

Segundo Informe de Avance del Proyecto de Investigación:

Los emprendimientos en Colombia, el alto índice de fracaso en el sector minorista.

Elaborado por:

Franklin Suarez Ardila

Leidy Zambrano Campos

Valentina Jaramillo García

Yenny Rodríguez

Universidad Ean

Escuela de Formación en Investigación

Seminario de Investigación de Postgrado

Bogotá

08/6/2024

Resumen

El emprendimiento es una fuente de desarrollo social, crecimiento económico, movilidad, sostenibilidad y oportunidades de expansión en el mercado, la palabra emprendimiento viene del francés “entrepreneur” significa iniciar un proyecto, es aquí donde comienza el tema a investigación con la incógnita de ¿Cómo reducir la tasa de fracaso de los emprendimientos del sector minorista en Colombia? No obstante, para llegar a este contexto revisamos bibliografía relevante sobre diversas temáticas, trazamos nuestro objetivo principal donde la prioridad es generar un modelo replicable que permita a las empresas perdurar en el tiempo de manera rentable, sostenible y así revertir las altas tasas de discontinuidad empresarial.

Palabras Claves: Emprendimiento, Sostenibilidad, Pyme, Mercado, Crecimiento Económico

Problema de Investigación

Colombia, a pesar de ser un país con una economía en constante crecimiento y un ecosistema emprendedor vibrante, se enfrenta a una realidad preocupante: el alto índice de fracaso de los emprendimientos. En consecuencia, el estudio de Confecámaras (2024), analiza la supervivencia de las empresas en Colombia, utilizando una base de datos de la DIAN con información sobre todas las empresas activas en el país, concluye que la tasa de supervivencia a 5 años para las empresas es del 33,5%. Lo que quiere decir que, casi el 70% de los nuevos negocios en cierran sus puertas antes de cumplir los 5 años, una cifra alarmante que exige un análisis profundo para comprender sus causas y proponer soluciones viables.

Varios factores contribuyen al fracaso de los emprendimientos en Colombia. Entre ellos se encuentra la insuficiente financiación e inversión en investigación y desarrollo, que representa aproximadamente el 0.3% del PIB del país. Aunque existen fuentes y fondos de financiamiento en Colombia, su disponibilidad no satisface la demanda actual. La tecnología también desempeña un papel crucial; según un estudio de la ANDI (2021), una de cada tres empresas en Colombia enfrenta desafíos para adaptarse a la transformación digital. Además, la innovación y la adopción de nuevas tecnologías son áreas de preocupación, junto con la falta de conocimiento en liderazgo financiero, mercadeo, internacionalización, estadísticas, sostenibilidad y gestión de talento humano. Estos desafíos subrayan la importancia de abordar una amplia gama de áreas gerenciales para garantizar el éxito de los proyectos o emprendimientos en el país.

Si bien existen estudios sobre el tema, aún no hay una respuesta definitiva a la pregunta de por qué algunos emprendimientos tienen éxito mientras que otros fracasan, el éxito de un emprendimiento puede estar determinado por una variedad de factores interrelacionados. Según el reconocido autor estadounidense Eric Ries (2020), las empresas exitosas son aquellas que pueden pivotar rápidamente y ajustar su enfoque en función de la retroalimentación del cliente. Por otra parte, el estudio de Brush et al. (2019), concluye la gestión eficiente de recursos financieros, humanos y tecnológicos es crucial para el éxito a largo plazo. En su libro “Marketing Managemen” los autores Según Kotler y Armstrong (2021), proponen que una estrategia de marketing efectiva brinda la capacidad de llegar a los clientes adecuados y comunicar el valor del producto o servicio es esencial. Por su parte, Collins (2021), argumenta que las empresas exitosas suelen tener líderes visionarios que pueden motivar a otros y mantener altos estándares de desempeño.

Descripción del problema.

La diversidad de factores necesarios para el éxito empresarial hace que sea especialmente desafiante para los emprendimientos en Colombia acceder a todos ellos en su totalidad y con la calidad requerida. Esta falta de acceso a recursos de alta calidad dificulta su capacidad para mantenerse en el mercado nacional, que de por sí es relativamente pequeño. Además, competir en el mercado internacional se vuelve aún más difícil, ya que las empresas extranjeras suelen tener acceso a una gama más amplia de recursos. Como resultado, es probable que los emprendimientos enfrenten dificultades para prosperar y corran el riesgo de fracasar o estancarse en su crecimiento.

Por consiguiente, esta investigación busca abordar la problemática de la alta tasa de fracaso de los emprendimientos del sector minorista en Colombia, explorando los factores que inciden para que un emprendimiento sea exitoso a nivel nacional e internacional. Basados en las cifras y estudios existentes, se pretende diseñar un modelo de aplicación, donde se transforme el conocimiento en un sistema aplicable en las organizaciones. El modelo comprenderá las necesidades a nivel de mercadeo y finanzas de los emprendimientos para así aportar recomendaciones y estrategias valiosas para los negocios en estos aspectos.

Pregunta de investigación.

Dada la importancia del emprendimiento en el fortalecimiento social y económico de un país, surge la necesidad de identificar estrategias replicables en las empresas que les permita

incrementar sus posibilidades de éxito. Por consiguiente, este estudio tiene como objetivo responder a la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo reducir la tasa de fracaso de los emprendimientos del sector minorista en Colombia? La respuesta a esta pregunta permitirá comprender mejor los desafíos que enfrentan los emprendedores colombianos y formular recomendaciones para mejorar las tasas de éxito de los emprendimientos en el país.

Objetivo general.

Diseñar un modelo de aplicación que comprenda el entorno colombiano y sea replicable al interior de los emprendimientos que les permita aumentar su eficiencia y por ende el crecimiento o sostenibilidad del negocio.

Objetivos específicos.

1. Diagnosticar las variables de las altas tasas de fracaso de los emprendimientos en Colombia para comprender la línea base de este indicador.
2. Estudiar los casos de los emprendimientos exitosos para replicar en los que no han logrado sus objetivos de sostenibilidad empresarial.
3. Diseñar un prototipo que permita a los emprendedores contar con implementar procesos que puedan aportar en el proceso de crecimiento.
4. Formular recomendaciones para de las nuevas generaciones en emprendimientos logrando estén activos en la vida económica, política y social del país.

Justificación

La justificación del presente estudio en el campo de Emprendimiento y Gerencia,

específicamente bajo la línea de investigación de Innovación para la sostenibilidad de las organizaciones, se basa en la necesidad urgente de abordar la alta tasa de fracaso de los emprendimientos en el sector minorista colombiano, donde casi el 70% de los nuevos negocios cierran antes de alcanzar los cinco años (Davila-Moran, 2022). Este análisis es crucial no solo por su conveniencia, dada la significativa contribución del sector minorista a la economía nacional, sino también por la relevancia social que implica. Fortalecer este sector puede resultar en un aumento del empleo y mejorar el bienestar económico general (Zapata-Domínguez y otros, 2019).

Desde un enfoque práctico, los resultados de esta investigación tienen el potencial de transformar las prácticas empresariales actuales, ofreciendo a los emprendedores estrategias viables y recomendaciones prácticas que podrían aumentar sus posibilidades de éxito. Estas estrategias incluyen la mejora en la gestión de recursos, innovación constante y estrategias de marketing adaptativas que son esenciales para competir eficazmente tanto a nivel nacional como internacional (Leonardo-Ramos y otros, 2023).

Además, Vargas-Merino & Sánchez-Esli (2021), aportan significativamente al corpus teórico existente al explorar la interacción entre la gestión estratégica y la innovación en la sostenibilidad de los emprendimientos. Este aporte es fundamental para la literatura en emprendimiento y gerencia, especialmente en lo que concierne a las peculiaridades del contexto colombiano, lo cual puede servir como base de comparación o extrapolación en estudios internacionales (Sung-Park & Duarte-Masi, 2019).

La metodología propuesta para esta investigación también refuerza su justificación, ya que la combinación de técnicas cualitativas y cuantitativas proporcionará una comprensión más

completa y rica del sector minorista. Esta aproximación no solo enriquece el análisis, sino que también establece un precedente para futuras investigaciones, contribuyendo a la evolución de las metodologías en este campo (Arias-Arciniegas et al., 2020).

En conjunto, este proyecto no solo satisface una necesidad académica y práctica, sino que también se alinea con los objetivos estratégicos del grupo de investigación G3PYMES, apuntando a mejorar la capacidad empresarial y la política de apoyo a emprendedores en Colombia. Al hacerlo, impacta positivamente en la práctica gerencial y ofrece un marco sustentable para el desarrollo de políticas enfocadas en el apoyo y crecimiento de los emprendimientos en el país (Terán-Yépez & Guerrero-Mora, 2020)

Marco Teórico

Palabras Claves: Emprendimiento, sostenibilidad, mercado, crecimiento económico

1. Definición del concepto de emprendimiento

El concepto de emprendimiento se entiende como la capacidad y disposición de un individuo o grupo para iniciar, organizar y administrar una nueva empresa, abarcando los riesgos inherentes con el objetivo de obtener ganancias económicas o impacto social. Esta definición encapsula no solo la creación de nuevas entidades comerciales, sino también la innovación y mejoramiento significativo de productos, servicios o procesos existentes. Los emprendedores son, por tanto, individuos que identifican oportunidades en el mercado y las capitalizan, enfrentando los desafíos financieros y operativos que esto conlleva (Pérez-Salaíces, 2024).

En este caso, para Tibaduiza & Calderon (2020), en el ámbito académico, se reconoce que una de las facetas más distintivas del emprendimiento es la innovación. Dicha innovación

puede presentarse en diversas modalidades, incluyendo la introducción de nuevas tecnologías, la modificación de modelos de negocio previos para adaptarlos a nuevos contextos o mercados, o el desarrollo de soluciones completamente nuevas que aborden necesidades previamente no satisfechas. Desde esta perspectiva, los emprendedores son vistos como catalizadores de cambio dentro de la economía. Sus iniciativas pueden generar perturbaciones significativas en industrias y mercados establecidos, desafiando a las entidades existentes, promoviendo la competencia y mejorando la eficiencia general del mercado.

Además, el término emprendimiento abarca también el emprendimiento social, que se centra en generar un impacto social positivo y sostenible más que en la obtención de beneficios económicos. Los emprendedores sociales se dedican a resolver problemas de índole social, ambiental o cultural a través de métodos innovadores y sostenibles. Estos métodos pueden ser implementados o replicados en otras comunidades o contextos, lo que potencia su alcance y efectividad. En consecuencia, tanto el emprendimiento comercial como el social son fundamentales para impulsar el desarrollo económico, la innovación y la mejora social a nivel local, nacional e internacional (Brush et al., 2021).

2. Características de los Emprendedores:

El emprendedor debe conocer todo lo que implica emprender, según EGM (Emprendedor Growth Model, 2023), las características no son una fórmula ni un perfil específico sino una serie de capacidades que deben desarrollarse para fortalecer las habilidades, estas habilidades se logran con experiencia, nivel educativo, género, nivel de ingresos, género, aficiones entre otros, de otra parte y no menos importante las actitudes, habilidades blandas principalmente innovación, creatividad, resiliencia, proactividad, ética por mencionar algunas.

No obstante, en Colombia, frente a la experiencia de los empresarios, al revisar los estudios de Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2022), el 65% de los empresarios nacientes (actividad empresarial menos de 3.5 años), solo han tenido una experiencia empresarial y el 73.5% de los establecidos (actividad de más de 3.5 años), solo han tenido una experiencia empresarial, esto nos lleva a concluir que a mayor grado de experiencia genera en el emprendedor la apropiación de competencias empresariales y un panorama más claro sobre las dificultades y amenazas que enfrenta.

Adicionalmente, como lo mencionamos otra característica importante es la edad de los emprendedores, la dinámica empresarial (Dane 2022) en el año 2022 en nuestro país muestra una mayor proporción de actividad empresarial temprana entre 25 y 34 años (32.7%) y entre 35 y 44 años (33.5%), mientras que las personas de más de 55 años presentan la mayor proporción de actividad empresarial establecida, es correlacional la edad con la experiencia a la hora de emprender.

Otra característica de los emprendedores que cada vez cobra mayor relevancia es el perfil profesional, cuando un emprendedor tiene acceso a un nivel educativo alto aumenta la posibilidad de un mejor rendimiento organizacional debido a que puede tomar decisiones informadas y ejecutar actividades informadas. Así mismo, llama la atención los resultados del estudio de GEM año 2022 donde se evidencia que las personas con estudios de postgrado terminados presentaron una tasa de actividad temprana del 40.9%, (la cifra más alta reportada

desde 2018) y en la actividad empresarial establecida es casi igual a la educación superior (pregrado).

Otro factor importante a tener en cuenta es el nivel de ingresos de los empresarios medido en salarios mínimos, en Colombia se evidencia una mayor participación de emprendedores que cuentan con ingresos entre 1 y 2 salarios mínimos (Dane 2022), esta cifra se ha visto afectada después de la pandemia.

Por último, la tendencia (EGM 2022) en cuanto a características que permitirán mejorar las estrategias de una persona a la hora de emprender son la disposición de aprender, seguridad, innovación, creatividad, ambición, pasión, liderazgo, responsabilidad, paciencia, visión entre otras.

3. Factores de éxito o fracaso de las empresas

El emprendimiento como alternativa de inclusión laboral de personas con discapacidad en América Latina es un tema que aborda diversos desafíos y oportunidades. Vargas-Merino y Sánchez-Esli (2021) destacan la importancia del acceso a la educación, la capacitación, y los recursos, así como el papel crucial del apoyo y las redes sociales en este contexto. Además, resaltan el potencial de innovación y creatividad para desarrollar nuevos modelos y productos de negocios.

En relación con los factores determinantes del éxito emprendedor, Garzón (2019) señala dos aspectos primordiales: el financiamiento y la innovación. El autor destaca la necesidad de asesoramiento por parte de entidades especializadas en el desarrollo empresarial para abordar temas críticos y desconocidos para los emprendedores, lo que puede contribuir a la toma de decisiones informadas y responsables.

Por otro lado, las empresas colombianas enfrentan diversos desafíos tanto internos como externos para los próximos años, según lo revelado por Sánchez (2023). La tecnología emerge como un factor clave que guiará las operaciones empresariales, con la inteligencia artificial y otras tecnologías disruptivas como líderes en este aspecto.

En el contexto de las PyMES colombianas, se identifican múltiples dificultades que pueden llevar al fracaso empresarial. La falta de planificación, acceso a recursos críticos como tecnología y capital humano, así como la incapacidad para adaptarse a cambios en el mercado, son solo algunas de las causas identificadas (Universidad EAN, 2023).

A pesar de la relevancia del emprendimiento en Colombia, se enfrenta a altas tasas de mortalidad empresarial, especialmente en los primeros años de operación. Esto contrasta con el papel estratégico que juegan las PyMES en la economía nacional, generando empleo y contribuyendo significativamente al PIB (ACOPI, 2019).

El marco legal y las políticas gubernamentales también desempeñan un papel fundamental en el fomento del emprendimiento en Colombia. Desde la Constitución Nacional hasta las leyes y programas específicos, se establecen las bases para incentivar la creación y el crecimiento de empresas, así como para proporcionar apoyo financiero y técnico a los emprendedores (Ríos y Roa, 2020).

En resumen, el emprendimiento en América Latina y específicamente en Colombia enfrenta una serie de desafíos y oportunidades, desde la necesidad de inclusión laboral de personas con discapacidad hasta la importancia de la innovación, el acceso al financiamiento y el

entorno empresarial favorable. El apoyo gubernamental y el marco legal son aspectos clave para promover el emprendimiento y mejorar las condiciones para el desarrollo empresarial en el país.

4.Contexto político, social o económico de Colombia

Los incentivos financieros y no financieros son elementos clave para fomentar el crecimiento empresarial en Colombia, proporcionando a las empresas los recursos y oportunidades necesarios para expandirse y mejorar su competitividad. Tanto los incentivos financieros, como los préstamos e inversiones, como los no financieros, como el acceso a tecnología y programas de capacitación, son cruciales para que las empresas mejoren sus productos y servicios, aumenten su eficiencia y se conecten con nuevos mercados y clientes potenciales. Especialmente para las PYMES y los emprendedores, estos incentivos son vitales para superar las barreras financieras y de conocimiento y así impulsar la innovación y el desarrollo tecnológico en el país. (Hernández, 2023)

Las MIPYMES, los emprendedores y los inversionistas desempeñan un papel fundamental en la economía colombiana, contribuyendo al crecimiento económico, generando empleo e ingresos, y promoviendo la competitividad. Además, estas entidades fomentan la innovación y el desarrollo tecnológico, adaptándose y creciendo en un entorno empresarial dinámico. Especialmente en regiones rurales y de bajos ingresos, estas empresas son clave para mejorar las condiciones económicas y sociales, proporcionando empleo y oportunidades de desarrollo. (Gómez 2023)

A pesar de los desafíos como la falta de acceso al crédito y las barreras regulatorias, los emprendedores en Colombia han demostrado resiliencia y capacidad de adaptación. Sin embargo, es esencial abordar estas barreras mediante políticas públicas que fomenten la

formación empresarial, mejoren el acceso al financiamiento y promuevan un entorno regulatorio favorable. La implementación reciente de la Política Nacional de Emprendimiento y la Ley de Emprendimiento son pasos importantes en esta dirección, proporcionando un marco sólido para el crecimiento y desarrollo del ecosistema emprendedor en el país. (La república, 2023)

El emprendimiento social también está en aumento en Colombia, ofreciendo soluciones innovadoras a desafíos sociales y ambientales. Aunque enfrenta obstáculos como la informalidad y la falta de acceso al sistema financiero, el emprendimiento social está generando un impacto significativo en áreas como educación, medio ambiente y equidad de género. Con el apoyo adecuado, incluyendo políticas públicas y programas de capacitación, el emprendimiento social tiene el potencial de transformar positivamente la sociedad colombiana y contribuir a un desarrollo más equitativo y sostenible. (Recon 2021)

Metodología

Primer nivel

Enfoque, alcance y diseño de la investigación

El estudio propuesto adopta un enfoque mixto que integra tanto metodologías cuantitativas la cual es la investigación descriptiva y como cualitativas la entrevista, para abordar de manera exhaustiva la problemática del alto índice de fracaso en los emprendimientos del sector minorista en Colombia. Este enfoque permite una comprensión más profunda y multidimensional, aprovechando la rigurosidad estadística y la riqueza contextual de los datos cualitativos. La decisión de utilizar un enfoque mixto responde a la necesidad de capturar tanto

la magnitud y tendencias generales del fenómeno como las experiencias y percepciones individuales de los emprendedores (Barreriro 2023).

De esta manera (Torres (2023), mencionan que, en cuanto al alcance, la investigación es de tipo transversal, pues se enfoca en recoger y analizar datos en un único punto en el tiempo para identificar características y patrones actuales que influyen en la supervivencia de los emprendimientos. Este enfoque transversal permite describir y analizar el estado actual de los emprendimientos minoristas, facilitando la identificación de factores críticos que contribuyen al fracaso o éxito en un momento determinado.

El diseño de la investigación es descriptivo, orientado a detallar las características específicas y los factores asociados con las altas tasas de fracaso empresarial en el sector minorista. Este diseño es adecuado para sistematizar una variedad de variables como la duración del negocio, factores financieros, el impacto de la tecnología y las competencias gerenciales, proporcionando una base sólida para la comprensión detallada de las causas del fracaso (Sampieri et al., 2022).

Para la recolección de datos cuantitativos, se recurrirá a los existentes de múltiples estudios a cerca del emprendimiento y se analizarán con respecto a bases de datos existentes de entidades como la DIAN y Confecámaras. Esta herramienta cuantitativa como lo es la encuesta, permite medir con precisión aspectos como la supervivencia empresarial y las características demográficas y económicas de los emprendimientos. Por otro lado, la recolección de datos cualitativos incluirá entrevistas en profundidad a emprendedores y otros actores clave del ecosistema emprendedor (Ñaupas-Paitán et al., 2019). Estas técnicas cualitativas enriquecerán el análisis, proporcionando insights sobre las experiencias personales y las dinámicas subyacentes que los datos cuantitativos no pueden revelar completamente.

Por último, es necesario indicar que el análisis de datos empleará técnicas estadísticas para los datos cuantitativos y análisis de contenido para los cualitativos, asegurando un tratamiento riguroso y sistemático de toda la información recopilada. La triangulación de datos, que compara y contrasta información de diversas fuentes y métodos, garantizará la confiabilidad y validez de los resultados, contribuyendo significativamente a la robustez del estudio. Este diseño metodológico no solo ofrece una comprensión detallada de la problemática del fracaso de los emprendimientos minoristas, sino que también establece una base sólida para el desarrollo de estrategias efectivas dirigidas a mejorar la sostenibilidad y éxito de estos negocios en Colombia (Sampieri et al., 2021).

Definición de variables

La definición de variables es un paso crucial en cualquier investigación, ya que permite especificar y clarificar los atributos que serán medidos. En el contexto del estudio sobre el fracaso de emprendimientos en el sector minorista en Colombia, este proceso implica determinar los elementos clave que influyen en la supervivencia y éxito de estos negocios, así como las dimensiones que serán parte del modelo de intervención propuesto (Zamora-Sánchez & Panchana-Cedeño, 2024).

En estudios como el presente, que adopta un enfoque descriptivo y transversal, las variables a menudo muestran una relación de interdependencia en lugar de una clara distinción entre variables dependientes e independientes. Esto es especialmente relevante en investigaciones correlacionales donde se busca comprender cómo diferentes variables se relacionan entre sí

dentro de un contexto específico. Por lo tanto, es fundamental definir cada variable de manera conceptual y operacional para asegurar la precisión y la relevancia de la medición.

Conceptualmente, las variables se definen a nivel teórico, estableciendo los fundamentos y la justificación de su inclusión en el estudio. Por ejemplo, una variable como "acceso a financiación" podría conceptualizarse como la capacidad de un emprendimiento para obtener capital externo necesario para su operación y crecimiento. Otra variable importante podría ser "capacidad de innovación", definida como la habilidad de un negocio para introducir nuevos productos o mejorar los existentes, adaptándose a las demandas del mercado (Rodríguez-Carmona et al., 2024).

Operacionalmente, las variables se definen por la forma en que serán medidas en la práctica. Esto incluye la especificación de instrumentos de medición, como encuestas o entrevistas, y la descripción detallada de cómo se recogerán y analizarán los datos. Por ejemplo, la variable "acceso a financiación" puede medirse a través de indicadores como la cantidad de préstamos obtenidos, inversión recibida, o subvenciones logradas en un período determinado. La "capacidad de innovación" podría evaluarse mediante el número de nuevos productos lanzados al mercado en el último año, o el porcentaje de ingresos derivados de productos introducidos recientemente.

La claridad en la definición de estas variables no solo facilita la recolección y análisis de datos relevantes, sino que también ayuda a establecer relaciones claras y justificables entre diferentes aspectos del fenómeno estudiado. Esto es esencial para asegurar que los resultados del estudio sean válidos y puedan ser utilizados para formular recomendaciones efectivas para los emprendedores del sector minorista en Colombia.

Definición conceptual

En el estudio sobre la tasa de fracaso de los emprendimientos del sector minorista en Colombia, se establecen definiciones conceptuales claras y detalladas para cada variable, siguiendo un enfoque descriptivo y correlacional. Este enfoque permite no solo describir las características y comportamientos de las variables sino también explorar las interrelaciones entre ellas, proporcionando un análisis comprensivo de los factores que contribuyen al fracaso empresarial.

La tasa de fracaso empresarial se conceptualiza teóricamente como el porcentaje de empresas del sector minorista que cierran sus operaciones dentro de un período específico. Esta definición se centra en la dimensión económica y demográfica del fenómeno, subrayando la importancia de entender los factores externos e internos que contribuyen al cese de actividades (García-Vera y otros, 2023).

Financiación e inversión, otra variable crucial, se define conceptualmente como el acceso y manejo de recursos financieros que son necesarios para la operación y expansión de las empresas. Esta variable aborda directamente los aspectos económicos y financieros que pueden influir en la capacidad de un negocio para sostenerse y crecer en un mercado competitivo (Hinojosa-Wong & Perca-Rivera, 2022).

En cuanto a innovación y tecnología, la definición conceptual se enfoca en la implementación de nuevas tecnologías y prácticas innovadoras que buscan mejorar los procesos y productos de las empresas minoristas. Esta variable es esencial para evaluar cómo la adopción de nuevas soluciones puede afectar la competitividad y la supervivencia a largo plazo de los negocios (Arias-Gutiérrez, 2023).

Las capacidades de gestión se conceptualizan como las habilidades y conocimientos necesarios para administrar eficazmente los recursos y dirigir las operaciones empresariales. Esta definición pone énfasis en las competencias gerenciales que son fundamentales para el éxito empresarial, incluyendo la toma de decisiones, liderazgo y estrategia operativa (Haro-Sarango y otros, 2023).

La última variable, que hace referencia a mercado y clientes, se define desde una perspectiva comercial y comportamental, centrandó la atención en las dinámicas del mercado y el comportamiento de los consumidores que tienen un impacto directo en las empresas minoristas. Este enfoque permite entender cómo las preferencias y decisiones de los consumidores influyen en el desempeño de las empresas en el sector (Araujo dos Santos, 2022).

A través de estas definiciones conceptuales, el estudio establece una base teórica sólida que guía la investigación y facilita un análisis detallado y estructurado de cómo diferentes factores contribuyen al alto índice de fracaso empresarial en el sector minorista en Colombia. Esto proporciona una plataforma para identificar intervenciones efectivas que puedan mejorar la sostenibilidad y el éxito de estos emprendimientos.

Definición operacional

Para estructurar la definición operacional en un estudio sobre los factores que inciden en la tasa de fracaso de los emprendimientos del sector minorista en Colombia, se seguirán las siguientes pautas:

Tabla 1.
Definición Operacional de Variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones
Tasa de fracaso empresarial	Porcentaje de empresas del sector minorista que cierran sus operaciones en un período determinado.	Se medirá utilizando datos de la DIAN y Confecámaras, analizando la supervivencia de empresas a 5 años mediante análisis estadístico descriptivo.	Económica, Demográfica
Financiación e inversión	Acceso y manejo de recursos financieros necesarios para la operación y expansión de las empresas.	Se evaluará mediante una encuesta que recolecte datos sobre el acceso a financiación y las inversiones realizadas en los últimos 5 años.	Económica, Financiera
Innovación y tecnología	Implementación de nuevas tecnologías y prácticas innovadoras para mejorar los procesos y productos.	Se medirá mediante observación directa y encuestas sobre la adopción de tecnologías y prácticas innovadoras.	Tecnológica, Operativa
Capacidades de gestión	Habilidades y conocimientos para administrar recursos y dirigir operaciones empresariales efectivamente.	Se aplicarán pruebas de competencias gerenciales y encuestas a líderes empresariales sobre sus prácticas de gestión.	Gerencial, Organizacional
Mercado y clientes	Dinámicas del mercado y comportamiento de los consumidores	Se utilizarán datos de estudios de mercado, así como encuestas a	Comercial, Comportamental del consumidor

que afectan a las empresas minoristas.	consumidores y análisis de tendencias de compra.
--	---

Nota. Elaboración propia.

En el contexto del estudio sobre la tasa de fracaso de los emprendimientos del sector minorista en Colombia, se adoptará un enfoque descriptivo y correlacional para medir las variables identificadas. La variable principal, la tasa de fracaso empresarial, se definirá operacionalmente como el porcentaje de empresas que cesan operaciones dentro de un período específico de cinco años. Esta medición se llevará a cabo utilizando bases de datos oficiales proporcionadas por la DIAN y Confecámaras, aplicando técnicas estadísticas descriptivas para evaluar la supervivencia empresarial.

Además, la variable de financiación e inversión se examinará a través de la aplicación de una encuesta estructurada a los empresarios del sector, la cual recogerá información detallada sobre el acceso a recursos financieros y las inversiones realizadas. Esta encuesta permitirá obtener un panorama de las condiciones financieras que enfrentan las empresas y su impacto en la sostenibilidad del negocio (Vega-López & Sanzo-Pérez, 2023).

Por otro lado, la innovación y la tecnología se evaluarán mediante observaciones directas en establecimientos minoristas y encuestas que indaguen sobre la incorporación de tecnologías avanzadas y prácticas innovadoras en sus procesos. Estas medidas proporcionarán datos sobre cómo la adopción tecnológica y la innovación influyen en la competitividad y longevidad de las empresas en el sector minorista.

En cuanto a las capacidades de gestión, se aplicarán instrumentos de medición como pruebas de competencia gerencial y encuestas a los líderes empresariales, para determinar el nivel de

habilidades de gestión y su efecto en el rendimiento empresarial. Estos instrumentos explorarán aspectos como liderazgo, toma de decisiones y estrategias de gestión.

De esta manera, se puede decir que la dinámica del mercado y las preferencias de los consumidores se analizarán utilizando datos secundarios de estudios de mercado y encuestas directas a consumidores. Estos datos ayudarán a entender el comportamiento del mercado y su impacto directo en el éxito o fracaso de los emprendimientos (Haro-Sarango et al., 2023).

Este enfoque metodológico permitirá no solo describir las variables en cuestión sino también identificar posibles correlaciones entre ellas, facilitando la comprensión de las causas del alto índice de fracaso en el sector minorista colombiano y proporcionando una base para el desarrollo de estrategias dirigidas a mejorar la sostenibilidad empresarial.

Población y muestra

En el contexto del estudio sobre la tasa de fracaso de los emprendimientos del sector minorista en Bogotá, la población objetivo comprende algunas empresas minoristas activas. Según datos recientes de la DIAN y Confecámaras (2024), este grupo incluye aproximadamente 300,000 negocios que varían en tamaño desde pequeñas tiendas familiares hasta grandes cadenas de tiendas minoristas.

Debido al considerable tamaño y diversidad de esta población, se opta por utilizar un muestreo probabilístico estratificado para asegurar que la muestra sea representativa de la población completa. Esta técnica de muestreo permite subdividir la población en subgrupos o estratos que son homogéneos en ciertas características, como la ubicación geográfica, el tamaño del negocio, y el tipo de productos vendidos. Esto es crucial para garantizar que todos

los segmentos relevantes de la población minorista sean adecuadamente representados en la muestra, permitiendo generalizaciones más precisas de los resultados a toda la población.

El tamaño de la muestra para este estudio se calculará utilizando una fórmula estándar para muestreo probabilístico, que considera la variabilidad esperada en las respuestas, el nivel de confianza deseado (usualmente 95%), y el margen de error aceptable (comúnmente 5%).

Basado en estos parámetros y los datos de la población proporcionados por la DIAN y Confecámaras, se estimará la muestra de empresas minoristas que proporcionaría una representación adecuada y estadísticamente significativa de la población en estudio.

Esta estrategia de muestreo no solo refleja la diversidad y el alcance del sector minorista en Colombia, sino que también permite la realización de análisis detallados sobre la tasa de fracaso empresarial, abordando de manera efectiva las variaciones y tendencias específicas de diferentes tipos y tamaños de empresas dentro del sector.

Segundo nivel

Selección de métodos o instrumentos para recolección de información

Para la recolección de información en el estudio sobre la tasa de fracaso de los emprendimientos en el sector minorista en Colombia, se seleccionarán y diseñarán instrumentos que aseguren la consistencia y precisión en la medición de las variables identificadas (Araujo dos Santos, 2022). Dada la naturaleza descriptiva y correlacional del estudio, se utilizarán tanto técnicas cuantitativas como cualitativas para abordar las dimensiones múltiples de las variables.

Instrumentos Cuantitativos

Análisis de Datos Secundarios: Se estudiarán bases de datos proporcionadas por la DIAN y Confecámaras para evaluar la tasa de fracaso empresarial (Sampieri & Mendoza-Torres,

2022). El análisis incluirá técnicas estadísticas descriptivas para identificar patrones de supervivencia empresarial y correlacionar estos con otras variables del estudio (Revisar Anexo 1.).

Instrumento Cualitativo

Entrevista Semiestructurada: Para obtener información detallada sobre las capacidades de gestión y el contexto de mercado y clientes, se diseñó una entrevista semiestructurada dirigida a 26 emprendedores y gestores de negocios minoristas. Esta entrevista permitirá explorar en profundidad aspectos como estrategias de gestión, liderazgo, y percepciones del mercado (Sampieri et al., 2022). El guion de la entrevista incluirá preguntas abiertas basadas en las dimensiones de las variables relevantes, asegurando así la flexibilidad necesaria para captar información rica y detallada (Ver Anexo 2).

Técnicas de análisis de datos

Para el estudio sobre la tasa de fracaso de emprendimientos en el sector minorista en Colombia, es esencial emplear técnicas de análisis de datos adecuadas para extraer información valiosa tanto de los datos cuantitativos como cualitativos recolectados (Carrión-Guerrero & Peña-Isuiza, 2021). A continuación, se presenta una tabla que organiza los instrumentos de recolección de datos seleccionados junto con las técnicas de análisis correspondientes y su descripción:

Tabla 1.
Definición Operacional de Variables

Instrumento	Técnica de Análisis	Descripción de la Técnica
Encuesta Estructurada	Estadística Descriptiva	Incluye cálculo de frecuencias, medias, medianas, modos, y desviaciones estándar.

Instrumento	Técnica de Análisis	Descripción de la Técnica
Encuesta Estructurada	Análisis de Regresión	Estas medidas ayudarán a describir las características básicas de la muestra y a entender la distribución de las respuestas en relación a variables como financiación e innovación. Utilizado para identificar la relación y predecir el impacto de variables independientes (como financiación e innovación) sobre la variable dependiente (tasa de fracaso empresarial). Se emplearán modelos de regresión logística debido a la naturaleza binaria de la variable dependiente (éxito o fracaso).
Análisis de Datos Secundarios	Análisis de Supervivencia	Empleo de técnicas como Kaplan-Meier y modelos de riesgos proporcionales de Cox para evaluar la probabilidad de supervivencia de las empresas a lo largo del tiempo.
Entrevistas Semiestructuradas	Análisis de Contenido Temático	Se realizará una codificación y categorización de los datos cualitativos para identificar temas comunes y patrones en las respuestas. Esta técnica permite profundizar en las percepciones y experiencias de los gestores y emprendedores sobre los factores de éxito y fracaso.
Observaciones Directas	Análisis Descriptivo Cualitativo	Descripción detallada y sistemática de las observaciones realizadas en los establecimientos minoristas para evaluar la implementación y el efecto de innovaciones tecnológicas y prácticas de gestión en el ambiente de trabajo.

Nota. Elaboración propia.

Análisis y discusión de los resultados.

La entrevista se llevó a cabo para una población seleccionada de 26 personas, las cuales inicialmente se le pidieron los datos personales como el nombre, nombre del emprendimiento, y que vendía, esto para tener en claro cada uno de los emprendimientos los cuales iban a ser evaluados para analizar esta población.

Imagen No. 1 – Nube de palabras con las palabras importantes más utilizadas por los entrevistados

planificar
 demanda administración necesidades
 clientes experiencia
 contabilidad productos negocio
 servicio tiempo evaluar
 comunicación precios mercado

Como paso siguiente se procede a relacionar los resultados de la entrevista relacionando cada pregunta establecida en el formulario, lo cual va acompañado de un análisis respectivo y al final una discusión general de acuerdo con lo obtenido en la presente entrevista

Resultados obtenidos y análisis de las preguntas establecidas en la entrevista.

1. Descripción de cómo tomaron las decisiones clave en su negocio.

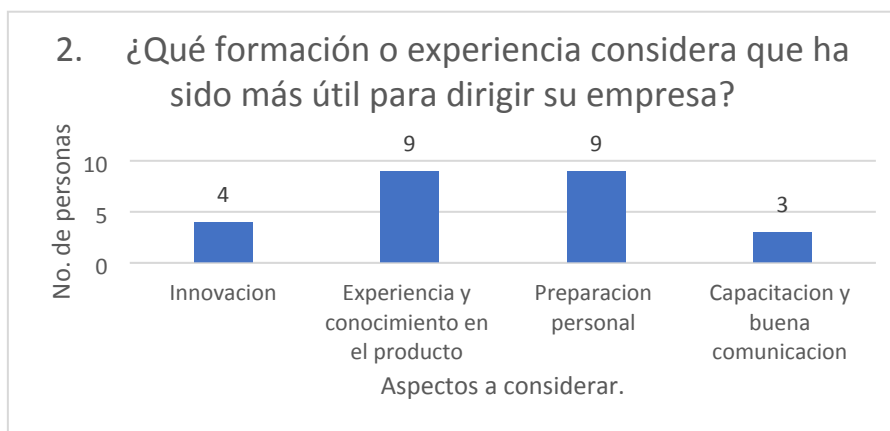
El público entrevistado enfatizó la presente pregunta en diversas respuestas, las cuales se basaron en tomar estas decisiones después de haber realizado un análisis y planeación, de acuerdo a las necesidades

que se presenten con cada cliente, se aplica lo aprendido y la experiencia adquirida, también relacionado con el manejo de un libro contable que les muestre los movimientos del negocio, esto les dejara ver si van creciendo, o si están estancados, o si están retrocediendo, de acuerdo a la perspectiva que ellos vean toman decisiones. Analizar la situación y concentrarse en buscar la causa o raíz del problema. Lo más importante observando las necesidades del cliente y así mirar, analizar y tomar decisiones de manera en que les beneficie tanto al empleado como al empleador y por supuesto al cliente.

- **2. Formación o experiencia que consideran que ha sido más útil para dirigir la empresa.**

Dentro de esta pregunta planteada, los entrevistados dieron respuesta en 4 diferentes aspectos que consideraban eran muy importantes, en cuanto a que ha sido lo más útil para dirigir la empresa frente a la formación y la experiencia, lo cual fue muy relevante en dos de estos aspectos interpuestos por ellos mismos, ya que consideraban que la experiencia y conocimiento sobre el producto que estaban ofreciendo y la preparación tanto a nivel personal como profesional, eran fundamentales para dirigir su empresa.

Ilustración 1. Factores útiles para dirigir una empresa.

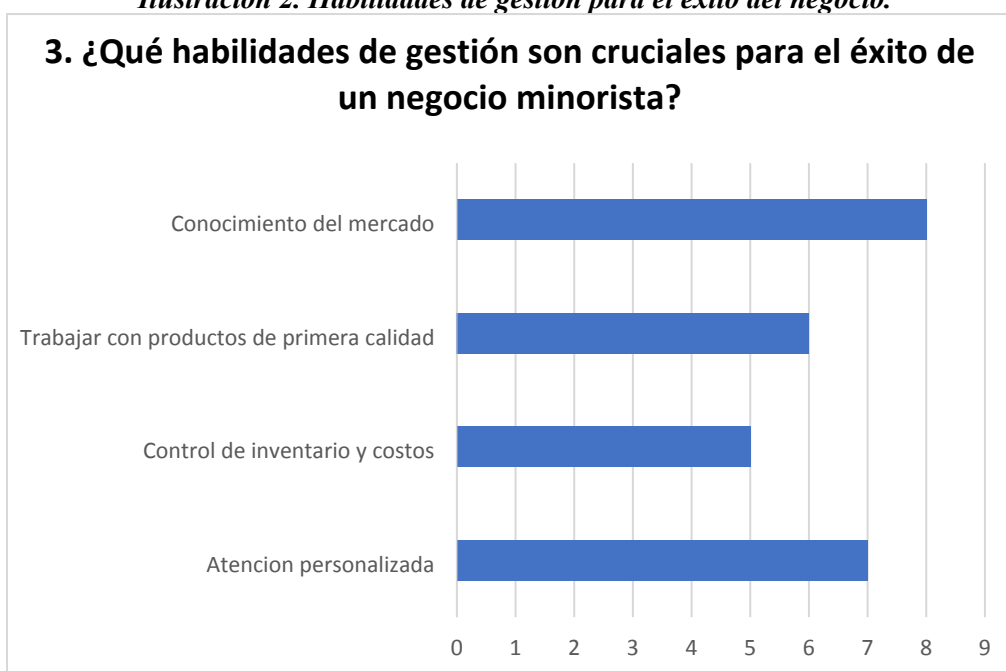


Fuente: Elaboración de los autores.

- **3. En su experiencia, ¿Qué habilidades de gestión son cruciales para el éxito de un negocio minorista?**

Dentro de las habilidades de gestión se enmarcaron mucho las relacionadas con el conocimiento del mercado, trabajar con productos de primera calidad, el control de inventarios y de costos y la atención personalizada, fueron puntos clave para el público entrevistado, debido a que consideraban que, manejando estos aspectos dentro de su empresa, estas tendrían éxito al momento de funcionar.

Ilustración 2. Habilidades de gestión para el éxito del negocio.

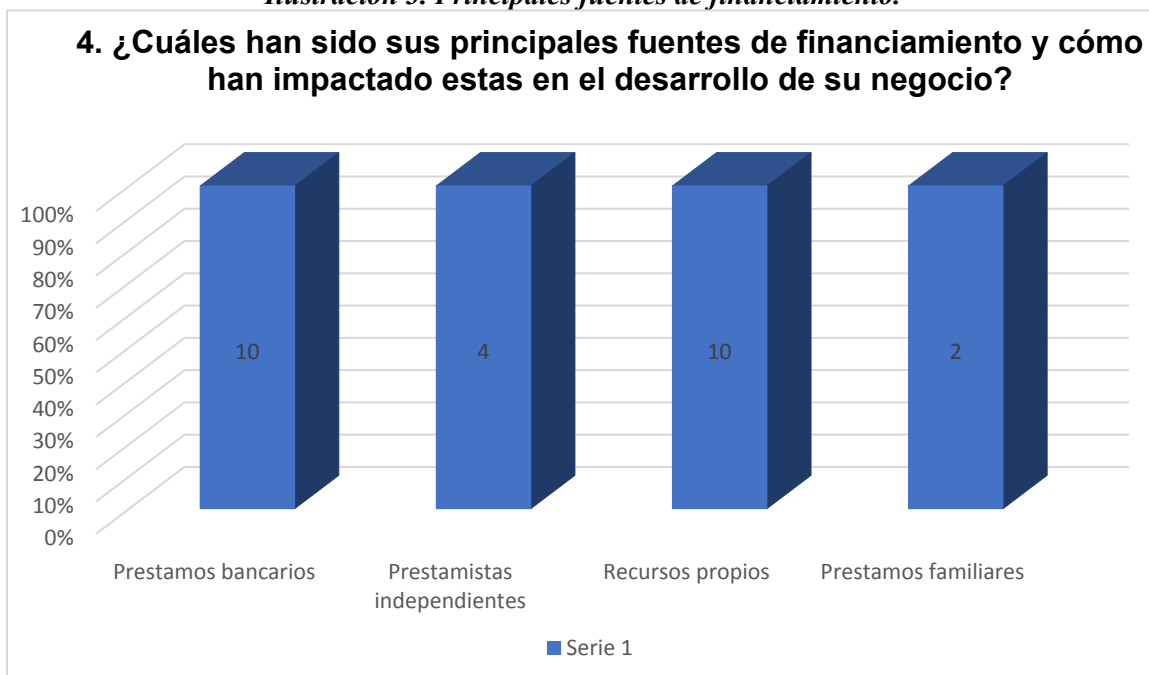


Fuente: Elaboración de los autores.

- **4. ¿Cuáles han sido sus principales fuentes de financiamiento y cómo han impactado estas en el desarrollo de su negocio?**

El público seleccionado siempre tuvo en cuenta las 2 principales fuentes de financiamiento los bancos, y utilizar los recursos propios, ya que, en caso de no poder acceder a cualquiera de estas dos opciones, las demás eran los préstamos independientes y los familiares, pero los familiares eran poco comunes.

Ilustración 3. Principales fuentes de financiamiento.



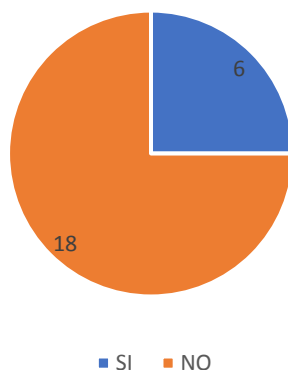
Fuente: Elaboración de los autores.

- **5. Desafíos al buscar financiación.**

En este aspecto, se encontró que muchas de ellas si han enfrentado diferentes desafíos al momento de obtener una financiación externa, a continuación, se exponen los resultados de la encuesta obtenida, la mayoría de las explicaciones del porqué, era porque por ser empresas pequeñas era muy difícil poder tener acceso a un préstamo.

Ilustración 4. Enfrentar desafíos al buscar financiación externa.

5. ¿Ha enfrentado desafíos al buscar financiación externa? ¿Podría describir esos desafíos?



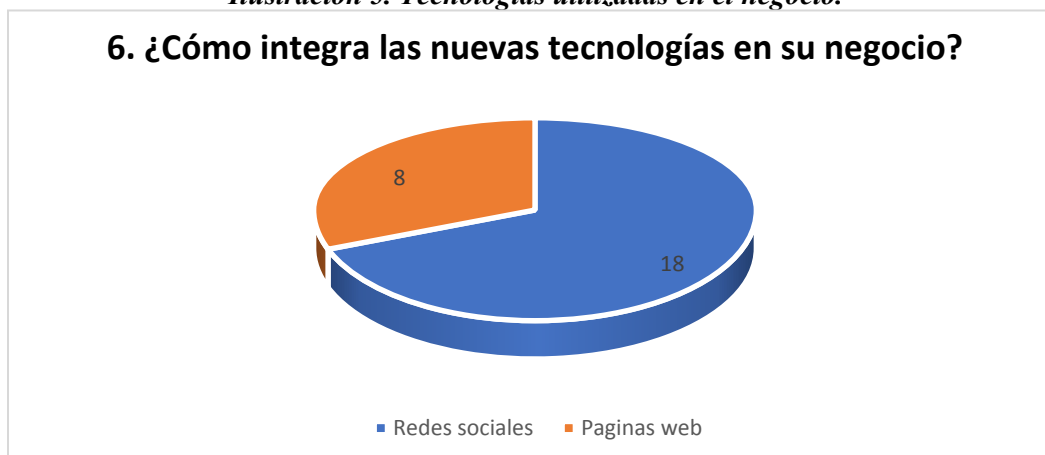
Fuente: Elaboración de los autores.

También, algunas de las personas que contestaron que NO, sus razones eran que no era viable tener créditos, ya que se llevan una buena parte de tus ganancias y en lo posible era mejor no adquirirlos.

- **6. ¿Cómo integra las nuevas tecnologías en su negocio?**

Dentro de las nuevas tecnologías que los emprendedores integran en sus negocios, las redes sociales encabezaron la lista, ya que el argumento de muchos de ellos era que WhasAapt les ayudaba a agilizar mucho los pedidos, ya que podían tener un contacto directo con los clientes, y las páginas web servían para promocionar sus productos, entonces les ayudaba mucho a crecer sus ingresos.

Ilustración 5. Tecnologías utilizadas en el negocio.

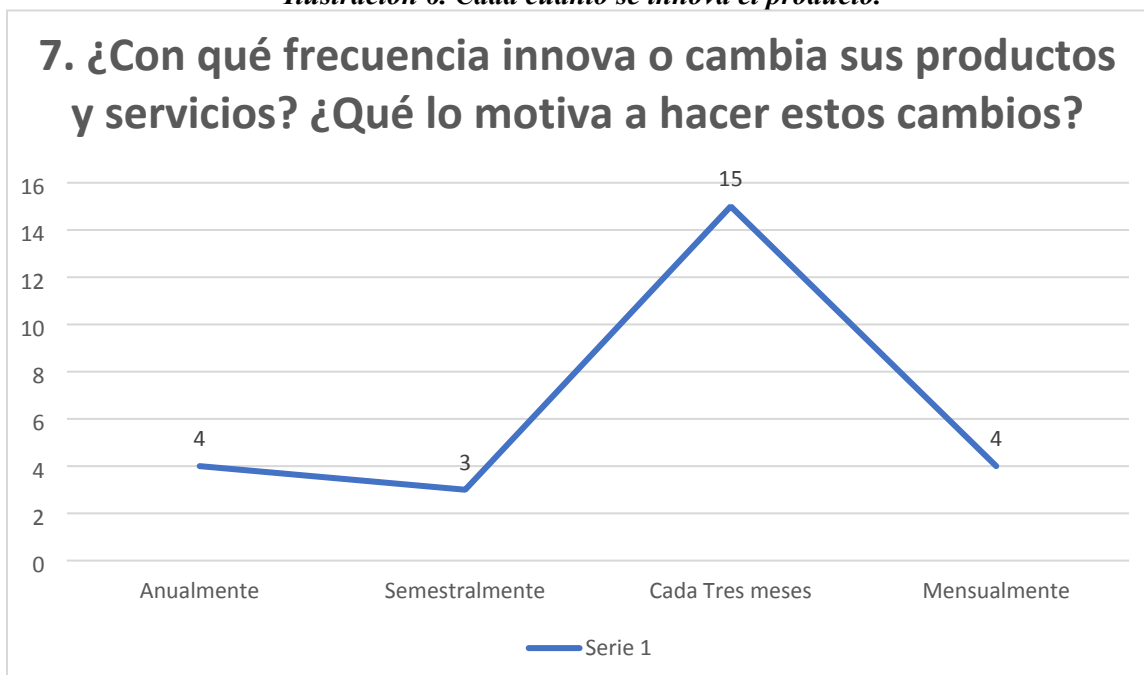


Fuente: Elaboración de los autores.

- **7. ¿Con qué frecuencia innova o cambia sus productos y servicios? ¿Qué lo motiva a hacer estos cambios?**

Dentro del público encuestado, se enfatizó en que la frecuencia más común en innovar sus productos o cambiar era cada 3 meses, obteniendo una participación de 15 de 26 personas, para otros les parecía conveniente mensualmente, como para los demás semestralmente o anualmente y el mayor de los motivos encontrados era por buscar mayores ingresos y oportunidades.

Ilustración 6. Cada cuanto se innova el producto.



Fuente: Elaboración de los autores.

- **8. ¿Cómo evalúa la demanda del mercado para sus productos o servicios?**

En este presente aspecto el público entrevistado si estuvo muy parcial, debido a que la mitad de la población eligió que las encuestas era el método de evaluación de la demanda del mercado más efectivo para sus productos o servicios y la otra mitad escogió el nivel de ventas obtenido, ya que a partir de allí establecían si la demanda estaba en crecimiento o no.

Ilustración 7. Evaluación de la demanda.

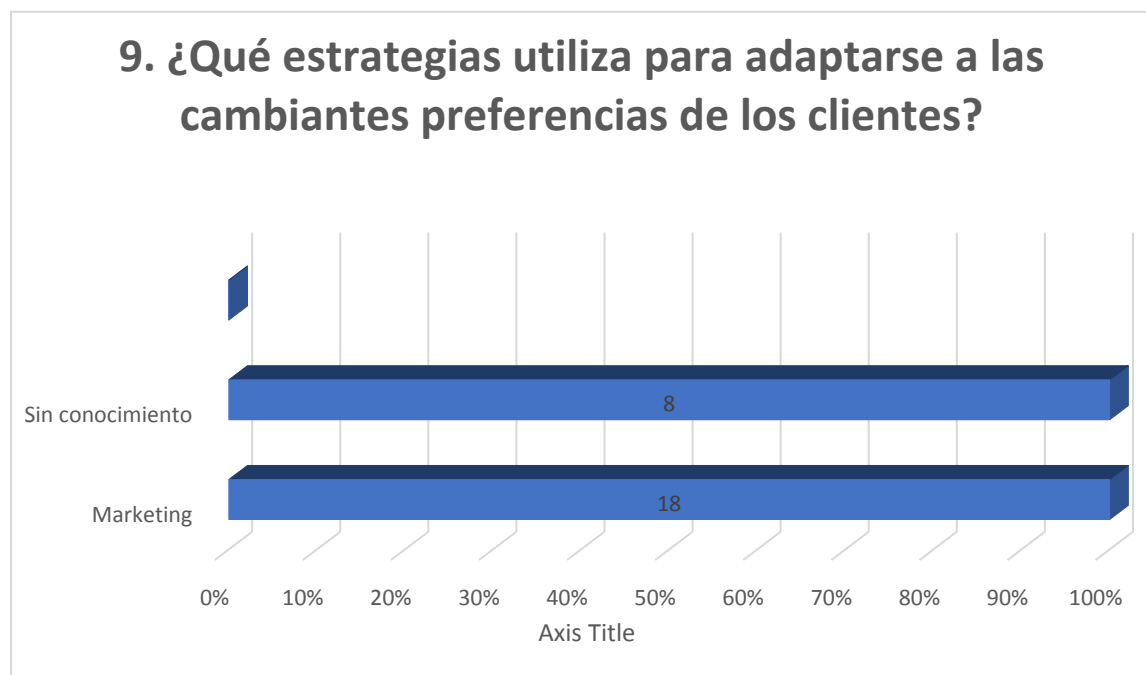


Fuente: Elaboración de los autores.

- **9. ¿Qué estrategias utiliza para adaptarse a las cambiantes preferencias de los clientes?**

Dentro de las estrategias más elegidas fue la de marketing, ya que estar atentos a las nuevas tendencias del mercado para los empresarios es muy importante en el sentido de la innovación y estar al día, por lo que otras personas no tenían el conocimiento sobre que estrategias utilizar para adaptarse a las cambiantes preferencias de los clientes.

Ilustración 8. Estrategias para la adaptación.



Fuente: Elaboración de los autores.

Discusión de Resultados.

Según el informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM) elaborado por el Foro Económico Mundial (WEF), Colombia es el país mejor emprendedor de América Latina y el 25 a nivel mundial, mejorando su calificación en 0,1 puntos. Los resultados de 2021, cuando el resultado fue 4,7.

Entonces, si estás pensando en iniciar un negocio, ahora es el mejor momento. En este artículo te contamos qué entidades apoyan, promueven y financian esta actividad para que tú, o tú, puedas hacer realidad tu sueño. Si recién estás comenzando, haz crecer tu negocio para llegar a la cima.

Está claro que la tasa de fracaso de las empresas en etapa inicial en Colombia es notablemente alta y está creciendo; que la disponibilidad de financiamiento en Colombia es muy limitada y está dirigida a otros sectores de la economía donde el riesgo no se considera alto, o que los colombianos simplemente no lo ven como una oportunidad para iniciar su propio negocio; que el riesgo de precio es un factor de

influencia fundamental para los empresarios, difícil de controlar durante los tres primeros años de existencia, cuando los fondos son escasos e inciertos.

El riesgo de precio significa que las ganancias de una empresa dependen en gran medida del precio de sus productos en el mercado. Entre otras cosas, el hecho de que no tenga poder de negociación con los proveedores, altos niveles de producción, reservas de materias primas significa que el empresario depende únicamente de las condiciones económicas y sociopolíticas actuales de la región donde se encuentra su empresa.

La disponibilidad financiera reduciría en cierta medida el riesgo de precios, porque habría suficientes recursos para tomar medidas tan simples como la constitución formal y el crecimiento a pequeña escala, y permitiría ser competitivo con las grandes empresas.

Este informe destaca la necesidad de que Colombia implemente políticas gubernamentales que apunten a:

- i) Superar las dificultades de acceso al financiamiento.
- ii) Reducir la desigualdad comercial mediante la creación de políticas protectoras contra las reformas tributarias y su carga tributaria.
- iii) Brindar capacitación financiera en una etapa temprana a los emprendedores, un sector abandonado, pero con el potencial de crecimiento económico y gran actividad comercial de un país en desarrollo.

Los gestores de riesgos, por otra parte, deben preparar matrices que se centren en los riesgos externos, principalmente el riesgo de precios de las empresas con una capacidad mínima de recursos, pero con potencial de crecimiento.

Conclusiones

Según el último informe GEM 2023, Colombia ocupa el segundo lugar a nivel mundial con una participación de TEA del 28%, y según Confecámaras, en el primer semestre de 2023, Colombia constituyó 164.435 empresas (excluyendo empresas no oficiales). De esto podemos concluir que estamos en un país muy emprendedor y esto es algo sobrenatural para el gobierno y la academia.

- A pesar de que el país es emprendedor, este sector económico recibe poco apoyo del gobierno y de las instituciones financieras. Este es un factor importante en los principales fracasos de Colombia.
- La mayoría de los emprendedores desconocen el apoyo financiero que ofrece el gobierno y lo evitan porque quieren comenzar con fondos propios, otros expresan dificultades y altos requisitos que limitan mucho su acceso.
- Los empresarios colombianos están sujetos a factores externos como las fluctuaciones de precios debido a las fuerzas de la oferta y la demanda, conocido en el ámbito académico como riesgo de mercado, y más precisamente riesgo de precios que impide la continuidad del mercado, porque le faltan fondos para hacer frente a los vaivenes del mercado.
- La mayoría de las personas entrevistadas no experimentan la diferencia de género y obstáculos para iniciar un negocio debido al estatus, esto se debe al hecho de que las empresarias eligieron un nombre para sí mismas, principalmente para el mercado. La diferencia podría ser grande si el trabajo estuviera dirigido a empresarios en campos donde predomina la cultura e inclusión.
- Con base en el análisis de otros estudios mencionados en este informe y las entrevistas realizadas, queda claro que las personas en Colombia la mayoría desiste de los apoyos financieros porque creen que estos no apoyarán su emprendimiento y las tasas de interés de estos no les permitirán progresar.

Listado de referencias

- ANDI, (junio 30 del 2021) ¿Quiénes son los emprendedores de la ANDI del Futuro?:<https://www.andi.com.co/Home/Noticia/15996-quienes-son-los-emprendedores-de-la-and>
- ANIF. (2023, 9 de marzo). Retos y oportunidades de las pymes. <https://www.alpha1wealth.com/financial-planning-wealth-management-guides>
- Arias-Arciniegas, C. M., López-Tovar, P., Villegas-López, C. E., & Echavarría-Cuervo, J. H. (2020). Emprendimiento universitario y educación emprendedora: Una revisión de literatura. *Revista Reflexiones y Saberes* (12), 51–65.
- Araujo dos Santos, J. P. (2022). Políticas y prácticas de gestión de personas y compromiso organizacional: Una revisión sistemática en revistas brasileñas. *Revista Visão: Gestão Organizacional, Caçador (SC)*, 11(2), 62-76. <https://doi.org/10.33362/visao.v11i2.2867>
- Arias-Gutiérrez, J. C. (26 de septiembre de 2023). *Endomarketing Digital en Colombia y Latinoamérica: Revisión sistemática de la literatura. [Trabajo de grado]*. Centro de

Recursos para el Aprendizaje y la Investigación: Universidad Santo Tomás:

<https://repository.usta.edu.co/handle/11634/52406>

Barreiro Ticona (2023) Metodologías de la investigación científica – Un enfoque práctico

https://www.academia.edu/95125508/METODOLOG%C3%8DAS_DE_LA_INVESTIGACI%C3%93N_CIENT%C3%8DFICA_UN_ENFOQUE_PR%C3%81CTICO

Brush, C. J., Burani, K., Schmidt, K. M., Santopetro, N. J., & Hajcak, G. (2021). El impacto de una sola sesión de ejercicio aeróbico en la reactividad emocional positiva en la depresión: perspectivas sobre las diferencias individuales a partir del potencial positivo tardío.

Behaviour Research and Therapy(144), 103-123. <https://doi.org/103914>.

[10.1016/j.brat.2021.103914](https://doi.org/10.1016/j.brat.2021.103914)

Confecámaras. (25 de enero de 2024). En 2023 se crearon 305.997 empresas en el país, señala estudio de Confecámaras. Red de Cámaras de Comercio:

<https://confecamaras.org.co/noticias/989-en-2023-se-crearon-305-997-empresas-en-el-pais-senala-estudio-de-confecamaras>

Carrión-Guerrero, R. S., & Peña-Isuiza, L. (1 de enero de 2021). *Merchandising visual como efecto persuasivo en el comportamiento de compra del consumidor. Revisión sistemática y metaanálisis*. Repositorio Digital Institucional: Universidad César Vallejo:

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/66922>

Collins, M. (2019). *Estrategia corporativa*. Nueva York: Interamericana McGraw-Hill POD.

https://www.librerialunanueva.com/libro/estrategia-corporativa_138881

Colombia potencia de la vida (Bogotá, febrero de 2024) iNNpulsa Colombia busca 320 emprendimientos innovadores para acelerar su crecimiento:

<https://www.innpulsacolombia.com/portfolio/innpulsa-colombia-busca-320-emprendimientos-innovadores-para-acelerar-su-crecimiento/>

Confecámaras. (2023, 27 de febrero). Según estudio de Confecámaras, el 33,5% de las empresas del país sobreviven al término de 5 años. Confecámaras,

<https://confecamaras.org.co/analisis-economico>

Dane, 2022. Demografía y Dinámica Empresarial.

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/notasestadisticas/jun_2022_nota_estadistica_demografia_empresarial.pdf

Davila-Moran, R. C. (2022). Emprendimiento y gerencia en tiempos de pandemia: Una revisión sistemática. *AiBi Revista de Investigación, Administración e Ingeniería*, 10(3), 98–108.

<https://doi.org/10.15649/2346030X.2945>

EGM (metodoegm.com), 2022, 15 Características de un emprendedor exitoso.

<https://metodoegm.com/emprendimiento/caracteristicas-de-un-emprendedor-exitoso/>

EY Colombia. (2023). Desafíos y tendencias de las empresas en Colombia. EY,

https://www.ey.com/en_us/locations/colombia

García-Vera, Y. S., Juca-Maldonado, F. X., & Torres-Gallegos, V. (2023). Automatización de procesos contables mediante Inteligencia Artificial: Oportunidades y desafíos para pequeños empresarios ecuatorianos. *Revista Transdisciplinaria de Estudios Sociales y Tecnológicos*, 3(3), 68–74. <https://doi.org/10.58594/rtest.v3i3.93>

Garzón Moreno, K. (2021). GEM. Actividad Emprendedora: Colombia un País en Reactivación.

<https://repository.unimilitar.edu.co/>

Gómez (2023), Sectores que emprenden y emprendimientos exitosos en Colombia: Impulsando la innovación y el crecimiento económico, <https://urosario.edu.co/revista-nova-et-vetera/columnistas/sectores-que-emprenden-y-emprendimientos-exitosos-en-colombia#:~:text=El%20emprendimiento%20se%20ha%20convertido,al%20crecimiento%20econ%C3%B3mico%20del%20pa%C3%ADs>

Global Entrepreneurship Monitor. (2022). GEM. Actividad Emprendedora: Colombia un País en Reactivación.

Haro-Sarango, A. F., Martínez-Yacelga, A. P., Nuela-Sevilla, R. M., Criollo-Sailema, M. E., & Pico-Lescano, J. C. (2023). Inteligencia de negocios en la gestión empresarial: un análisis a las investigaciones científicas mundiales. *LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 4(1), 3367–3382.
<https://doi.org/10.56712/latam.v4i1.493>

Hernández, (2023) Incentivos En Colombia Para Emprendimientos, MIPYMES E INVERSIONISTAS, <https://repository.usta.edu.co/>

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza-Torres, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México: McGraw-Hill.
http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf

Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2006). Primera parte: los enfoques cuantitativo y cualitativo en la investigación científica. Capítulo 1: similitudes y diferencias entre los enfoques cuantitativo y cualitativo. En R. Hernández-Sampieri, C. Fernández-Collado, & P. Baptista-Lucio, *Metodología de la investigación. 4a Ed.* (págs.

- 1-32). Ciudad de México: McGraw Hill: Educación. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2021/10/Investigacion.pdf>
- Metodología%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf
- Hernández, C. (2023). Retos y oportunidades de las pymes en Colombia: Un análisis desde la perspectiva de la gestión del talento humano. <https://repository.usta.edu.co/>
- Hinojosa-Wong, H. S., & Perca-Rivera, A. G. (23 de marzo de 2022). *Nuevas tecnologías y su relación con la competitividad de bodegas tradicionales en la ciudad de Huancayo, 2021*. Repositorio Académico UPC: <http://hdl.handle.net/10757/660397>
- La republica, (2023) Micro y pequeñas empresas siguen mostrando dificultad al acceder a crédito en bancos, <https://www.larepublica.co/finanzas>
- Leonardo-Ramos, F. J., Arias-Vargas, J., Sastoque, S., & Delhumeau, R. (2023). Comportamiento intraempresario y emprendimiento corporativo: Una revisión sistemática. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 28(9), 130-149. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9142735.pdf>
- Microsoft Word - Informe Los X - 2020.docx (lewisquintero.com)
- Mora, C (2023). Micro y pequeñas empresas siguen mostrando dificultad al acceder a crédito en Bancos.
- Ñaupas-Paitán, H., Valdivia-Dueñas, M. R., Palacios-Vilela, J. J., & Romero-Delgado, H. E. (2018). *Metodología de la investigación: Cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis. 5a.Edición*. Bogotá, D.C.: Ediciones de la U. http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/MetodologiaInvestigacionNaupas.pdf

Peinado E, Ortiz B; Moreno C & Algarra J, (2023). Determinantes que conducen al fracaso de las Pymes en Colombia.

<https://repository.universidadean.edu.co/bitstream/handle/10882/12676/peinadoelias2023.pdf?sequence=2>

Pérez-Salaíces, C. (21 de febrero de 2024). El secreto está en generar experiencias memorables.

Obtenido de Colombia Retail S.A.S. Asociación Colombiana de Retail:

<https://colombiaretail.com/el-secreto-esta-en-generar-experiencias-memorables-hi-retail-revista-de-retail-profesional-noticias-retail-online/>

Portafolio. (2023, 2 de marzo). ¿Qué tan difícil es emprender en Colombia actualmente?

Expertos responden. Portafolio, <https://www.portafolio.co/amp/emprendimiento/que-tan-dificil-es-emprender-en-colombia-actualmente-expertos-responden-596952>

Recon (2021) Radiografía del Emprendimiento Social en Colombia,

<https://www.reconcolombia.org/radiografia-del-emprendimiento-social-en-colombia-2-2/>

Rios L & Roa Jhon, (2020), La sostenibilidad de los emprendimientos en Colombia.

<https://expeditionrepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/11159/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rock Content. (2023). Emprendimiento en Colombia: Entre el optimismo y la realidad. Rock

Content, <https://rockcontent.com/es/blog/emprendimiento-en-colombia/>

Rodríguez-Carmona, L. M., Duro, P., & Cuesta- Valiño, P. (2024). Claves de la usabilidad en el comercio electrónico minorista: Una revisión sistemática de la literatura. *Investigación y Aplicaciones del Comercio Electrónico*, 21(80), 56-87.

<https://journals.ucjc.edu/ubr/article/view/4632>

- Sinek, S. (2019). El juego infinito. Madrid: Ediciones Urano, S.A.U. <https://pdfcoffee.com/el-juego-infinito-gestion-del-conocimiento-spanish-edition-2-pdf-free.html>
- Sung-Park, S. I., & Duarte-Masi, S. (2019). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 11(2), 201-234. <https://doi.org/10.18004/riics.2015.diciembre.291-314>
- Terán-Yépez, E. F., & Guerrero-Mora, A. M. (2020). Teorías de emprendimiento: Revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*, 41(7), 1-7. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p07.pdf>
- Vargas-Merino, J. A., & Sánchez-Esli, W. (2021). Emprendimiento como alternativa de inclusión laboral en personas con discapacidad en Latinoamérica: Una revisión sistemática entre los años 2010-2020. *INNOVA Research Journal*, 6(3), 1-18. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8226343.pdf>
- Vega-López, A., & Sanzo-Pérez, M. J. (2023). Revisión sistemática de la literatura sobre la sostenibilidad y responsabilidad social corporativa en el sector retail. *Consumer-First Marketing: «Cuidar al Cliente»*, 34(1), 225-244. https://www.researchgate.net/profile/Silvia-Cachero-Martinez/publication/375923561_La_experiencia_del_consumidor_cumple_40_anos_de_estudio_un_analisis_de_mapeo_cientifico_y_bibliometrico/links/6563856cb1398a779db7f69c/La-experiencia-del-consumidor-cumple-
- Walter Bridge. (5 de mayo de 2023). Qué es el sector retail hoy y cuáles son sus tendencias en Colombia. Obtenido de Walter Bridge: <https://www.walterbridge.com/sector-retail-tendencias-colombia/>

Zamora-Sánchez, R. A., & Panchana-Cedeño, A. M. (2024). Gestión de relaciones con los clientes como estrategia de negocios del sector retail en la provincia de Manabí- Ecuador.

Revista Social Fronteriza, 4(1), 24-35. [https://doi.org/10.59814/resofro.2024.4\(1\)138](https://doi.org/10.59814/resofro.2024.4(1)138)

Zapata-Domínguez, Á., Corredor-Gómez, A., & Mena De la Cruz, A. (2019). Emprendimiento y cultura en instituciones universitarias: Una revisión de la literatura. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(85), 397-420.

<https://biblat.unam.mx/hevila/Revistavenezolanadegerencia/2019/Vol.%2024/No.%2085/5.pdf>

Anexos

Anexo 1. Instrumento de Análisis de Bases de Datos

Instrumento de Análisis de Datos

1. Preparación de Datos

Limpieza de Datos: Revisión y limpieza de los conjuntos de datos para asegurar que no hay valores faltantes, erróneos o atípicos que puedan distorsionar los análisis.

Integración de Datos: Combina datos de diferentes fuentes (encuestas y bases de datos oficiales) para formar un único conjunto de datos que facilitará el análisis integrado.

2. Análisis Estadístico Descriptivo

Frecuencias y Distribuciones: Calcula frecuencias, porcentajes y distribuciones para variables clave como años en operación, razones para el cierre de negocios, montos de financiamiento recibido, etc.

Medidas de Tendencia Central y Dispersión: Calcula medias, medianas, modas, varianzas y desviaciones estándar para variables continuas como montos de financiamiento y inversión en tecnología.

3. Análisis de Supervivencia

Tasa de Supervivencia: Utiliza métodos de análisis de supervivencia para evaluar la probabilidad de continuidad de las empresas a lo largo del tiempo. Esto incluye técnicas como el análisis de Kaplan-Meier y modelos de riesgos proporcionales de Cox para identificar el tiempo hasta el evento (cierre de la empresa).

Curvas de Supervivencia: Genera curvas de supervivencia para visualizar las tasas de supervivencia de las empresas minoristas en función del tiempo y categorías específicas (e.g., niveles de financiación, uso de tecnología).

4. Análisis de Correlación y Regresión

Correlaciones de Pearson y Spearman: Evalúa la fuerza y dirección de las relaciones lineales y monotónicas entre variables continuas y ordinales, respectivamente.

Análisis de Regresión Múltiple: Utiliza modelos de regresión lineal múltiple para determinar el impacto de varias variables independientes (como financiación, innovación y capacidades de gestión) sobre una variable dependiente (e.g., años en operación).

5. Visualización de Datos

Gráficos y Tablas: Desarrolla una serie de gráficos (barras, líneas, boxplots) y tablas para representar los resultados del análisis descriptivo y de supervivencia, facilitando la interpretación y presentación de los resultados.

6. Documentación y Reporte de Resultados

Elaboración de Informes: Prepara informes detallados que documenten los métodos utilizados, los análisis realizados y las conclusiones obtenidas.

Recomendaciones Basadas en Datos: Formula recomendaciones para políticas o estrategias de apoyo a emprendimientos minoristas basadas en los hallazgos del análisis.

Este instrumento de análisis de datos será clave para identificar patrones de supervivencia empresarial, entender las relaciones entre diversas variables y factores que influyen en el éxito o fracaso de los

emprendimientos minoristas, y ultimadamente proporcionar recomendaciones basadas en evidencia para mejorar la sostenibilidad de estos negocios en Colombia.

Anexo 2. Entrevista Semiestructurada

Formato de Entrevista Semiestructurada para Emprendedores y Gestores de Negocios Minoristas

Introducción:

Buen día, mi nombre es [Nombre del Entrevistador] y estoy llevando a cabo un estudio sobre los factores que influyen en el éxito y fracaso de los emprendimientos en el sector minorista en Colombia. Su perspectiva como líder de su empresa es invaluable para nuestro estudio. Quiero asegurarle que toda información que proporcione será tratada de manera confidencial y solo será utilizada con fines de investigación. ¿Está de acuerdo en participar en esta entrevista que tomará aproximadamente 30-45 minutos?

Consentimiento:

¿Puedo confirmar que consiente voluntariamente en participar en esta entrevista?

Cuerpo de la Entrevista:

- Capacidades de Gestión:

1. ¿Podría describir cómo se toman las decisiones clave en su negocio?
2. ¿Qué formación o experiencia considera que ha sido más útil para dirigir su empresa?
3. En su experiencia, ¿qué habilidades de gestión son cruciales para el éxito de un negocio minorista?

Financiación e Inversión:

4. ¿Cuáles han sido sus principales fuentes de financiamiento y cómo han impactado estas en el desarrollo de su negocio?
5. ¿Ha enfrentado desafíos al buscar financiación externa? ¿Podría describir esos desafíos?

Innovación y Tecnología:

6. ¿Cómo integra las nuevas tecnologías en su negocio?

7. ¿Con qué frecuencia innova o cambia sus productos y servicios? ¿Qué lo motiva a hacer estos cambios?

Mercado y Clientes:

8. ¿Cómo evalúa la demanda del mercado para sus productos o servicios?
9. ¿Qué estrategias utiliza para adaptarse a las cambiantes preferencias de los clientes?

Cierre de la Entrevista:

Esas son todas las preguntas que tengo para usted. ¿Hay algo más que quisiera añadir que cree que podría ser relevante para nuestro estudio sobre el fracaso y éxito de los negocios minoristas en Colombia?

Agradecemos sinceramente su tiempo y la información proporcionada. Su contribución es muy valiosa para nuestro estudio y para proponer mejoras en el sector minorista. Si tiene alguna pregunta sobre el estudio o futuros resultados, no dude en contactarme. Gracias nuevamente y espero que tenga un buen día.

Despedida:

[Cerrar la entrevista y agradecer nuevamente al participante por su tiempo y aportes].

Anexo 3. Recuadro en Excel con la transcripción de los resultados