolos”; que aportan la obtención de experiencias vivenciales desde el punto de vista de quien lo experimenta y como lo comprende en relación al conocimiento y los hechos. Según (Bradbury, 2013) ” El método de investigación cuantitativo surge de las ciencias naturales y no como comúnmente se cree que parte del positivismo, es un método que contiene un proceso claro y preciso sobre la forma en que se investiga”.

El enfoque que se utilizara es mixto donde se identificará la correlación entre variables que puedan afectar la perdurabilidad y sostenibilidad empresarial a través de la obtención de datos numéricos y percepciones frente a vivencias experimentadas; teniendo claro las características que componente el éxito de una empresa y no solo por permanecer en el mercado, sino por lograr estabilidad económica y expansión.

7. Población Objeto

La población objeto que se definió para desarrollar el trabajo y poder determinar el qué hacer, para mantener a flote una empresa en el país con cambios frecuentes en la economía, en el ambiente y en la sociedad; esta última comprendida en lo que buscan los clientes, cuáles son sus necesidades y perspectivas en el mercado.

Las empresas seleccionadas, se caracterizan por contar con estabilidad, rentabilidad y crecimiento; no se tendrá en cuenta un tiempo máximo en el mercado; pero si un tiempo mínimo de 2 años.

8. Hipótesis

De acuerdo a la investigación realizada, con el fin de identificar los factores de éxito de las empresas, para garantizar su continuidad y sostenibilidad; se pueden considerar las siguientes hipótesis:

- Hipótesis 1: ¿Son los factores claves aplicados por las empresas, los que determinan su éxito?
- Hipótesis 2: La sostenibilidad de las empresas depende de la experiencia, estrategias o conocimiento de sus gerentes o de los factores de éxitos que los caracteriza como empresa?

9 Instrumentos de recolección de datos

Para la recolección de datos y así poder sustentar las teorías de la investigación se aplicará una encuesta, en donde se pretende recolectar la información con base a la experiencia de empresas, sin importar el sector, y de sus empleados. La encuesta contará con preguntas abiertas y cerradas y un total de 15 preguntas.

A continuación se podrá observar el esquema de preguntas que se realizarán:

Encuesta - Empresas Sostenibles

La siguiente encuesta tiene fines académicos y la información proporcionada será completamente confidencial.

Solo para propietarios. ¿Realizó un estudio de mercado antes de crear su empresa? *

- Si
- No

Eliga el sector de la empresa para la cuál trabaja o es dueño. *

1. Agropecuarios
2. Servicios
3. Industrial
4. Transporte
5. Comercio
6. Financiero
7. Construcción
8. Minero y energético
9. Comunicaciones

¿Cuál es su rol en la empresa? *

1. Emprendador/Dueño
2. Empleado

Su empresa o para la cual trabaja, a hoy, ¿Cuánto tiempo lleva en el mercado? *

- 0 a 6 meses
- 6 a 12 meses
- 1er año
- 2do año
- 3er año
- 4to año o más

¿En la empresa actualmente existe un manual de funciones que defina los cargos en la empresa? *

- 1. Si
- 2. No
- 3. No sabe

¿En la empresa actualmente se cuenta con un manual de procesos? *

- Si
- No
- No sabe

¿Cuánto tiempo transcurrió para que la empresa empezara a generar rentabilidad? (si a hoy la tiene) *

- 1. 0 a 6 meses
- 2. 6 a 12 meses
- 3. Después del 1er año
- 4. Después del 2do año
- 5. Después del 3er año
- 6. Después del 4to año o más
- 7. No sabe

¿Cuántas líneas de servicio maneja la empresa? *

- 1. una
- 2. Dos - Tres
- 3. Cuatro - Cinco
- 4. Más de cinco

Actualmente que métodos utiliza para que sus productos o servicios sean conocidos en el mercado *

- 1. Volantes
- 2. Página web
- 3. Publicaciones en periódicos
- 4. Correo electrónico
- 5. Almacenes de cadena
- 6. Voz a voz
- 7. Todas las anteriores

¿Cuál de los siguiente soportes de atención ofrece la empresa? *

1. Telefónico
2. Correo electrónico
3. Contacto personal
4. Todos los anteriores

La publicidad de la empresa se encuentra concentrada en: *

1. Impresa
2. Radio o televisión
3. Online, redes sociales
4. Pancartas, carteles, volantes, vallas publicitarias etc.
5. Almacenes de cadena

Desde su posición Emprendedor/Empleado, ¿Cuál considera que es la clave de éxito en el negocio? *

1. Trabajo duro y perseverancia
2. Buenos productos/servicios
3. La publicidad
4. El conocimiento de la gerencia/empleados
5. Ambiente laboral

Desde su posición Emprendedor/Empleado, considera que la Competencia es: *

1. Es tonta
2. Es astuta
3. Es inteligente
4. Está en todas partes
5. Es mejor que su empresa
6. Es una amenaza constante

Desde su posición Emprendedor/Empleado, Considera que la mayor ventaja competitiva es: *

1. Experiencia
2. Entender lo que quiere el mercado
3. Conducir el negocio éticamente
4. Brindar un buen servicio al cliente
5. Crear y seguir un plan detallado

Desde su experiencia, ¿Cuál considera usted que es la cualidad clave para ser un buen emprendedor? *

1. Creatividad
2. Disciplina
3. Orientación al cliente final
4. Conocimiento tecnológico
5. Adaptabilidad / Flexibilidad

10. Muestreo

De acuerdo al informe de dinámica empresarial en Colombia I Semestre del 2018; que utiliza como Fuente de información Registro único Empresarial y Social (RUES) el cual recoge información registral de cámaras de comercio del País y permite hacer seguimiento al registro de matrículas nuevas y canceladas de empresas, por sectores y regiones del país; evidenciando:

- En el primer semestre se crearon en el país 185.330 empresas; de las cuales 37.440 son sociedades y 147.890 son personas naturales, evidenciando un incremento de 3,6% en el total firmas creadas respecto al 2017 con un total de 178.809.
- Las nuevas empresas se concentran principalmente en el sector comercio (38,4%), seguido de alojamiento y servicios de comida (16%), industria manufacturera (9,7%), actividades profesionales, científicas y técnicas (5,8%) y otras actividades de servicios (4,6%). Estos cinco sectores participan con el 74,5% del total de empresas creadas.

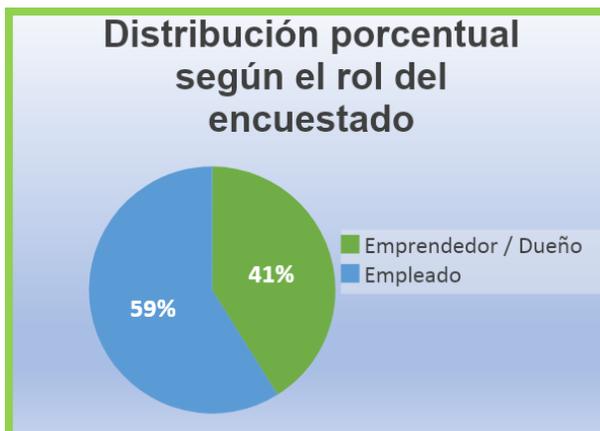
En el plano regional, se observa que el total de empresas nuevas se concentra principalmente en Bogotá con 22,4%, seguido de Antioquia 12,1%, Valle del Cauca 8,8%, Cundinamarca 6,6%, Atlántico 5,4% y Santander 4,9%, departamentos que, por su tamaño, concentran el 64,4% del tejido empresarial de Colombia.

Al realizar el cálculo de 185.330 empresas constituidas a nivel país, el 22,4% corresponde a Bogotá, es decir 41.514 empresas.. Para determinar el volumen de la encuesta se contará con un nivel de confianza del 90% y un margen de error del 10%, para lo cual era necesario contar con una muestra para 68 encuestados.

11. Resultados y Análisis:

La encuesta fue contestada al 100% por 73 personas de diferentes sectores empresariales, arrojando los siguientes resultados:

1. ¿Cuál es su rol en la empresa?



De los 73 encuestados se evidencia que el 41% corresponde a Emprendedores o dueños de empresa y el 59% empleados, detectando que a pesar que los encuestados en su mayoría fueron empleados, contamos con un porcentaje

alto de Emprendedores o Dueños de Empresa; lo que nos permitirá tener una mayor veracidad en las conclusiones.

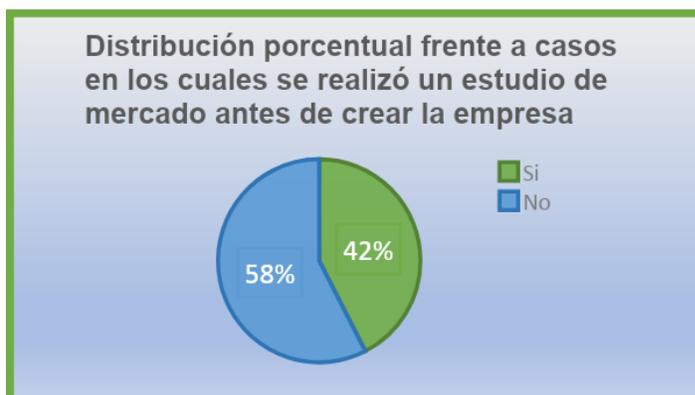
2. ¿Sector Empresarial?



La distribución porcentual de los sectores nos arroja que los encuestados pertenecen a diferentes sectores empresariales generando diferentes puntos de vista lo que nos permite conocer más a fondo los diferentes sectores. Se aplicó a 9 sectores

empresariales de los cuales solamente el sector construcción no tuvo participación, aunque se visualizó que el sector servicios tuvo la mayor participación del 53%, se evidencia que actualmente la empresa de servicios predomina en el resultado.

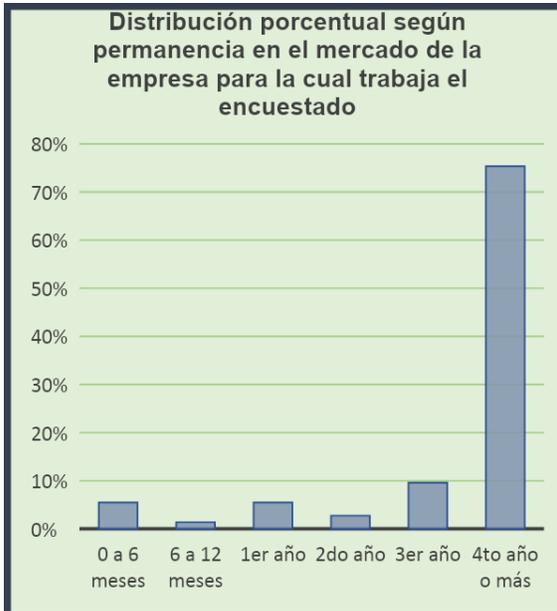
3 ¿Realizó un estudio de mercado antes de crear de su empresa?



Esta pregunta solamente se realizó a los emprendedores o dueños de empresas donde se detalla que del 41% de los encuestados respondieron que el 42% si

realizaron un estudio de mercado para constituir su empresa; evidenciando un porcentaje alto en la muestra dado que la mayoría de las empresas no tienen en cuenta este aspecto sino crean empresa según su conocimiento y/o experiencia en su quehacer laboral o gusto.

4. Su empresa o para la cual trabaja, a hoy ¿cuánto tiempo lleva en el mercado?

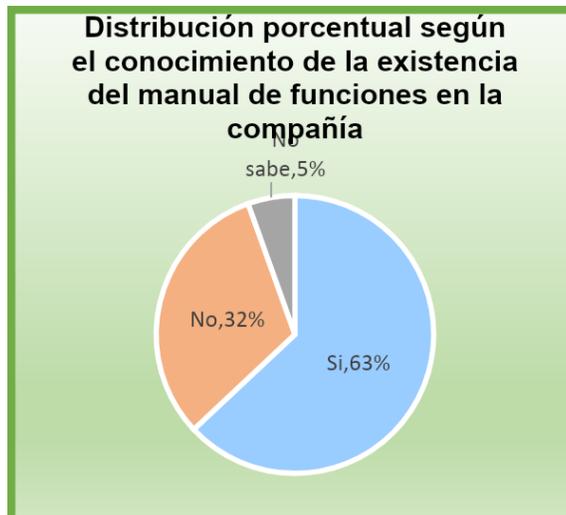


Los resultados obtenidos denotan que las tres cuartas partes de los encuestados pertenecen a compañías cuya permanencia en el mercado es igual o mayor a cuatro años. El cuarto restante evidencia que más de la mitad trabajan (13%) para empresas con permanencias entre dos y tres años, dejando así un 11% restante para aquellos cuyas compañías están en el orden de 0 a 1 año de

vida en el mercado.

5. ¿En la empresa actualmente existe un manual de funciones que defina los cargos en la empresa?

Aproximadamente dos tercios de la población encuestada manifestó tener

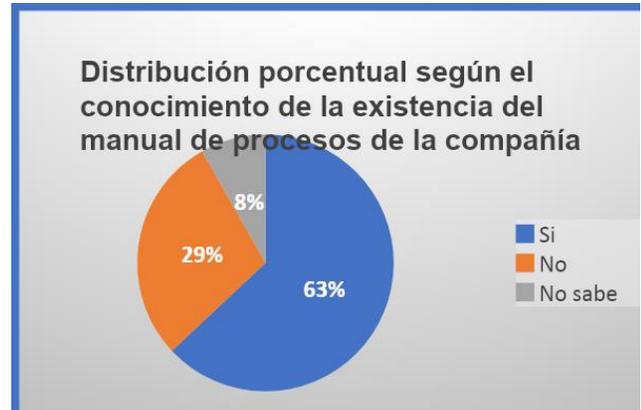


conocimiento de la existencia de un manual de funciones en sus compañías. Por otra parte, del porcentaje restante (37%), 23 encuestados (32%) manifestó no contar dicho documento en sus lugares de trabajo, mientras que una

minoría del 5% no tiene conocimiento del tema.

6. ¿En la empresa actualmente se cuenta con un manual de procesos?

Aproximadamente dos tercios de la población encuestada manifestó tener conocimiento de la existencia de un manual de procesos en sus compañías. Por otra parte, del porcentaje restante (37%), 21 encuestados (29%) manifestó no contar dicho documento en sus



lugares de trabajo, mientras que una minoría del 8% no tiene conocimiento del tema.

7. Cuanto tiempo transcurrió para que la empresa empezara a generar rentabilidad (si a hoy la tiene)



El gráfico denota que el 30% de las compañías a las cuales pertenecen los encuestados generaron rentabilidad en su primer año de permanencia en el mercado.

Por su parte un tercio (33%) de los encuestados manifiesta que las compañías a las

cuales pertenecen generaron rentabilidad después de un año de vida en el mercado, mientras que una minoría del 8% indica que dicha condición se generó pasados cuatros años desde su apertura. Finalmente, el 29% de los encuestados no sabe del tema.

8. ¿Cuántas Líneas de Servicio maneja la empresa?

El 41% de las empresas para las cuales trabajan los encuestados ofrece entre dos y tres líneas de servicio, una cuarta parte más de cinco, una quinta parte solo ofrece una, mientras que el 14% ofrece entre cuatro y cinco.



9. Actualmente que métodos utiliza para que sus productos o servicios sean conocidos en el mercado



Las empresas para las cuales trabajan los encuestados utilizan en un 37% la página web como canal publicitario. Por otra parte el 42% del total de encuestados manifestó que sus compañías utilizaban una combinación de diversos métodos publicitarios, mientras que un 18% y un 3% utilizan el voz a voz y el correo electrónico respectivamente.

10. ¿Qué soportes de atención al cliente ofrece la empresa?

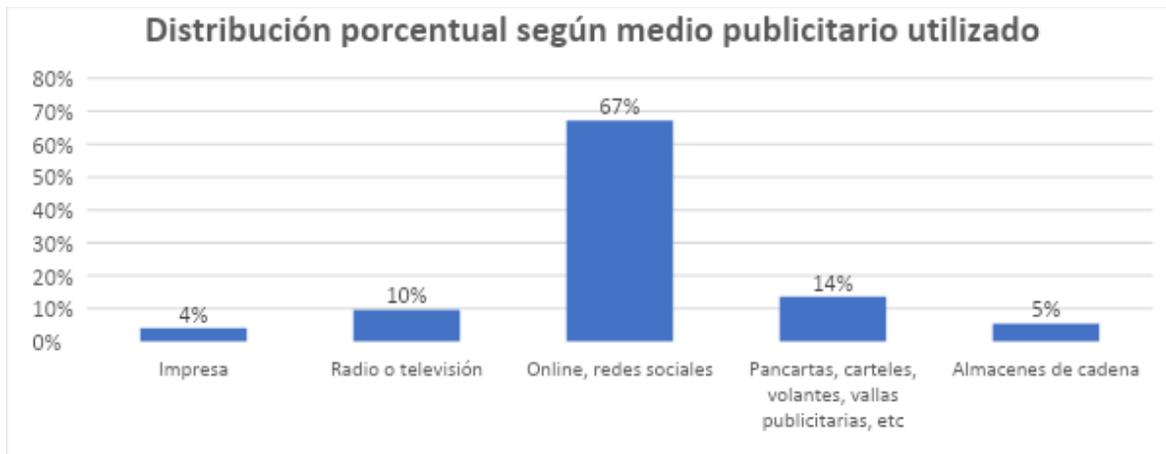


Los canales de atención al cliente usados por la compañías son en una inmensa mayoría (77%) una combinación de la atención telefónica, el correo electrónico y el contacto

personal. Sin embargo el 33% de los encuestados manifestó que el canal de atención de las compañías para las cuales trabajan son como única opción vía telefónica,

correo electrónico y contacto personal en un orden del 4%, 8% y 11% respectivamente.

11. ¿la publicidad de la empresa se encuentra concentrada en?



Teniendo en cuenta el resultado se demuestra que la mayoría de los encuestados refieren utilizar como publicidad el canal virtual utilizando las redes sociales y página web con un 67%, seguido de publicidad impresa con un 14%; detectando que las empresas se está adaptando a la tendencia del mercado por el crecimiento a la utilización de la comunicación virtual para acceder a los servicios.

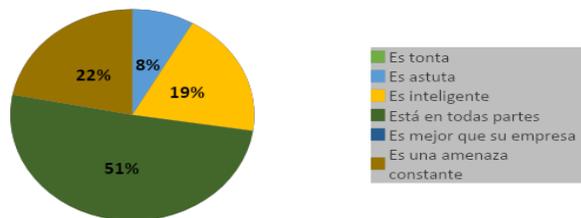
12. ¿Cuál considera que es la clave del éxito en su negocio?



De las 73 personas encuestadas el 60% califican que la clave de éxito está centrado en los productos y servicios ofertados, siendo un promedio muy alto en comparación de las demás preguntas, comprendiendo que los productos y servicios tienen que ir de la mano para generar valor y sostenibilidad a la empresa.

13. ¿Desde su posición Emprendedor/Empleado, considera que la competencia es?

Distribución porcentual según la percepción frente a la competencia



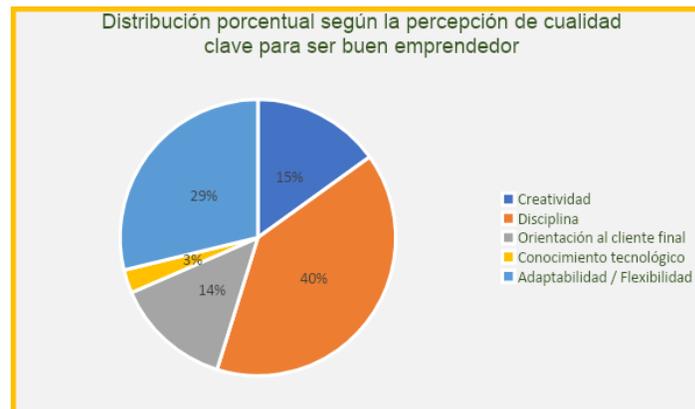
Se refleja que la percepción ante esta pregunta arroja un temor dado que la competencia no se encuentra exclusiva de un sector o ubicación geográfica, esta se encuentra en todas partes con un resultado del 51%, como segunda variable se encuentra con un 22% que la competencia es una amenaza constante para la supervivencia de la empresa .

14. ¿Considera que la mayor ventaja competitiva es?



Según el resultado de la muestra se identifica que la ventaja competitiva según la percepción de los encuestados está centrada es en entender lo que buscan los clientes y cuáles son sus necesidades con un 45%, seguidos del 33% que hace referencia a la importancia en la calidez y atención para poder acceder a ellos.

15.¿Cuál considera usted que es la cualidad clave para ser buen emprendedor?



La cualidad clave para ser un buen emprendedor según la respuesta generada por los encuestados nos arroja que debe ser disciplinado con un 40%, seguido de flexible y adaptado ante las necesidades de los clientes con un 29%, a pesar de estos resultados se evidencia que no existe una inclinación clara frente a este tema.

12. Discusión de los Resultados

Con base a los resultados obtenidos en la encuesta y por supuesto considerando los resultados que cada encuestado brindó, se identifican dos limitaciones, las cuales son:

- Los encuestados, consideraron que la clave de éxito que deben tener los emprendedores, es brindar buenos productos o servicios, dicho esto se considera como limitante el ser objetivo en la identificación de necesidades y conocimiento del público objetivo, para poder asegurar que el producto/servicio ofrecido si cumpla con los requisitos exigidos por el consumidor final. Con esto es importante que la empresa realice a profundidad el estudio de mercado considerando todos los factores necesarios para poder identificar clara y objetivamente las necesidades del mercado.
- Disciplina, fue seleccionada por los encuestados como la cualidad clave en los emprendedores, sin embargo, puede surgir el interrogante de, ¿En qué se debe ser disciplinado?, ¿La disciplina se debe tener al inicio de la empresa? ¿Sólo cuando se tengan problemas? Este limitante puede presentarse dada a la falta de experiencia o compromiso de los integrantes de la empresa, no solo de los fundadores o socios, quienes son los más interesados en que el negocio funcione, sino también en los empleados a cargo de la producción.

Conclusiones

Luego del desarrollo de la investigación y de analizar los datos recolectados en la encuesta se concluye que el 41% de los encuestados son emprendedores, por lo que se considera que una parte importante de los encuestados, realmente pueden tener una visión y una idea de los factores de éxito de una empresa, pues actualmente se han mantenido en el mercado a pesar de las diferentes circunstancias que se les han presentado a través del tiempo.

Adicional a ello, se destaca que dentro de los factores claves para los emprendedores, el tener un manual de funciones definido dentro de la organización, juega un papel importante para el funcionamiento de la misma, pues así lo consideró el 63% de los encuestados. La principal funcionalidad de este manual, consiste en la definición clara y objetiva de los funciones que cada miembro de la empresa debe desempeñar; por supuesto, esto con fines de que los esfuerzo sean conducidos hacia un mismo propósito.

Otro factor clave identificado, es la constancia en la aplicación de factores de éxito, esto es determinado con base a la información investigada y tomada como ejemplo de otras empresas, muchas empresas consideran que el tener un plan definido y determinar aspectos claves o de éxito que sirvan como guía y/o motivación durante su ejecución, pueden resultar provechosos en los beneficios obtenidos luego de su ejecución.

Por otro lado, la publicidad como factor clave de éxito, actualmente y conforme ha ido evolucionando el mercado, y no solo eso, sino también las necesidades del público objetivo de la empresa, las redes sociales y la tecnología han ido tomando la suficiencia fuerza y solidez como para convertirse en el principal modelo de comunicación y expansión de las

empresas. Esto también ha convertido la empresa, en un modelo fresco y innovador para la atención/soporte de atención que ofrece a sus servicios.

Otra variable clave de éxito es la disciplina y el éxito, para lograr los objetivos que como empresa se proyecten. Una empresa requiere tener autocontrol, normas claras, compromiso, orden y claridad en lo que se quiera alcanzar para hacerlo posible y duradero; no solo dejándolo en cabeza de los líderes de la empresa sino de conocimiento de todos los que hacen parte de la compañía, dado que esto favorecerá a un clima laboral positivo y por ende contribuirá al éxito de la empresa.

La disciplina favorece a mejorar la productividad, reducir la aparición de conflictos, toma decisiones más asertivas para el adecuado desempeño de la empresa.

Por último y no menos importante factor clave, es la competencia, frente a los oponentes, no solo es indispensable tener estrategias o mayor variedad de productos para poder obtener mayor ventaja frente al mercado, sino considerar que la competencia está en todas partes y que su alcance puede llegar a ser mayor de lo que se imagina, o de lo que quizá ya tiene plasmado en su plan de negocio. El 50.7% de los encuestados considera que está en todas partes y el 21.9% considera que es una amenaza constante; dicho esto, el mensaje debe ser siempre estar alerta y preparado para enfrentarlo, pero que esto no se convierta en un limitante para empresa.

Recomendaciones

Como recomendación es pertinente considerar que la competitividad, en los escenarios de la economía, la administración y los negocios hoy, implica el cambio en las organizaciones y cambio en las estructuras tecnológicas que, es decir, adaptarse fácil y rápidamente a la evolución que estas tengan, dado que con esto pueden representar el desarrollo de unidades de inteligencia y el manejo colectivo de esquemas de Big Data.

Además, conocer a profundidad las necesidades del mercado, siendo objetivo en su estudio y análisis, puede brindar mayor asertividad en la toma de decisiones durante la ejecución de la empresa, así como también, puede permitir un ambiente más claro y sano frente a los requisitos considerados en la empresa para el desarrollo de los productos o servicios que la misma ofrece.

Por último, un tema relevante dentro de estas variables e imposible no comentar, es la capacidad de adaptación que debe tener una empresa para hacer frente y liderar fácilmente los cambios no pronosticados que suceden en su cotidianidad y a la variación del comportamiento frente a las exigencias de los clientes; enmarcada en la flexibilidad e innovación constante de los productos y servicios a ofertar frente al mercado y la demanda. Motivo por el cual es clave adoptar mentalidad positiva a largo plazo, prepararse para un aprendizaje permanente y analizar si los objetivos como empresa están cubriendo las necesidades de los clientes en cuando a los productos o servicios a adquirir y como acceden a ellos frente a la interacción con nuestros colaboradores que deben ofrecer una actitud laboral asertiva y resolutiva.

Bibliografía

Arboleda, G. B. (Junio de 2016). *Factores de éxito competitivo: Caso ESAL Barranquilla*.

Obtenido de

file:///C:/Users/yanin/Downloads/FACTORES_DE_EXITO_COMPETITIVO_CAS
O_ESAL_BARRANQUIL.pdf

Bradbury, G. (17 de Diciembre de 2013). *La investigación cuantitativa, la investigación cualitativa y los métodos de triangulación*. Obtenido de

<http://portafoliopsicosocial13.blogspot.com/2013/12/la-investigacion-cuantitativa-la.html>

Collins, J. (2002). Empresas que sobresalen. En J. Collins, *Empresas que sobresalen*.

DANE. (Noviembre de 2009). *Informe de Resultados 2008 ECDE*. Obtenido de

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/ecde/informe_ECDE_08.pdf

DANE. (2014). *Dinámica empresarial Colombiana*. Obtenido de

<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Empresarial/gem%202013.pdf>

Dominguez, J. (17 de Octubre de 2007). *Investigación cualitativa y psicología social crítica. Contra la lógica binaria y la ilusión de la pureza. Investigación cualitativa en Salud*. Obtenido de <http://www.cge.udg.mx/revistaudg/rug17/3invesigacion.html>

Garzón, M. A. (2011). *Perdurabilidad, sostenibilidad y grupos de interés*. Obtenido de

[https://www.academia.edu/14331245/Perdurabilidad_sostenibilidad_y_grupos_de_i
nter%C3%A9s](https://www.academia.edu/14331245/Perdurabilidad_sostenibilidad_y_grupos_de_inter%C3%A9s)

Ministerio de industria, c. y. (2019). Empresa: Creación y puesta en marcha. En c. y.

Ministerio de industria, *Empresa: Creación y puesta en marcha* (pág. 5). España:

Catálogo General de Publicaciones Oficiales.

PMBOK. (2016). Obtenido de <https://pmbokproyectos.blogspot.com/p/gestion-de.html>

Rearte, A. G. (2004). El Proceso de creación de empresas en Argentina : factores

determinantes y diferencias espaciales. En A. G. Rearte, *El Proceso de creación de empresas en Argentina : factores determinantes y diferencias espaciales* (pág. 18).

Argentina.

Rodriguez, H. A. (20 de Mayo de 2012). *Perdurabilidad empresarial: concepto, estudios,*

hallazgos. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v28n47/v28n47a09.pdf>

Rojas, C. I. (20 de Mayo de 2012). *Sostenibilidad en las empresas*. Obtenido de

<https://www.eoi.es/blogs/carollirenerodriguez/2012/05/20/sostenibilidad-en-las-empresas/>