

**Estrategias para promover el éxito empresarial bajo perspectiva de género enfocado en la
mujer en el municipio de La Plata Huila.**

Lida Fernanda Rivera Ledesma

Lorena Chala Cardozo

Asesor

Edgar Rivera Tique

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios

Maestría en Administración de Organizaciones

2024

Resumen

El presente estudio tuvo como propósito definir estrategias para el éxito empresarial en negocios en el Municipio de la Plata Huila, Colombia. Para lograr este objetivo se tuvo un diseño metodológico mixto, donde confluyen variables cuantitativas y cualitativas, con un alcance de tipo descriptivo. En cuanto a las técnicas de recolección de información se manejó el análisis documental, la entrevista y la encuesta, extra-datos que se obtuvieron de emprendedores tanto hombres como mujeres, así como de expertos y documentos. En cuanto a los resultados se tiene que el 25% de las empresas que cancelaron eran gestionadas por mujeres, siendo este hecho preocupante, frente a la supervivencia empresarial de dichos emprendimientos. En relación con el rol de género se encontraron opiniones divergentes, con posturas que afirman que existen barreras de género para ejecutar emprendimientos; así como expertos y emprendedores, afirman que se ha avanzado en la igualdad de oportunidades de negocios para la mujer. En cuanto a los factores determinantes para el fracaso empresarial, se observó que son la falta de liquidez y poca innovación, mientras que el conocimiento sobre el negocio, el mercado, la disciplina y la persistencia, son factores identificados por los consultados como variables de éxito. Por último, de acuerdo con los datos diagnóstico realizados, diagnóstico situacional y el análisis de los factores de éxito y fracaso observados, se formuló un plan de mejora para fortalecer organizativamente las empresas gestionadas por mujeres, fomentar una cultura financiera y establecer una política que fomente la sostenibilidad empresarial.

Palabras claves: emprendimiento, fracaso empresarial, sostenibilidad empresarial, barreras de género.

Abstract

The purpose of this study was to define strategies for entrepreneurial success in businesses managed by women in the municipality of La Plata Huila, Colombia. To achieve this objective, a mixed methodological design was used, where quantitative and qualitative variables converge, with a descriptive scope. As for the data collection techniques, documentary analysis, interviews and surveys were used, extra-data were obtained from entrepreneurs, both men and women, as well as from experts and documents. As for the results, 25% of the companies that cancelled were managed by women, which is worrisome in terms of the business survival of these enterprises. In relation to the role of gender, divergent opinions were found, with positions affirming that there are gender barriers to the execution of enterprises; as well as experts and entrepreneurs, affirming that progress has been made in the equality of business opportunities for women. As for the determining factors for business failure, it was observed that they are the lack of liquidity and little innovation, while knowledge about the business, the market, discipline and persistence, are factors identified by those consulted as success variables. Finally, based on the diagnostic data, an improvement plan was formulated to strengthen organizationally the enterprises managed by women, promote access to credit and venture capital, and establish a policy to promote business sustainability.

Key words: entrepreneurship, business failure, business sustainability, gender barriers.

Tabla de contenido

Resumen.....	2
Lista de tablas	6
Lista de figuras.....	8
Introducción	9
Formulación del problema de investigación	11
Objetivos.....	15
<i>Objetivo general</i>	15
<i>Objetivos específicos</i>	15
Justificación	16
Marco referencial	19
<i>Antecedentes</i>	19
Estudios internacionales	19
Estudios regionales Latinoamérica.....	20
Estudios nacionales.....	22
<i>Marco teórico</i>	23
Diagnóstico situacional.....	23
Diseño y elaboración de estrategias.....	26
Fracaso empresarial	28
<i>Marco Conceptual</i>	29
Estrategia	29
Dirección estratégica	30
Cancelacion de una matricula mercantil o disolucion de sociedad	30
Liquidación de una empresa	30
Prácticas organizacionales.....	31
Fracaso empresarial	31
Éxito empresarial.....	31

Iniciativas de mejora en las empresas.....	32
Sostenibilidad de las empresas	32
<i>Marco legal</i>	32
Metodología	35
<i>Tipo de investigación</i>	35
<i>Información primaria</i>	35
Población encuestas.....	35
Población entrevistas	36
Muestra para la encuesta.....	36
Muestra entrevistas	37
Resultados.....	40
<i>Diagnóstico situacional empresarial en el municipio de La Plata Huila a 2022</i>	40
Rol de género en el emprendimiento.....	46
<i>Prácticas organizacionales</i>	50
Fracaso empresarial	51
Factores de fracaso según empresarios y expertos hombres	60
Factores de fracaso según empresarias y expertas mujeres	61
Factores de éxito.....	62
Factores según entrevistas emprendedoras y expertos hombres	65
Factores según entrevistas emprendedoras y expertas mujeres.....	66
<i>Propuesta de acciones de mejora</i>	72
Conclusiones	79
<i>Recomendaciones</i>	81
Referencias.....	83
Anexos (entrevistas).....	88

Lista de tablas

Tabla 1. Total empresas que salen del mercado 2017-2022	12
Tabla 2. Cálculo tamaño de la muestra de las encuestas	37
Tabla 3. Edad de emprendedores exitosos	41
Tabla 4. Formación de los emprendedores exitosos	42
Tabla 5. Estadísticos vigencia de negocio	43
Tabla 6. Vigencia de negocio.....	44
Tabla 7. Los factores que implican barreras en el rol de género	47
Tabla 8. Los factores que implican oportunidades en el rol de género.....	48
Tabla 9. Causa principal de los cierres de negocios de ambos géneros.....	51
Tabla 10. Causa principal de los cierres de negocios en mujeres	53
Tabla 11. Causa principal de los cierres de negocios en hombres.....	564
Tabla 12. Estadística duración de los negocios en años	56
Tabla 13. Duración de negocio en años	586
Tabla 14. Conocimiento previo en el negocio	58
Tabla 15. Negocios desistidos por resultados negativos	598
Tabla 16. Formación y relación tiempo de duración del negocio.....	59
Tabla 17. Fuente de financiación	630
Tabla 18. Conocimiento del producto.....	63
Tabla 19. Formación y vigencia de la empresa.....	63
Tabla 20. Fuentes de financiación	654

Tabla 21. Vigencia y sector	675
Tabla 22. Marco Pestel	687
Tabla 23. Matriz FODA	7068
Tabla 24. Matriz Peyea	730
Tabla 25. Eje 1. Fomento del emprendimiento y sostenibilidad empresarial en mujeres	753
Tabla 26. Eje 2. Cultura financiera	775
Tabla 27. Eje 3. Fortalecimiento organizacional.....	

Lista de figuras

Figura 1. Modelo de las cinco fuerzas de Porter.....	25
Figura 2. Fórmula para calcular tamaño de la muestra de la encuesta	36
Figura 3. Régimen de salud	42
Figura 4. Diagnóstico situacional empresarial en el municipio de La Plata Huila a 2022	45
Figura 5. Barreras que tienen las mujeres en los proyectos de emprendimiento	46
Figura 6. Oportunidades que tienen las mujeres en los proyectos de emprendimiento	47
Figura 7. Fracaso y éxito empresarial.....	50
Figura 8. Causa de cierre en ambos géneros.....	52
Figura 9. Causas de cierre de negocios mujeres	54
Figura 10. Causa de cierre de negocios hombres.....	55
Figura 11. Factores más relevantes de fracaso, indicados por hombres y mujeres	62
Figura 12. Matriz peyea	71
Figura 13. Ejes estratégicos de propuesta de mejora	73

Introducción

El estudio sobre el fracaso y la supervivencia empresarial, son unos de los tópicos de mayor relevancia para definir políticas que garanticen un tejido empresarial robusto. En tal sentido, el presente trabajo abordó estos dos tópicos de estudio.

De esta manera, el proyecto se justificó en la medida que permitió generar conocimiento que contribuye al fortalecimiento empresarial. En ese sentido, de acuerdo con el contenido del actual documento, se tiene como elementos fundamentales del estudio, la formulación del problema, los objetivos, la metodología, resultados y la propuesta de plan de mejora.

Por consiguiente, y comprendiendo el vacío del conocimiento, se tiene que la fase de formulación del problema permitió evidenciar el cómo se identifican las principales problemáticas sobre fracaso empresarial, por otro lado, como segundo elemento, se tuvo la perspectiva referencial, comprendida por los marcos tanto teóricos, como conceptuales. Una vez entendido el alcance teórico del proyecto, se tiene entonces el desarrollo del diseño metodológico que es la descripción de pasos y formas por la cual se alcanzaron los objetivos de la investigación.

Asimismo, como cuarto elemento de esta investigación, se encuentran los resultados, que son la serie de datos recolectados, sistematizados y analizados. En este orden de ideas, se aplicaron como fuentes primarias, entrevistas y encuestas, emergiendo un enfoque mixto a la investigación; para el caso de la recolección de datos secundarios, se realizó un análisis de tipo documental.

De tal manera, los resultados evidenciaron que dentro de las casusas de fracaso están las problemáticas asociadas a la liquidez de las empresas, mientras que la supervivencia se incrementa cuando el negocio ha recibido apalancamiento financiero.

Desde la perspectiva de género, el presente estudio identificó posturas en conflicto de los encuestados, siendo una de las miradas, que las barreras de género han venido disminuyendo, mientras que otros de los entrevistados afirman que todavía existen limitaciones para el desarrollo de emprendimientos para mujeres.

Para finalizar el documento, se elaboró un plan de mejora que se enfoca en estrategias de:

- a) fomento del emprendimiento y sostenibilidad empresarial en mujeres;
- b) cultura financiera y
- c) fortalecimiento organizacional.

Formulación del problema de investigación

La reciente crisis por cuenta del Covid 19 implicó según la Comisión Económica para América Latina (CEPAL, 2020) el cierre de 2,7 millones de empresas en América Latina y el Caribe para el año 2020. Esta realidad afectó de manera más notable a las microempresas proyectándose en 2,6 millones de cierres del total de microempresas y la pérdida de 6.3 millones de empleos formales en la región. Esta crisis de la cual apenas se está superando sus consecuencias, generó en las empresas mayores costos variables y fijos, así como contribuyó a la reducción de la productividad (CEPAL, 2020).

En este contexto las proyecciones a corto y mediano plazo evidencian problemáticas como los altos costos de la energía que impulsan la inflación, así como las dificultades que se presenta a nivel global en la cadena de suministros (Cerdeiro y Hansen, 2022).

Estos hechos han implicado que muchas empresas entren en procesos de insolvencia y con ella la quiebra o el cierre de su actividad económica. Esto trae consigo, según la CEPAL (2020) consecuencias como la destrucción del:

Saber empresarial y el capital físico localizado, así como cadenas productivas completas y circuitos de flujo de pagos. La imposibilidad de los agentes económicos de adaptarse a los cambios bruscos del entorno tiene efectos localizados y sistémicos, y se inician procesos de histéresis en que dichos agentes mantienen su comportamiento en el tiempo más allá de la crisis, prolongando así sus efectos. (p. 8)

Esto significa que los efectos del fracaso empresarial la sufren no solo los propietarios y sus empleados, sino también la sociedad en general, dadas sus consecuencias sistémicas que genera la desaparición de una empresa.

Ahora bien, a nivel nacional las problemáticas relacionadas con la mortalidad empresarial son preocupantes. Según estudio de la Red de Cámaras de Comercio (CONFECAMARAS, 2017), mientras que en Chile de cada 10 empresas creadas 5 siguen activas en los primeros cinco años de operación, en Colombia la cifra solo llega a 4 empresas que sobreviven, lo que implica que en los primeros cinco años el 60% de las empresas fracasa en Colombia. Esta realidad es preocupante dado que las micro, pequeña y medianas empresas (MiPymes) participan en más del 30% del Producto Interno Bruto (PIB) para Colombia y representan aproximadamente el 80% del empleo del país y el 90% del sector productivo (El Espectador,2018).

En este contexto, al hacer una aproximación en el ámbito regional, las cancelaciones de las empresas muestran un incremento según informe de la Cámara de Comercio del Huila, dado que se pasó de 480 cancelaciones en el segundo trimestre del año 2021 a 640 cancelaciones en el mismo periodo del año 2022, representando esta cifra un incremento del 31% de las cancelaciones. Por otro lado, en el ámbito local que implican las cancelaciones en el occidente del Huila, según la Cámara de Comercio del Huila se tiene los siguientes datos:

Tabla 1

Total empresas que salen del mercado 2017-2022

Tipo de persona jurídica	Año					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Zona occidente del Huila	963	614	500	725	568	462

Nota. Datos tomados del informe dinámica empresarial Cámara de Comercio del Huila (2024).

Lo anterior significa que las cancelaciones de personas jurídicas en el occidente del Huila mantuvieron constantes en los años 2018 y 2020, en el año 2022 se alcanzó una disminución considerable, y en el año 2020 se presentó un incremento del 45% de las cancelaciones de personas jurídicas (Cámara de Comercio del Huila, 2021).

Igualmente, estas cifras ponen de manifiesto un problema que se presenta, como es el cierre de empresas o negocios en el municipio de La Plata, siendo importante dilucidar que dentro de los factores que inciden en la supervivencia o mortalidad de una empresa. Según CONFECAMARAS (2017), están los factores de localización geográfica, sectoriales y los específicos de la empresa o firma. En este último aspecto, variables como el tamaño de la empresa, innovación, estructura financiera y organización jurídica son determinantes para que una empresa logre sobrevivir. Por último, se contempla que el 30% de los emprendimientos liderados por mujeres fracasan, siendo una problemática que debe ser estudiada (Piledaserra, 2018)

En tal sentido, no solo se presenta el vacío de conocimiento sobre el fracaso empresarial en general en el municipio de la Plata, sino también de negocios gestionados por mujeres, por lo cual surge la siguiente pregunta: ¿Qué estrategias previenen la cancelación y/o liquidación de empresas lideradas por mujeres en el municipio de la Plata Huila?

En relación a lo anterior, y aplicando el método GAVILAN se generaron las siguientes preguntas secundarias:

- ¿Cuál es la situación actual de las empresas lideradas por mujeres en el municipio de La Plata de los periodos comprendidos en los años 2017 a 2022?

- ¿Cuáles fueron las prácticas organizacionales que influyeron en el éxito y/o fracaso de las empresas lideradas por mujeres en el periodo 2017 a 2022 en el municipio de la Plata Huila?

- ¿Qué acciones permiten la sostenibilidad de las empresas lideradas por mujeres en el municipio de La Plata Huila?

Objetivos

Objetivo general

Diseñar estrategias que prevengan la cancelación y/o liquidación de las empresas lideradas por mujeres en el municipio de La Plata Huila.

Objetivos específicos

Diagnosticar la situación actual de las empresas creadas por mujeres en el Municipio de La Plata en los años 2017-2022.

Identificar las prácticas organizacionales que influyeron en el éxito y/o fracaso de las empresas lideradas por mujeres en el periodo 2017 a 2022 en el Municipio de la Plata Huila

Proponer acciones de mejoras que permitan la sostenibilidad de las empresas lideradas por mujeres en el Municipio de La Plata Huila.

Justificación

Desde un ámbito global se tiene que el estudio tiene coherencia y pertinencia con agendas globales como los Objetivos de Desarrollo Sostenible-ODS- que en los ODS 5 y 8 establecen medidas para cerrar las brechas de género y de fomento de oportunidades socioeconómicas (Organización de Naciones Unidas, 2015). En el caso de la meta 5ª del ODS 5, se definió que se deben

Emprender reformas que otorguen a las mujeres igualdad de derechos a los recursos económicos, así como acceso a la propiedad y al control de la tierra y otros tipos de bienes, los servicios financieros, la herencia y los recursos naturales, de conformidad con las leyes nacionales.

Lo anterior impone políticas orientadas a cerrar las brechas de género, promoviendo el desarrollo de oportunidades económicas, donde el emprendimiento por parte de mujeres es el tópico de estudio del presente trabajo el cual aporta insumos para la adopción de políticas públicas. En cuando al ODS número 8 se tiene relación con la meta 8,3 que tiene como tema la promoción de actividades productivas.

En un ámbito nacional la presente investigación es pertinente en la medida que responderá al estudio de una problemática asociada a la permanencia en términos de creación de las empresas colombianas, la cual se puede leer en clave a lo determinado por el Departamento Nacional de Planeación (2020) en el documento del Consejo Nacional de Política Económica y Social [CONPES 4011], por medio del cual se formula la Política Nacional de Emprendimiento y que tiene como objetivo “Generar condiciones habilitantes en el ecosistema emprendedor para la creación, sostenibilidad y crecimiento de emprendimientos que contribuyan a la generación de ingresos, riqueza y aumentos en la productividad e internacionalización empresarial” (p. 3).

Asimismo, en la relación que esta política tiene con el diseño e implementación de las estrategias y programas de atención a emprendedores, en donde éstas deben tener en cuenta aspectos como el género.

En el departamento del Huila, referenciados por el Plan de Desarrollo Departamental 2020 - 2023 “Huila Crece” en el Sector 36, Trabajo - Productividad y Competitividad, se argumenta que el departamento es una región de emprendimiento, pero poco sostenible en el tiempo, planteando la necesidad del estudio e identificación de las variables para evitar la mortalidad empresarial, contribuyendo a los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS específicamente al ítem ocho (8), Trabajo Decente y Crecimiento Económico, logrando así ser parte de un estudio que pueda aportar al Plan Estratégico Departamental de Ciencia, Tecnología e Innovación de su departamento [PEDCTI] (Gobernación del Huila, 2020). La sostenibilidad empresarial es uno de los principales desafíos que tienen las organizaciones debido a las variantes de los ecosistemas empresariales y a lo dinámico que es el mercado actual, por ende, implica mayor búsqueda de alternativas y estrategias para la perdurabilidad de las MiPymes, por lo cual el presente trabajo representa un aporte que puede ser usado para implementar políticas territoriales para evitar o reducir la mortalidad empresarial.

Dentro del interés que gobierna el presente trabajo para las autoras está en que se enmarca en las disciplinas de estudio en los perfiles de Administradora de Empresa y derecho, así como en Maestranteros en Administración de Organizaciones, el desarrollo de este proyecto de investigación aporta como guía informativa enriquecida para emprendedores y empresarios del departamento contribuyendo a la sostenibilidad y crecimiento. Partiendo que un actor activo de las MiPymes del Municipio de La Plata Huila son los emprendimientos liderados por mujeres, y que para este específico existen múltiples programas impulsados por las políticas del Gobierno

Nacional, pero a pesar de ello siguen existiendo casos en donde no resalta la sostenibilidad generando mortalidad empresarial.

Es importante resaltar la necesidad de realizar esta investigación y el papel que juega al lograr diseñar una estrategia que analice las variables que afectan los emprendimientos liderados por mujeres del municipio de la Plata Huila como eje orientador de la sostenibilidad de las mujeres emprendedoras, evitando mortalidad empresarial y que estas estrategias sean presentadas a los entes territoriales y vinculadas en sus políticas de gobierno y con ello aportar a la sostenibilidad de este sector.

Marco referencial

Antecedentes

Estudios internacionales

Dentro de los estudios internacionales, se encuentra la investigación adelantada en la Universidad de León en España, titulada “Influencia del género en el fracaso empresarial: objetivo para cinco países europeos” de Corral (2022). Dicho trabajo se centró en analizar la posible existencia de una relación entre el género del director (a) ejecutivo de una empresa y el fracaso empresarial; la metodología aplicada por el autor fue de carácter mixta a partir de la aplicación de tres modelos para la gestión del riesgo para estudios sobre fracaso empresarial; por su parte, el trabajo determinó como resultado que las empresas dirigidas por mujeres tienden a fracasar menos; asimismo que las empresas de menor edad fracasan más, finalmente, se destacó que la deuda a largo plazo tiene un alto impacto en la probabilidad de incidencia del fracaso de las empresas.

De la misma forma, se encontró la investigación “Los modelos de predicción del fracaso empresarial y su aplicabilidad en cooperativas agrarias” de Mateos et al. (2011) de la Universidad Politécnica de Valencia España. El objetivo del estudio fue analizar la aplicación de modelos de predicción de fracaso empresarial a cooperativas; en ese sentido, la metodología empleada por los autores para el desarrollo del trabajo fue la revisión bibliográfica la cual les permitió llegar a resultados que determinan la existencia de múltiples modelos de predicción aplicables la mayoría a empresas industriales; igualmente, a reflexionar sobre deficiencias en los modelos predictivos especialmente a causa de la inestabilidad en la relación de variables en el tiempo, por lo cual para Mateos et al. (2011), resulta importante la actualización y redefinición de los modelos tomados como referentes dentro de la investigación.

En último lugar, se trae a colación la investigación “Educación para el emprendimiento: un enfoque orientado a incrementar las posibilidades de éxito y evitar el fracaso prematuro” de Puerta et al. (2022), publicado en la revista Marketing y Publicidad de España. Este estudio tuvo como objetivo principal determinar los factores de éxito en los emprendedores, asimismo vincular la educación como estrategia para poder influir en ellos e impulsar emprendimientos de calidad; para ello, los autores utilizaron el método cualitativo aplicando la revisión bibliográfica. Dentro de los resultados se encontró que para aumentar la cantidad de emprendedores y lograr que sus emprendimientos sean de calidad, se hace necesario que desde el sistema educativo se impulsen capacidades y valores desde temprana edad, dado que ello permitiría fortalecer en estos mayores elementos para evitar el fracaso prematuro de sus empresas.

Estudios regionales Latinoamérica

Frente al fracaso empresarial desde el ámbito regional latinoamericano se pueden identificar diferentes estudios que han abordado dicho tema, uno de ellos es el elaborado por la Universidad Autónoma Metropolitana de ciudad de México, denominado “Revisión crítica de los modelos de predicción de fracaso empresarial” de Scherger et al. (2018), y cuyo objetivo principal fue realizar la “Revisión crítica de los modelos más destacados en términos de predicción y diagnóstico empresarial, referenciando los principales trabajos y haciendo especial énfasis en la evolución, las ventajas, y las limitaciones de las distintas metodologías” (p. 155). Este estudio, por su parte se desarrolló a través de una metodología de tipo cualitativo, utilizando instrumentos como el análisis documental; los autores destacaron la evolución de algunas metodologías que han contribuido al avance del área, haciendo a su vez mención sobre ventajas y limitaciones encontradas en éstas; incluyendo de dicha forma otros modelos no contemplados en

las teorías de predicción de quiebras, los cuales ellos consideran pueden servir a la hora de alertar sobre posibles problemas de las empresas.

Otro estudio de carácter regional es el publicado en la Revista Pilquen de Argentina, titulado “Desarrollo Emprendedor Latinoamericano y sus Determinantes: Evidencias y Desafíos” de Valenzuela et al. (2018), este artículo tuvo como objetivo hacer la descripción de la realidad latinoamericana con referencia al desarrollo emprendedor, así como con las variables que pueden influir en el proceso; por su parte, esta investigación fue de carácter cualitativo, con alcance descriptivo en donde se utilizó instrumentos como la revisión documental. En esa dirección la investigación permitió determinar que el éxito empresarial está dado en gran parte por emprendedores que tienen formación universitaria y experiencia laboral lo cual los ayuda a tener contactos que los acercan a oportunidades de negocio, acceso a recursos, información, así como a financiamiento y apoyo profesional; acotando en ese sentido que es recurrente que los emprendedores latinoamericanos no inicien sus proyectos con un plan de negocios lo cual los lleva a presentar dificultades para gestionar ámbitos como la administración y las finanzas de la empresa por la carencia de conocimientos, estimulando de tal manera la generación del fracaso empresarial.

Por otro lado, se encontró el estudio regional de Baque et al. (2020) llamado “Fracaso de las pymes: Factores desencadenantes, Ecuador 2020”; el método utilizado para dicha investigación fue cualitativo utilizando principalmente el análisis documental. Por su parte, el objetivo principal se centró en analizar el fracaso de las pymes desde problemáticas preexistentes de dicho país en relación a temas como el desempleo, la reducción del PIB, la influencia e impacto que ha tenido la pandemia del Covid -19 en las empresas, etc., dentro de los resultados se destacó principalmente los efectos surgidos a partir de la aparición de la pandemia antes

mencionada, así como problemas subyacentes relacionados con aspectos financieros, de gestión, y causas relacionadas con los empresarios y con el proyecto. Dentro de las conclusiones los autores determinaron como elemento importante un posible panorama pesimista para las pymes de dicho país, en donde resultarían determinantes para la producción y operación de las empresas las decisiones tomadas por el Gobierno Ecuatoriano.

Estudios nacionales

Dentro de los estudios de nivel nacional se tiene en primera instancia el realizado en la Universidad Nacional de Colombia, por Gutiérrez (2019) que tiene como título “Modelos de elección binaria aplicados al pronóstico del fracaso empresarial para las Pymes en Colombia”. Este trabajo tuvo como objetivo principal el evaluar las capacidades en el pronóstico del fracaso empresarial de los modelos que bien acota el título del presente estudio ya antes mencionado. Para lo anterior, la autora empleó la metodología cuantitativa a partir de la recolección de información financiera de las pymes, teniendo esto un alcance de tipo descriptivo dentro de la investigación. En cuanto a los resultados, estos condujeron a los autores a afirmar la actual vigencia de los modelos de elección binaria, resaltando en ese sentido la aplicabilidad y desempeño en variables de tipo independiente; igualmente a exponer como resultado que las empresas con mayor tendencia a fracasar son aquellas que están ligadas a la financiación con terceros; por último, el estudio encontró, a partir de la aplicación de los modelos binarios que el desempeño de las empresas tiene que ver con dinámicas propias de cada territorio. Dentro de las recomendaciones está, dar mejor gestión a los activos corrientes, a los gastos y costes, y a la adopción de políticas públicas que respalden las pymes.

Finalmente, otra investigación que se puede traer a colación para este trabajo es la realizada por Escandón et al. (2022) denominada “Éxito y fracaso de los negocios de madres

emprendedoras del grupo Mompreneurs. Variables y retos que influyen en el proceso de continuidad con sus negocios”. Este estudio tuvo como objetivo general realizar la caracterización de los factores de éxito o fracaso de negocios emprendidos por las mujeres de dicho grupo; para ello se empleó la metodología cualitativa y cuantitativa aplicando técnicas como la encuesta a través de la plataforma digital Google Forms. Por su parte, dentro de los resultados y conclusiones estuvo que las emprendedoras estudiadas refirieron desconocer muchos conceptos y procesos elementales a la hora de constituir un negocio, como por ejemplo la relevancia que puede tener el tema organizativo dentro de una empresa, los alcances de un buen marketing, y la importancia del flujo de caja y del estado de resultados.

Marco teórico

Para el presente trabajo se abordaron dos categorías de análisis que fueron: diseño y elaboración de estrategias y fracaso empresarial tomando para este último como referencia las teorías de diagnóstico situacional, en tal sentido, se retoman distintos autores con el ánimo de dar cuenta del sustento teórico de orientación de la investigación.

Diagnóstico situacional

Entre tanto, entender factores de los macroentornos, de la industria o el sector, así como del competidor, implica la toma de decisiones y elecciones estratégicas que pueden conducir al éxito o fracaso de la dirección estratégica empresarial (Johnson et al., 2006). En esa orientación, las ventajas reducidas, percibidas del producto o servicio que se pueden identificar como estrategias destinadas al probable fracaso son: 1. Mayor precio/valor estándar, lo cual supone la necesidad de “Mayores márgenes si los competidores no son seguidores; riesgo de perder cuota de mercado” (p. 243); 2. Mayor precio/valor reducido, que “Solo es factible en una situación de monopolio (p.243) y 3. Valor reducido/ precio estándar, que es la pérdida de cuota del mercado.

En tal sentido, una estrategia empresarial destinada al fracaso es aquella “Que no ofrece suficiente valor percibido en cuanto a características del producto, precio, o ambas variables” (Johnson, 2006, p. 252). Es menester señalar también, que de acuerdo a estos autores “La configuración de una organización se compone de estructuras, procesos, y relaciones que la organización utiliza para funcionar” (p. 390), lo que implica que dinámicas no solo internas, sino también externas, resulten clave para el éxito o fracaso de una empresa u organización.

Sobre lo anterior, es importante comprender que el fracaso empresarial corresponde a una no adopción del medio ambiente para permanecer en un entorno comercial en el que además de recursos esenciales se encuentra una gran cantidad de aspectos, factores y actores competitivos, así como de otras condiciones adversas (Capera y Huertas, 2018). En tal sentido, se tiene que para el presente estudio se tomará como teoría para explicar el diagnóstico situación el modelo de las cinco fuerzas de Porter (2015), quien plantea que dentro de la estrategia competitiva se debe entender que el sentido de la competencia no se limita a los competidores directos, sino que tienen que ver una serie de actores, como son “Los clientes, los proveedores, los posibles entrantes y los productos sustitutos” (Porter, 2015, p. 2). Esta realidad implica que en términos del mercado, entran en el sector diversas fuerzas que sumadas y de acuerdo a su interacción determinan el éxito o no de un modelo de negocio.

En tal sentido, se tiene como lo define la figura 1 el modelo de las cinco fuerzas de Porter (2015):

Figura 1

Modelo de las cinco fuerzas de Porter



Fuente: Porter (2015).

Lo anterior supone según Porter (2015) que: “La fuerza competitiva o las fuerzas competitivas más fuertes determinan la rentabilidad de un sector y se transforman en los elementos más importantes de la elaboración de la estrategia” (p. 2). Estas fuerzas entran a ejercer su rol determinante en un negocio, dado que la rentabilidad es un elemento relevante a la hora de entener el resultado de una empresa con ánimo de lucro. En tal sentido se tiene la descripción de los cinco factores como lo expone Porter (2015):

Amenaza de Entrada: Tiene que ver con los nuevos actores entrantes que ofrecen el mismo servicio o bien. Estos ejercen presión dado que su interés es ganar participación en el mercado. Por otro lado es importante comprender que los nuevos actores pueden presentar barreras de entrada que son limitaciones para acceder un nuevo mercado, como lo son las

economías a escala, beneficios de escala por la demanda, los costos de los clientes por buscar un nuevo proveedor, requisitos de capital, inequidad en los canales de distribución y políticas gubernamentales restrictivas.

Por otro lado, se tiene el poder de los proveedores que implica que algunos pueden capturar un mayor valor para sí mismos si tienen influencia o control de la cadena productiva. Esta situación se agrava cuando no existe sustituto para el bien o servicio ofrecido por el proveedor.

Asimismo, se tiene otros factores de poder que según Porter (2015) son los compradores, bienes o servicios sustitutos y la rivalidad entre competidores existentes. Los primeros son poderosos dado que ostentan un poder de negociación frente a otros participantes del mercado, dada su sensibilidad a los precios, pueden usar su poder de negociación para hacer presión con el objetivo de reducir precios. En cuanto a los sustitutos, son un factor de poder importante porque pueden los compradores preferir otro bien o servicio sustituto que tenga atributos similares y por ende pueda satisfacer sus necesidades.

Por último, se tiene la rivalidad entre competidores existentes que se puede desarrollar por medio de estrategias como son los descuentos de precios, campañas de marketing o lanzamiento de novedosos bienes o servicios.

Diseño y elaboración de estrategias

De acuerdo a Chiavenato (2019), la estrategia en términos empresariales, se define como la utilización de todos los recursos que tiene una empresa para poder lograr los objetivos propuestos, especialmente si estos son a largo plazo. En tal sentido, el autor refiere que para la construcción de estrategias se tiene en cuenta la toma de decisiones con prospectiva de futuro; asimismo, que dichas estrategias no son planes estáticos, por ende estos pueden ajustarse o

cambiar en el tiempo; también Chiavenato (2019) afirma que, las estrategias solo constituyen una probabilidad. Igualmente, es importante señalar que lo que respecta a las estrategias en una organización, existen según Fayol (como se citó en Chiavenato, 2019) algunos procesos básicos, como la planeación, la organización, la dirección, la coordinación y el control, siendo esto elementos que se hallan presentes “En cualquier actividad del administrador y en cualquier nivel o área de actividad de la empresa” (p. 70).

Por su parte, otros autores como David (2013) afirma que “Las estrategias son posibles cursos de acción que requieren de decisiones por parte de los altos directivos y de grandes cantidades de recursos de la empresa” (p. 11), en dicha forma, conduciendo la dirección estratégica como aquella desde donde se realiza la formulación, implantación y evaluación de las decisiones que se llevan a cabo en una empresa y que tienen como fin lograr sus objetivos. Para lo anterior, David (2013), refiere la importancia del desarrollo de unas etapas en donde la primera corresponde a la formulación de la estrategia, la cual está dada por la creación de una misión y visión de la empresa, así como por un proceso de generación de la matriz DOFA la cual permite identificar factores internos y externos de la misma “En otras palabras, las estrategias de la empresa aprovechan de manera eficaz las oportunidades existentes, y minimizan los posibles efectos adversos de las amenazas externas” (p. 81), siendo en segunda medida, importante la etapa de implantación de la estrategia, la cual el autor define como aquella que implica movilizar tanto a empleados como gerentes para que accionen las estrategias formuladas.

Otro elemento importante a tener en cuenta dentro del diseño y elaboración de estrategias empresariales, es el señalado por Porter (2015) y que hace referencia a la ventaja competitiva, la cual consiste en cómo una empresa logra llevar a cabo efectivamente en su sector industrial tres estrategias genéricas como son: 1. El liderazgo de costo; 2. La diferenciación y 3. El enfoque de

costo, de manera que se pueda determinar una posición provechosa y sostenible frente a la competencia del sector industrial.

Entre tanto, referentes como Johnson et al. (2006) apuntan a que si bien “Las fuerzas del macroentorno pueden influir sobre éxito o el fracaso de las estrategias de una organización” (p. 77), una de las mayores fuerzas para determinar el éxito o el fracaso está dada por la competencia dentro de su industria o sector; sin embargo, acota que “El éxito o fracaso de las organizaciones también depende de lo bien que comprendan las necesidades de los consumidores y de que sean capaces de satisfacer esas necesidades” (p. 115), por tanto la comprensión del segmento del mercado resulta crucial en el entendido que permite identificar el tipo de necesidades que los hace diferentes a otros tipos de mercado.

Fracaso empresarial

En relación con el fracaso empresarial se tienen variadas teorías, como la de Carnegie sobre la ecología poblacional que asume que la disponibilidad de los recursos es el factor determinante para establecer el número de organizaciones que pueden existir en una población. En tal sentido, al existir un límite de densidad de organizaciones, que finalmente compiten por recursos en un determinado ambiente, se puede identificar patrones de cierre y supervivencia empresarial. De esta manera para sustentar dicha tesis, los:

Teóricos de la ecología de la población asumen que, al principio, el aumento del número de nacimientos organizacionales en un nuevo ambiente es rápido conforme se fundan nuevas organizaciones para aprovechar los nuevos recursos ambientales, como los dólares que las personas están dispuestas a gastar en computadoras personales (Jones, 2008, p. 330).

Lo anterior implica que el fracaso empresarial se explica por la no adaptación de las empresas al entorno que tiene recursos limitados. Esta concepción en algún sentido darwinista

tiene aplicación en el tópico de estudio que se analiza, dado que, en un ambiente tan competitivo en el sector de comercio y servicios, es claro que unidades empresariales tienen que salir del mercado si no se adaptan a las dinámicas del mismo.

Por otro lado, se tiene la teoría efectual que postula como tesis central que, en un contexto empresarial dinámico, los emprendedores no necesariamente tienen una planeación rígida, sino más bien se genera el emprendimiento mediante efectos, de procesos de ensayo y error. De esta manera las unidades de negocio surgen de procesos dinámicos de interacción con el mercado. En tal sentido para Dupleix (2021), el escenario actual de los negocios, que se caracteriza por un elevado dinamismo, rapidez en los cambios y avances radicales que alientan a la creación de ideas cada vez más innovadoras, propicia el razonamiento efectual. En muchos casos los individuos evitan condicionar la implementación de un proyecto a un plan detallado, que probablemente tenga una corta vida útil, y pierda su validez a medida que el entorno sugiera nuevas incertidumbres y desafíos (p. 40).

Lo anterior implica la poca importancia de la planeación estratégica en los procesos de generación y cierre de empresas, siendo relevante comprender que en el contexto del presente estudio donde cierran y se crean muchas unidades de negocio, la teoría efectual puede resultar de un importante referente teórico.

Marco Conceptual

Estrategia

De acuerdo a la definición aportada por Chiavenato (2019) “En términos empresariales, podemos definir la estrategia como la movilización de todos los recursos de la empresa en el ámbito global con el propósito de alcanzar los objetivos en el largo plazo” (p. 202). Igualmente,

David (2013) afirma que “Las estrategias son acciones potenciales que requieren decisiones de parte de la gerencia y de recursos de la empresa” (p. 11).

Dirección estratégica

Según David (2013) la dirección estratégica es “El arte y la ciencia de formular, implantar y evaluar las decisiones a través de las funciones que permitan a una empresa lograr sus objetivos” (p. 5). Así mismo, Martínez (2012) indica que “El direccionamiento estratégico es un modelo de gestión que se caracteriza por tener una visión directiva global y una gestión adecuada de recursos, para proporcionar capacidades, fortalecer y facilitar el cumplimiento de los propósitos organizacionales” (p. 93).

Cancelación de una matrícula mercantil o disolución de sociedad

En primera instancia la cancelación de la matrícula mercantil constituye como el acto de; dejar de realizar actividades mercantiles de forma permanente o profesional, para lo cual se debe hacer solicitud de cancelación de la matrícula mercantil (Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, 2022) Por su parte para el caso de la disolución de sociedad, se comprende causales previstas en el Código de Comercio y que implica el inscribir la disolución donde se debe tener la matrícula mercantil renovada, el aportar un documento privado y acreditar el impuesto de registro a rentas departamentales y derechos de cámara respectivos (Cámara de Comercio del Valle de Aburrá del Sur, s.f.)

Liquidación de una empresa

De acuerdo a la Cámara de Comercio del Valle de Aburrá del Sur (s.f.) una vez disuelta la sociedad se debe cumplir las siguientes etapas; a) sociedad debe tener renovada la matrícula mercantil al momento de la disolución; b) presentar el acta de liquidación, c) estado de

situación financiera; d) y acreditar el impuesto de registro a rentas departamentales y derechos de cámara respectivos

Prácticas organizacionales

De acuerdo a Tejada y Arias (2005) son las formas que aplica una empresa para llevar los valores, normas y metas a los empleados, “Son instrumentales y forman las percepciones acerca del énfasis que pone la organización en sus principios, y afectan las percepciones porque cumplen la función de señalar, comunicar y reforzar aquellos aspectos que la organización espera de los trabajadores” (p. 297).

Fracaso empresarial

Según Romero et al. (2015), el fracaso empresarial se entiende esencialmente como la: Base jurídica como es la bancarrota o quiebra legal, con el fracaso financiero o insolvencia, valor reducido de los activos o escasez del flujo de caja, suspensión o incumplimiento de pagos, entre otros que afectan al funcionamiento continuo de la empresa. (p. 30)

Éxito empresarial

En cuanto al éxito como proceso se tiene el postulado de Chaves-Maza y Fedriani (2022) “Concepción del éxito que recoge tres enfoques fundamentales: posicionamiento, expectativas y evolución” (p. 103). Lo anterior implica que en primera medida el posicionamiento se refiere a la capacidad de la empresa a adaptarse a los intereses de los demás agentes que hacen participación en el mismo sector o ámbito. Por otro lado, las expectativas como factor de éxito implican la posibilidad en términos razonables que algo suceda, y esto se refiere a como el emprendedor cumple o no sus propósitos y por último esta la evolución que tiene que ver con los cambios y tendencias que ocurren en el entorno del emprendedor.

Iniciativas de mejora en las empresas

Las iniciativas de mejora para las empresas implican oportunidades para que los procesos mejoren las capacidades con respecto a los objetivos propuestos por lo cual la “Diferencia de las no conformidades que se enfocan en minimizar el efecto de los problemas y/o eliminar sus causas raíces, las oportunidades de mejora se fundamentan en la consecución de objetivos que permitan maximizar el efecto de las buenas prácticas” (ESG Innova Group, 2020, párr. 1). Estas oportunidades significan posibilidades de superar las deficiencias que se presenten en las empresas en todos los ámbitos.

Sostenibilidad de las empresas

La sostenibilidad de las empresas se puede definir “Como aquella que tiene en cuenta los aspectos medioambientales y sociales para crear un valor a corto y largo plazo. Con la idea de contribuir al progreso de las generaciones presentes y futuras, y a la creación de bienestar” (Coverpan, 2021, párr. 1). Este concepto implica que las empresas sostenibles no solo cumplen con los propósitos financieros de corto plazo, sino también contribuyen de manera positiva a los objetivos del entorno de la organización.

Marco legal

Dentro del marco legal, se toman en primera medida instrumentos internacionales, como lo es la Declaración Universal de Derechos Humanos que en su artículo 17 estableció en el numeral 1 que “Toda persona tiene derecho a la propiedad, individual y colectivamente” (Asamblea General de las Naciones Unidas , 1948, p. 36). Este derecho implica que las personas pueden tener propiedad, lo que da lugar a poder desarrollar actividades en la esfera privada donde la iniciativa individual para producir y comercializar bienes y servicios es un derecho universal.

En este mismo sentido, la Convención Americana de Derechos Humanos establece que “Toda persona tiene derecho al uso y goce de sus bienes” (Organización de los Estados Americanos, 1969, p. 7). Este derecho se orienta en el sentido de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, dado que protege la propiedad privada, siendo más garantista en el sentido que protege también el uso y goce de la propiedad.

En ese marco normativo internacional, se tiene las prerrogativas nacionales, donde en el Estado colombiano se encuentran los derechos no solo de propiedad, sino también reconoce los derechos de creación de empresa, dado que en el artículo 333 de la carta magna se establece “La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley” (Asamblea Nacional Constituyente, 1991). Lo anterior establece que en el Estado colombiano se pueden desarrollar actividades privadas.

Ahora bien, el mismo artículo 333, de manera explícita confiere su importancia a la empresa que la entiende como “base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial” (Asamblea Nacional Constituyente, 1991, p. 196). En este orden de ideas, frente al estímulo del desarrollo empresarial el Estado ha expedido normas como la Ley 1429 de 2010 y que tiene como propósito “Generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse” (Congreso de la República de Colombia, 2010, p. 1).

Dicha herramienta normativa establece medidas como la focalización de programas de desarrollo empresarial y progresividad en el pago de impuestos, favoreciendo a pequeñas

empresas. Asimismo se establecieron incentivos para la formalización laboral y se simplificaron trámites tanto laborales como comerciales.

Ahora bien, para finalizar el apartado normativo se tiene la ley 2294 de 2023 se adoptó el Plan Nacional de desarrollo (2022-2026) “Colombia, potencia mundial de la vida”, se pone en el centro de las políticas estatales a las mujeres y, en su desarrollo, prioriza actividades alrededor de la mejora en la calidad de vida de ellas mismas. se destaca la siguiente meta “Empoderamiento económico de la mujer y fortalecimiento de habilidades para emprender” (Departamento Nacional de Planeación, 2023, p. 132). Esta estrategia supone una serie de iniciativas para empoderar económicamente a las mujeres que viven tanto en las zonas urbanas como rurales.

Metodología

Tipo de investigación

En cuanto al tipo de investigación que se utilizó fue un enfoque mixto, siendo una de las características de este enfoque el que combina o concurre para su desarrollo variables cuantitativas y cualitativas (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Esta concurrencia es importante porque para indagar sobre el fenómeno estudiando se requiere tanto de la profundidad que aporta el enfoque cualitativo, como la representatividad que contribuye las variables cuantitativas. En tal sentido, se tomaron datos estadísticos, así como se buscó interpretar prácticas que requirieron una mayor profundidad para su respectivo análisis.

En relación con el alcance, la presente investigación fue de carácter descriptivo, siendo el propósito estudiar un hecho, fenómeno o situación conociendo sus atributos y características (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). En el caso del diseño de la investigación, esta fue de corte transversal no experimental.

Información primaria

Población encuestas

Para el caso de la población en esta investigación se tuvieron como unidades de análisis para la encuesta 608 empresas o establecimientos comerciales que fueron disueltos y/o no renovados en los últimos cinco años y que eran lideradas tanto por mujeres como hombres según reporte de la Cámara de Comercio del Huila. Otro grupo poblacional que se indagó fueron las empresas que con más de 10 años continúan con registro mercantil en el municipio de La Plata y que siguen en operación, por lo cual se consideran exitosas, siendo un total de 604 empresas en total.

Población entrevistas

Por otro lado, para la entrevista se tomaron 16 personas entre empresarios exitosos hombres como mujeres, así como se eligieron empresarios hombres y mujeres que han fracasado y se realizaron 4 entrevistas a expertos.

Muestra para la encuesta

En esta investigación, para determinar el tamaño de la muestra para la aplicación de la encuesta, se utilizó la técnica de muestreo estratificado, donde se tomaron en primera medida los datos de las sociedades con personería jurídica y los establecimientos de propiedad de personas naturales de género femenino y masculino. En tal sentido, se tomaron los años 2017, 2018, 2019, 2020, 2021 y 2022. Es importante resaltar que según los datos entregados por la Cámara de Comercio del Huila en el año 2019 no se presentaron solicitudes de disolución de sociedades en el municipio de La Plata.

En este orden de ideas el primer paso para tener un muestreo estratificado fue calcular el tamaño de la muestra que se realizó mediante un muestreo aleatorio simple, con la siguiente fórmula:

Figura 2

Fórmula para calcular tamaño de la muestra de la encuesta

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{(N \times e^2) + (Z^2 \times p \times q)}$$

Fuente: Inventario (s.f.).

Tabla 2*Cálculo tamaño de la muestra de las encuestas*

Cálculo y despeje de la fórmula	
Z	1,96
p	0,5
q	0,5
N	1.212
e	5%
Numerador	1164
Denominador	3,9879
Total (# encuestas)	292

Nota. Elaboración propia (2024).***Muestra entrevistas***

En el caso de la entrevista, se utilizó un muestreo por conveniencia donde se tomaron como unidad de análisis a cuatro grupos focales que fueron:

- Mujeres con éxito empresarial.
- Mujeres con fracaso empresarial.
- Hombres con éxito empresarial.
- Hombres con fracaso empresarial.

En todos los grupos focales se tuvo como muestra a (12) mujeres y hombres empresarios, se tomó seis (6) con experiencia de éxito y seis (6) que han disuelto o liquidado la empresa.

En cuanto a los expertos se tomaron cuatro (4) entrevistas de las cuales se aplicaron dos (2) a mujeres expertas y 2 a hombres expertos.

Procesamiento de la encuesta: Se utilizó en este sentido un cuestionario diseñado con preguntas cerradas que permitió identificar tanto las variables organizacionales como las

prácticas que influyen en la mortalidad o fracaso empresarial. Utilizándose para el análisis de la información el software estadístico SPSS.

Procesamiento de la entrevista: Se utilizó la entrevista para profundizar sobre las prácticas que tienen influencia en el éxito empresarial. El cuestionario fue diseñado con preguntas semiestructuradas que se tomaron de las categorías de análisis identificadas, para lo cual se triangularon los datos para analizar tanto las variables cuantitativas como cualitativas.

Fases de la investigación: Dentro de las fases implementadas, se realizó en primera medida un diagnóstico situacional, de acuerdo con los planteamientos de Porter (2015), donde para establecer una estrategia competitiva debe comprenderse no solo los competidores directos, sino también otros actores. En este caso, se procesaron diversas fuentes de información, para tener mayor profundidad y amplitud en conocer las problemáticas relacionadas con el fracaso empresarial. Por tal motivo, se seleccionó y se aplicó la muestra con variedad de actores, para describir tanto las causas del fracaso como del éxito empresarial.

Para el caso de las prácticas organizacionales que influyen en el éxito o fracaso, se tomaron los datos cuantitativos y cualitativos que brindaron una aproximación a las causas de la supervivencia empresarial como de la cancelación de las empresas y/o unidades de negocio.

Las acciones de mejora es el tercer objetivo específico que da cuenta de proponer estrategias (Chiavenato, 2019) para que las empresas lideradas por mujeres sobrevivan. En tal sentido, se realizó un diagnóstico que permitió identificar las mejores alternativas o las más idóneas para reducir el fracaso empresarial. En tal sentido se utilizaron dos herramientas como lo fueron el marco PESTEL y el análisis DOFA. En cuanto a la herramienta denominada marco PESTEL se utilizó para identificar oportunidades y amenazas para prevenir la mortalidad empresarial. En el caso de la matriz DOFA, esta es una herramienta de planificación estratégica,

David (2013); y se utilizó para identificar tanto las fortalezas como las debilidades y amenazas, así como para el análisis interno, y las amenazas y oportunidades externas. Por último, se usó la matriz PEYEA, David (2013) como herramienta para identificar el posicionamiento de las empresarias mujeres y así diseñar las propuestas de mejora.

Resultados

Es importante precisar que la presentación de los resultados se realiza de acuerdo con los objetivos de investigación que son los que establecen los propósitos del estudio. En tal sentido, se analizó información cuantitativa y cualitativa que correspondió a las encuestas a emprendedores que fracasaron o que han tenido éxito. Asimismo, de los resultados que evidencian datos cualitativos y que se recolectaron por medio de las entrevistas a empresarios exitosos y que han fracasado, igualmente la información que se recogió a través de las entrevistas realizadas a expertos en procesos de emprendimiento.

Diagnóstico situacional empresarial en el municipio de La Plata Huila a 2022

De acuerdo al primer objetivo orientado a realizar un diagnóstico situacional de las empresas creadas en el Municipio de La Plata en los años 2017-2022, se tuvo en un primer momento datos presentados por la Cámara de Comercio del Huila (2022), frente a las disoluciones de empresas, encontrando que entre los años 2017 al año 2022 se presentaron 55 disoluciones. De estas disoluciones el 25% que corresponde a 14 empresas con personería jurídica eran representadas legalmente por mujeres.

Según la Cámara de Comercio del Huila (2022) se tuvo que 608 emprendedores que corresponden a personas naturales y jurídicas cancelaron su matrícula mercantil durante los periodos 2017-2022, de los cuales 335 eran mujeres, lo que representa el 55% del total de emprendedores que cancelaron su unidad de negocio, en este marco de actuación lo que muestran las estadísticas es que un número representativo tanto de disoluciones como de cancelaciones, tuvieron como característica que fueron lideradas por mujeres.

Para el caso de las empresas o establecimientos comerciales que tuvieron éxito que fueron 604, se tiene que 292 que representa el 49% son lideradas por mujeres, mientras que el

51% que corresponde a 312 son lideradas por hombres. Ahora bien, frente al análisis sobre las empresas que ha sobrevivido en el mercado se tiene una edad media de 33,42 años cuando iniciaron su negocio, como lo muestra la tabla 3.

Tabla 3

Edad de emprendedores exitosos

Estadísticos		
Edad		
N	Válido	144
	Perdidos	2
Media		33,42
Mediana		33,00
Moda		32 ^a
Desv. estándar		8,113
Suma		4813

Nota. Elaboración propia (2024).

Ahora bien, de acuerdo a los resultados obtenidos, se encontró que la mayoría de los emprendedores manifestaron ser de estrato dos con un 58,2%, mientras que no se reportaron emprendedores de estratos 4, 5 y 6, lo que denota que existe una estructura de emprendedores que apenas se está consolidando. En relación con el aseguramiento o régimen de salud al que estaban afiliados, se evidenció que más de tres quintas partes pertenecían al régimen contributivo, mientras que cerca de una tercera parte al régimen subsidiado.

Figura 3

Régimen de salud de emprendedores.



Fuente: Elaboración propia (2024).

Lo anterior muestra la existencia de un alto nivel de informalidad, dado que una parte importante de los emprendedores no cotizaban en un régimen contributivo de salud. En cuanto a la formación de los emprendedores se pudo detallar que casi tres quintas partes tenían estudios completos de secundaria, mientras que cerca de dos quintas partes eran profesionales, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 4

Formación de los emprendedores exitosos

		Formación			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria completa	1	,7	,7	,7
	Secundaria incompleta	3	2,1	2,1	2,7
	Secundaria completa	86	58,9	58,9	61,6
	Profesional	56	38,4	38,4	100,0
Total		146	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

Por otro lado, se encontró que la mayoría de los emprendedores exitosos tenían familiares que habían iniciado negocios. En total se muestra que casi tres quintas partes de los encuestados, empresarios exitosos, manifestaron tener familiares emprendedores. Ahora bien, otra de las características de las unidades de negocio analizadas es que cerca de la totalidad de los emprendedores no declaraban renta, así como ninguno era responsable del IVA y también ningún emprendedor exitoso hacia parte del Régimen Simple de Tributación.

Igualmente, dentro de las características de los negocios se denotó que solo un 7,5% tenía una cuenta de ahorros o corriente, mostrando estos datos la existencia de poca inclusión financiera dentro de los consultados; también evidenciándose el bajo nivel de acceso al crédito tanto para los proveedores, particulares y entidades financieras.

Asimismo, si se toma a modo de descripción, se tienen los siguientes datos sobre los años de operación de las unidades de negocio gestionadas tanto por hombres, como mujeres y que han permanecido en el mercado, como lo evidencia la siguiente tabla:

Tabla 5

Estadísticos vigencia de negocio

Estadísticos		
Vigencia negocio		
N	Válido	146
	Perdidos	0
Media		22,19
Mediana		21,00
Moda		19
Desv. estándar		5,775

Nota. Elaboración propia (2024).

Tabla 6*Vigencia de negocio*

Vigencia negocio					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	10	1	,7	,7	,7
	11	1	,7	,7	1,4
	13	2	1,4	1,4	2,7
	16	12	8,2	8,2	11,0
	17	15	10,3	10,3	21,2
	18	7	4,8	4,8	26,0
	19	18	12,3	12,3	38,4
	20	15	10,3	10,3	48,6
	21	11	7,5	7,5	56,2
	22	6	4,1	4,1	60,3
	23	7	4,8	4,8	65,1
	24	3	2,1	2,1	67,1
	25	7	4,8	4,8	71,9
	26	11	7,5	7,5	79,5
	27	9	6,2	6,2	85,6
	28	2	1,4	1,4	87,0
	29	4	2,7	2,7	89,7
	30	8	5,5	5,5	95,2
	33	2	1,4	1,4	96,6
	36	3	2,1	2,1	98,6
	43	1	,7	,7	99,3
	49	1	,7	,7	100,0
Total	146	100,0	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

Es importante precisar que se tomó como población las unidades de negocio con 10 o más años de creación. La media de la vigencia u operación de los negocios fue de 22,19 años, teniendo cerca de la mitad de los emprendimientos una vigencia menor a 20 años.

Del mismo modo, tomando los datos de tipo cualitativo, se puede evidenciar que, para el caso de los empresarios exitosos entrevistados, se tiene que las empresas se han logrado mantener en el mercado dada la presencia de varias décadas en el municipio de La Plata. En el caso de Coffeeland SAS, ha logrado incursionar en mercados internacionales como Canadá, Estados Unidos y Arabia Saudita. Por otro lado, dentro de las empresas gestionadas por mujeres se tiene que Accesorios y Asesorías es una empresa con importante presencia en el mercado. La empresa la Casa del Estudiante tiene también importante representación en el mercado, tras varias décadas de operación.

Figura 4

Diagnóstico situacional empresarial en el municipio de La Plata Huila a 2022



Fuente: Elaboración propia (2024).

Rol de género en el emprendimiento

En esta variable, se tomaron los datos recolectados en las entrevistas realizadas a emprendedores y expertos. Frente a las barreras y oportunidades que tienen las mujeres, son diversas las opiniones, las cuales se describen en la tabla 5 y 6:

Figura 5

Barreras que tienen las mujeres en los proyectos de emprendimiento.



Fuente: Elaboración propia (2024).

Figura 6

Oportunidades que tienen las mujeres en los proyectos de emprendimiento



Fuente: Elaboración propia (2024).

En cuanto a los roles de género, se puede evidenciar en las diferentes entrevistas realizadas tanto a emprendedores (a) como a expertos (a), posturas que consideran que las mujeres tienen barreras relacionadas con:

Tabla 7

Los factores que implican barreras en el rol de género.

Factores culturales	Diferencia entre individuos o grupos sociales a cuenta de: etnias, valores, normas, creencias, lenguaje, costumbres, etc.
Factores sociales	Expectativas sobre cómo deben comportarse, actuar, relacionarse, etc.

Sociedad conservadora	Expectativas rígidas sobre el rol de género (la mujer es la cuidadora, la enfocada y dedicada solo al hogar, la familia, los hijos)
-----------------------	---

Nota. Elaboración propia (2024).

Otra mirada, que se puede encontrar en las entrevistas realizadas tanto a emprendedores (a) como a expertos (a), apuntan a las oportunidades que las mujeres tendrían y que estarían relacionadas con:

Tabla 8

Los factores que implican oportunidades en el rol de género.

De naturaleza más organizadas	Percepción tradicional que reconoce una mayor habilidad en las mujeres a la hora de efectuar unas tareas en específico.
Multifacéticas, disciplinadas y detallistas	Son percepciones positivas a partir de las cuales al rol de género se le valora más la capacidad de abordar y gestionar determinadas tareas y/o roles
Avance es perspectiva social	Mayor reconocimiento a la diversidad de género, promoción de igualdad y de oportunidades, mayor educación y sensibilización, mayor oportunidad de participación de la mujer en temas de liderazgo.

Nota. Elaboración propia (2024).

En ese orden de ideas, en las entrevistas se encontró opiniones como la de Andrés Lozada (comunicación personal, 2023), quien expresó que “todavía hay algunas barreras, dado el machismo que persiste en la sociedad” (ver anexo A). Mientras que Mauricio Sánchez (comunicación personal, 2023), da una apreciación positiva de las oportunidades equitativas para hombres y mujeres en el ámbito empresarial, lo que supone que las brechas de género se han ido

cerrando (ver anexo B). Por su parte, Gabriel Campos (comunicación personal, 2023), reconoce la capacidad y emprendimiento de las mujeres en gremios como el cafetero y asume el rol complementario tanto de hombres como mujeres en el modelo empresarial cafetero (ver anexo C).

En cuanto a las mujeres emprendedoras, para Sonia Patricia Rivera (comunicación personal, 2023), tanto hombres como mujeres tienen las mismas capacidades y oportunidades para emprender un negocio, sin embargo, reconoce que las mujeres pueden enfrentar desventajas en el ámbito laboral, como las licencias de maternidad (ver anexo D). En el caso de Ángela María Mónica Rocío Perdomo Tejada (comunicación personal, 2023), expresó que los hombres solían ser más prácticos y orientados hacia el futuro, mientras que las mujeres suelen ser más detallistas y se enfocan en la consolidación y atención al cliente (ver anexo E).

Igualmente, para Mariela Ubajoa (comunicación personal, 2023), el rol de la mujer ha cambiado en la actualidad dado que antes las mujeres estaban puestas para estar en oficios domésticos, mientras que ahora el papel de la mujer es multifacético y ocupan espacios en áreas comerciales, estudio y en la dirección política (ver anexo F), exponiendo ejemplos como Margaret Thatcher con su liderazgo político.

Finalmente, los expertos consideraron que las barreras y desafíos para el género tienen que ver con factores sociales y culturales, como lo indica Valero (2023) quien afirma que aún existen situaciones particulares del género como: el estado de gestación o lactancia de la mujer, asimismo el hecho de tener hijos, visto esto como limitantes para algunas organizaciones las cuales suponen que esas situaciones particulares implican menor tiempo de entrega de las mujeres a sus roles dentro de las empresas. Además, para Ortiz (2023) las barreras del género

también se denotan desde la misma política ya que se evidencia que en esta actividad la mayoría son hombres por lo que falta mucha igualdad.

Mientras que Ramírez (2023) las mujeres cuentan con muchas virtudes como lo es ser más organizadas y sobre todo refiere que estas cuentan con las capacidades para emprender cualquier negocio, también que las mujeres tienen ventajas como el poder hacer varias cosas al mismo tiempo, así como el contar con una mayor disciplina y planeación. Por otro lado, para Jorge Montealegre (comunicación personal, 2023), la mujer tiene una mayor efectividad para el mundo empresarial, dado que tiene como atributos, una mayor responsabilidad y más compromiso, valores que son claves en el éxito de una empresa (ver anexo N).

Prácticas organizacionales

En este propósito central se tomó como primera dimensión las prácticas que influyeron en el fracaso y después se tomaron las que influyeron en el éxito.

Figura 7

Fracaso y éxito empresarial



Nota. Elaboración propia (2024).

Se describe entonces en primer lugar las variables cuantitativas, para después profundizar en las variables cualitativas.

Fracaso empresarial

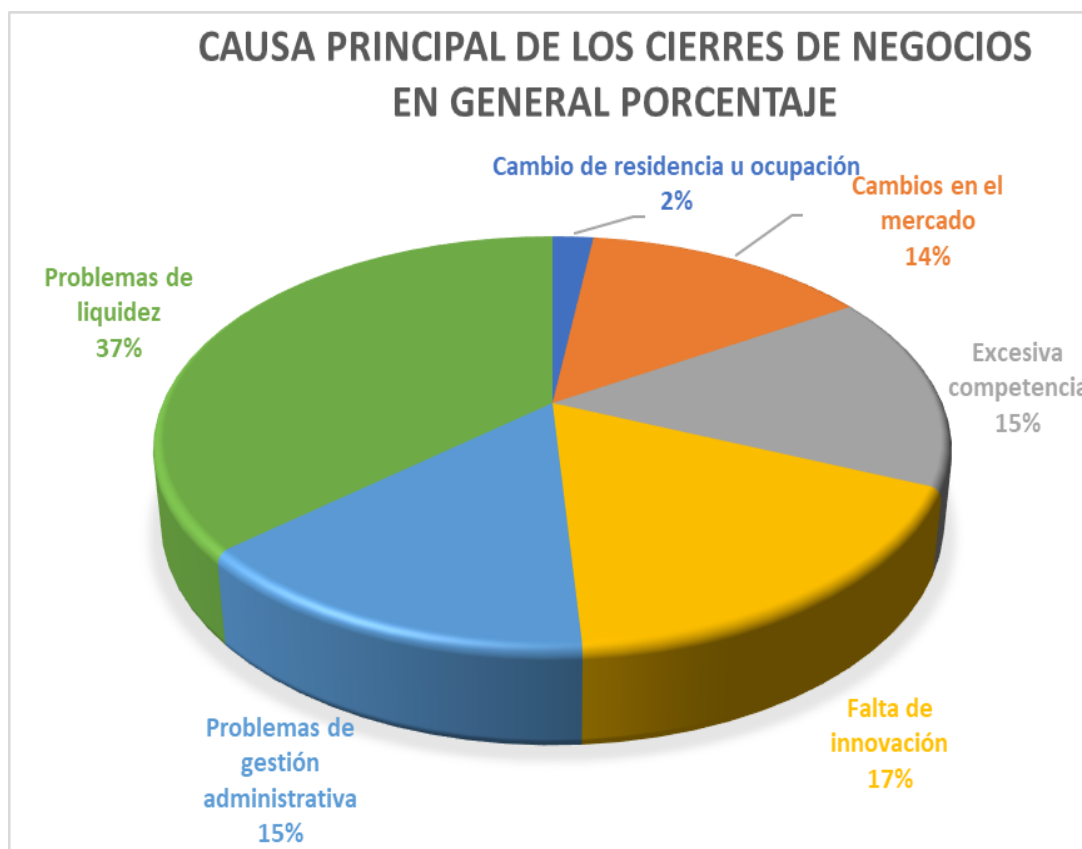
Los datos muestran los factores que influyeron en el fracaso empresarial tanto de personas del género femenino y masculino, siendo el 58% de las encuestadas mujeres y el restante 42% hombres. De esta manera se tiene que, de acuerdo con los datos recolectados en la encuesta, las causas de fracaso en las empresas son las siguientes:

Tabla 9

Causa principal de los cierres de negocios de ambos géneros

Causa principal de los cierres de negocios en general					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Cambio de residencia u ocupación	4	2,0	2,0	2,0
	Cambios en el mercado	28	14,0	14,0	16,0
	Excesiva competencia	31	15,5	15,5	31,5
	Falta de innovación	35	17,5	17,5	49,0
	Problemas de gestión administrativa	29	14,5	14,5	63,5
	Problemas de liquidez	73	36,5	36,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

Figura 8.*Causa de cierre en ambos géneros**Nota:* Elaboración propia.

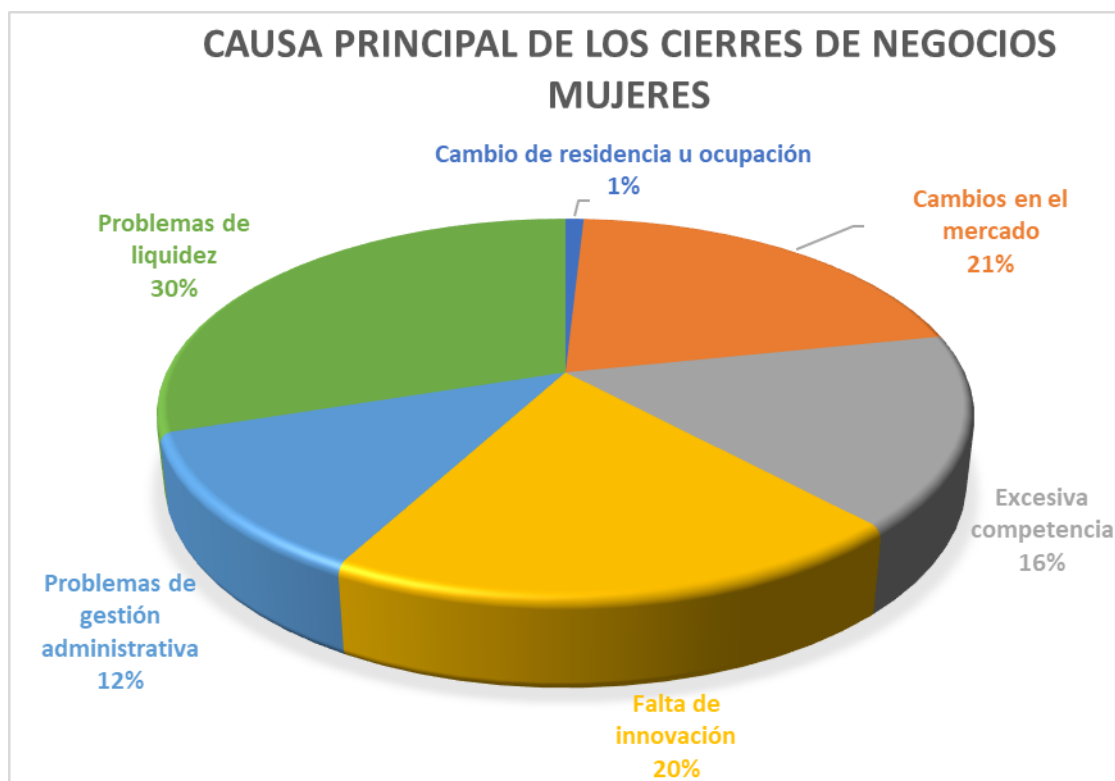
Lo anterior se evidencia que dentro de las causas con mayor frecuencia del fracaso o cierre de las unidades de negocio están los problemas de liquidez con un poco más de una tercera parte de los encuestados. Mientras las opciones respondidas por los encuestados; falta de innovación, excesiva competencia, problemas de gestión administrativa y cambios en el mercado tuvieron entre una sexta y octava parte como causas del cierre de los negocios.

Ahora bien, para el caso de las causas del fracaso empresarial entre hombres y mujeres, se tiene que para el caso de las mujeres los resultados fueron los siguientes:

Tabla 10*Causa principal de los cierres de negocios en mujeres*

Causa principal de los cierres de negocios					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Cambio de residencia u ocupación	1	0,87	0,87	0,87
	Cambios en el mercado	24	20,9	20,9	21,5
	Excesiva competencia	19	16,4	16,4	37,9
	Falta de innovación	23	19,8	19,8	57,75
	Problemas de gestión administrativa	14	12,1	12,1	69,8
	Problemas de liquidez	35	30,1	30,1	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

Figura 9*Causas de cierre de negocios mujeres**Nota:* Elaboración propia.**Tabla 11***Causa principal de los cierres de negocios en hombres*

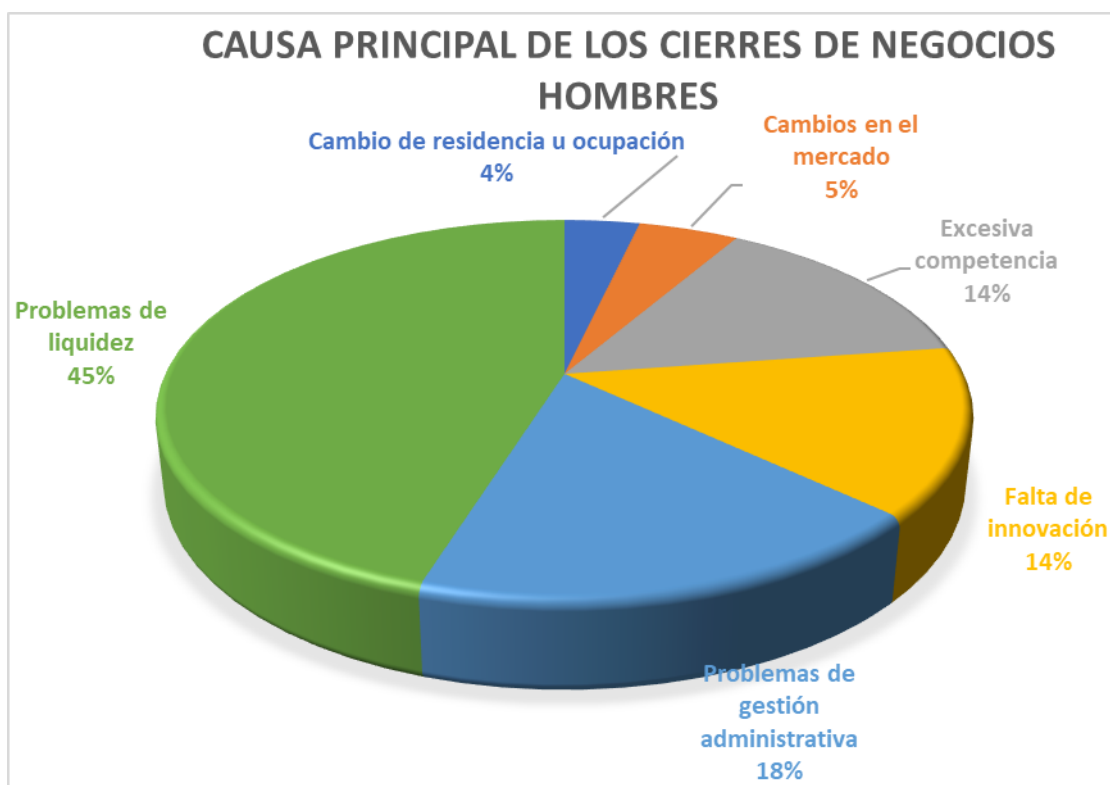
Causa principal de los cierres de negocios					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Cambio de residencia u ocupación	3	3,6	3,6	3,6
	Cambios en el mercado	4	4,8	4,8	8,3

Excesiva competencia	12	14,3	14,3	22,6
Falta de innovación	12	14,3	14,3	36,9
Problemas de gestión administrativa	15	17,9	17,9	54,8
Problemas de liquidez	38	45,2	45,2	100
Total	84	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

Figura 10

Causa de cierre de negocios hombres



Nota: Elaboración propia.

Lo anterior implica, que, aunque los problemas de liquidez son la mayor causa de fracaso empresarial en mujeres, la cifra resulta menor que en los hombres que es del 45% como lo describe la tabla 11. Mientras que en un segundo término para el caso de las mujeres la causa relativa a cambios del mercado es del 20,9%, mientras que para los hombres es de solo el 4,7%. Otra diferencia entre hombres y mujeres esta dado en los problemas de gestión administrativa, donde solo el 12% de las mujeres afirmaron que esta fue la causa de fracaso de su unidad de negocio, mientras que un porcentaje superior que representa el 17,8% de los hombres manifestaron que la fuente de fracaso de su negocio fueron problemas administrativos.

Otro de los factores analizados, fue el tiempo de operación de la unidad de negocio en años, como se muestra en tabla 12:

Tabla 12

Estadística duración de los negocios en años

Estadísticos		
Duración negocio en años		
N	Válido	200
	Perdidos	0
Media		1,6272
Mediana		1,0400
Moda		1,00
Desv. estándar		1,03784

Nota. Elaboración propia (2024).

Tabla 13

Duración de negocio en años

Duración negocio en años

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	,25	5	2,5	2,5	2,5
	,33	6	3,0	3,0	5,5
	,41	6	3,0	3,0	8,5
	,50	9	4,5	4,5	13,0
	,58	5	2,5	2,5	15,5
	,66	5	2,5	2,5	18,0
	,75	2	1,0	1,0	19,0
	,83	5	2,5	2,5	21,5
	,91	5	2,5	2,5	24,0
	1,00	52	26,0	26,0	50,0
	1,08	1	,5	,5	50,5
	1,17	1	,5	,5	51,0
	1,25	7	3,5	3,5	54,5
	1,30	3	1,5	1,5	56,0
	1,40	1	,5	,5	56,5
	1,50	2	1,0	1,0	57,5
	2,00	35	17,5	17,5	75,0
	2,25	1	,5	,5	75,5
	2,33	1	,5	,5	76,0
	2,41	2	1,0	1,0	77,0
	2,50	4	2,0	2,0	79,0
	3,00	29	14,5	14,5	93,5
	3,41	1	,5	,5	94,0
	3,50	1	,5	,5	94,5
	3,83	1	,5	,5	95,0
	4,00	9	4,5	4,5	99,5
	4,41	1	,5	,5	100,0
Total		200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

Los anteriores datos evidencian que la media de duración de los emprendimientos fue de 1,62 años, dado que es el promedio de tiempo que han durado los emprendimientos de acuerdo a lo descrito en la tabla 12; otro dato importante es que el 50% de los encuestados manifestaron que las unidades de negocio demoraron 1 año o menos, esto muestra que un número importante de emprendedores tuvieron sus unidades de negocio por poco tiempo de operación.

Por otro lado, se tiene otra variable que es el conocimiento previo sobre el negocio, donde respondieron nueve décimas partes que tenían conocimiento previo, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 14

Conocimiento previo en el negocio

Previo conocimiento en el negocio					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	22	11,0	11,0	11,0
	Sí	178	89,0	89,0	100,0
Total		200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

Lo anterior implica que una gran mayoría tenían conocimiento sobre el negocio que posteriormente cerró o canceló. Asimismo, se tiene la pregunta sobre el número de emprendimientos que habían tenido que cancelar, teniendo los siguientes datos:

Tabla 15

Negocios desistidos por resultados negativos

Negocios ha tenido que desistir por resultados negativos					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

Válido	1	179	89,5	89,5	89,5
	2	21	10,5	10,5	100,0
Total		200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

Lo anterior supone que los emprendedores que han fracasado, la gran mayoría se ha visto obligados a desistir del negocio solo una vez por resultados negativos, mientras que solo una décima parte ha desistido dos veces. Estos datos describen el poco grado de persistencia que tienen los emprendedores, mientras que frente al conocimiento previo de los negocios se tiene que nueve décimas partes de los encuestados afirmaron que si tenían conocimientos previos.

Ahora bien, al analizar la variable, tiempo de duración del emprendimiento y formación de los empresarios, se tienen los siguientes datos:

Tabla 16

Formación y relación tiempo de duración del negocio

Informe formación-tiempo de duración negocio					
	Duración negocio en años				
Formación del propietario	Media	N	Desv. estándar	Mínimo	Máximo
Primaria incompleta	1,0000	1	.	1,00	1,00
Primaria completa	,5000	1	.	,50	,50
Secundaria incompleta	1,5271	14	1,26221	,33	4,00
Secundaria completa	1,6252	112	,99215	,25	4,00
Profesional	1,6039	67	1,06689	,25	4,41
Posgrado	2,6160	5	,79280	2,00	3,83
Total	1,6272	200	1,03784	,25	4,41

Nota. Elaboración propia (2024).

Lo anterior implica que los emprendedores con mayor formación lograron sostener los negocios un mayor tiempo. Por otra parte, se tiene, que los emprendimientos que menos duraron

fueron los del sector primario y los servicios, mientras que el sector industrial tuvo mayor tiempo de supervivencia.

En el caso de las fuentes de financiación se tienen los siguientes datos:

Tabla 17

Fuente de financiación

Informe					
Duración negocio en años					
Fuente financiación del emprendimiento	Media	N	Desv. estándar	Mínimo	Máximo
Mixto (recursos propios y prestamos)	1,6423	97	,99009	,25	4,00
Prestamos	1,7213	68	1,13313	,25	4,41
Recursos propios	1,4026	35	,96742	,33	3,41
Total	1,6272	200	1,03784	,25	4,41

Nota. Elaboración propia (2024).

Los anteriores datos muestran que los emprendimientos que menos tiempo duraron fueron los financiados con recursos propios, con 1,4 años de duración, mientras que los emprendimientos apalancados con créditos tuvieron mayor supervivencia.

Factores de fracaso según empresarios y expertos hombres

En cuanto a las variables cualitativas, se analizó en primera medida los factores percibidos por los empresarios que han fracasado, en tal sentido para Yefferson Trujillo (comunicación personal, 2023) empresario entrevistado y quien canceló su unidad de negocio, se tiene que uno de los factores determinantes para el fracaso empresarial son las deficiencias en el manejo administrativo, dado que es necesario conocer lo que se debe administrar y el cómo administrar aspectos contables y financieros del negocio (ver anexo G).

Por otro lado, se tiene que para Marlon Arias (comunicación personal, 2023), dentro de las causas para el fracaso de una empresa está la falta de innovación, la competencia y tener una visión de futuro para identificar el potencial del modelo de negocio. Sobre la referencia, otro de los factores cruciales para la situación particular (ver anexo H). Marlon Arias (comunicación personal, 2023), acotó que su experiencia se basó en que este no estaba muy pendiente de la empresa. Ahora bien, para el caso de Mario Montilla (comunicación personal, 2023), los factores para determinar el fracaso de una empresa están dados por el enfoque y visión que se le da al negocio, dado que para él una empresa puede ser parte de una etapa de desarrollo personal y profesional del emprendedor (ver anexo I).

Asimismo, para el director del CDA de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia Jorge Montealegre (comunicación personal, 2023), dentro de los factores de éxito o fracaso está en primera medida la planificación y en segundo término la organización de las empresas. Para el caso del entrevistado Darío Ortiz (comunicación personal, 2023), quien es el presidente del Concejo municipal de La Plata, adujo que la apropiación es fundamental para evitar el fracaso empresarial (ver anexo O).

Factores de fracaso según empresarias y expertas mujeres

Por su parte, para mujeres como Tania Muñoz (comunicación personal, 2023), el fracaso en un emprendimiento está dado por factores como la viabilidad del mercado, dada su variabilidad, así como la actitud con la que se gestiona un negocio (ver anexo J). Asimismo, para la emprendedora Eliana Medina (comunicación personal, 2023), uno de los factores determinantes para el fracaso es la falta de asesoramiento financiero (ver anexo L).

Con relación a lo expresado por los expertos se tuvo que, para la gerente de la agencia de la Cooperativa Utrahuilca en la Plata, Nancy Valero (comunicación personal, 2023), una de las

causas principales para el fracaso empresarial es el mal manejo financiero, dado que debe haber equilibrio entre las finanzas de la organización y las finanzas personales (ver anexo M).

Asimismo, para Sandra Ramírez (comunicación personal, 2023), directora de la Cámara de Comercio del Huila en la zona occidente sede municipio de La Plata, uno de los factores claves para el éxito o fracaso de las empresas es la persistencia en la organización y la definición de un plan a corto, mediano y largo plazo (ver anexo Ñ).

Finalmente, en la figura 7, se presenta un resumen de los principales factores asociados al fracaso empresarial, referido por hombres y mujeres en el proceso de entrevistas.

Figura 11

Factores más relevantes de fracaso, indicados por hombres y mujeres



Fuente: Elaboración propia (2024).

Factores de éxito

En un primer momento para describir los factores de éxito se tomó la técnica de investigación de encuestas, del cual se obtuvieron los siguientes datos más relevantes:

Tabla 18*Conocimiento del producto*

Conocimiento del producto					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Causa	132	90,4	90,4	90,4
	Vacío	14	9,6	9,6	100,0
Total		146	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

Dentro de los factores con mayor relevancia para explicar el éxito de los emprendedores está el amplio conocimiento del producto o servicio a ofrecer con nueve décimas partes de los consultados. Mientras que la siguiente opción relacionada con el conocimiento del mercado le sigue como factor de éxito con un poco más de dos terceras partes de los emprendedores consultados. Por otro lado, se siguen como factor de éxito la asesoría contable y financiera con un poco más de una tercera parte, mientras que con un poco menos de una tercera parte se encuentra la asesoría en la gestión administrativa y la adaptación a los cambios del mercado.

Igualmente, en los resultados del estudio se tienen las variables de nivel de formación y vigencia del negocio, teniendo los siguientes datos:

Tabla 19*Formación y vigencia de la empresa*

Formación y vigencia de la empresa					
	Vigencia negocio en años				
Formación	Media	N	Desv. estándar	Mínimo	Máximo
Primaria completa	16,00	1	.	16	16
Secundaria incompleta	20,67	3	7,234	16	29
Secundaria completa	22,72	83	4,670	16	36
Profesional	22,46	54	6,714	16	49

Total	22,53	141	5,567	16	49
--------------	--------------	------------	--------------	-----------	-----------

Nota. Elaboración propia (2024).

Lo anterior muestra que los negocios con menor antigüedad son los que gestionan las personas que tienen un nivel de formación de primaria incompleta, mientras que los negocios gestionados por emprendedores con secundaria completa tienen una duración mayor con 22,7 años. En cuanto a las fuentes de financiación según la tabla 19, se tienen los siguientes datos:

Tabla 20

Fuentes de financiación

Fuentes de financiación					
Vigencia negocio en años					
Fuente financiación	Media	N	Desv. estándar	Mínimo	Máximo
Mixta (propios y préstamo)	22,10	51	5,460	10	36
Préstamo	22,88	75	5,952	13	49
Recursos propios	19,85	20	5,518	11	30
Total	22,19	146	5,775	10	49

Nota. Elaboración propia (2024).

Lo anterior indica que los negocios que tuvieron financiación con recursos propios presentaron una menor vigencia en años, que los negocios que fueron apalancados solo con créditos o con una financiación mixta, es decir recursos propios y créditos. Por otro lado, sobre las variables vigencia del negocio y el sector de la economía al cual pertenece, se tuvieron los siguientes resultados:

Tabla 21*Vigencia y sector*

Vigencia y sector					
Vigencia negocio en años					
Sector económico	Media	N	Desv. estándar	Mínimo	Máximo
Comercio	22,59	96	5,564	16	49
Industria	36,00	3	7,000	29	43
Servicio	21,43	42	4,145	16	30
Total	22,53	141	5,567	16	49

Nota. Elaboración propia (2024).

Los datos antes referenciados muestran que los negocios del sector industria son los que más han perdurado en el tiempo, mientras que los de servicios y comercio han tenido una media de 22 y 21 años de supervivencia respectivamente.

Factores según entrevistas emprendedoras y expertos hombres

Ahora bien, en cuanto los datos recolectados por medio de las entrevistas a emprendedores exitosos se tiene, que de acuerdo a Andrés Lozada (comunicación personal, 2023), este considera que la persistencia es un factor determinante para el éxito en un negocio, así como rodearse de personal competente y el ofrecer productos de calidad e innovar; por su parte Mauricio Sánchez (comunicación personal, 2023), cree que la disciplina y la humildad son unos factores determinantes para el éxito empresarial. Igualmente, Gabriel Campos (comunicación personal, 2023), otorga un valor relevante a la parte organizativa y administrativa de la empresa, en donde a su vez reconoce la necesidad de contar con equipos competentes para manejar las diversas áreas de un negocio, como es la logística, calidad, procesos de maquila y la parte financiera.

Para el experto Jorge Montealegre (comunicación personal, 2023), el conocer el tema económico de la empresa es clave para el éxito de la misma, dado que de esta manera se conoce el potencial de la empresa. Por otro lado, se tienen variables importantes como la formación del capital humano y la capacidad de hacer alianzas para impulsar la misión de la empresa. Otro experto Darío Ortiz (comunicación personal, 2023), afirma que el trabajo en equipo es clave para el éxito de una empresa.

Factores según entrevistas emprendedoras y expertas mujeres

Por otro lado, es la dedicación, la disciplina y la responsabilidad las que resultan ser para Sonia Patricia; factores claves para el éxito de una empresa. En el caso de Ángela Perdomo (comunicación personal, 2023), la clave del éxito es contar con talento humano capacitado, comprometidos y con trayectoria. También, frente a las empresarias que si bien es cierto fracasaron con algún emprendimiento, lograron iniciar otro modelo de negocio, como es el caso de Mayra Mora (comunicación personal, 2023) “El factor determinante para que mi empresa sea un éxito ha sido conocer de lo más básico, de lo más básico hasta la parte contable, sí, es lo más básico, que significa para mí, por ejemplo, el hecho de digamos, de vender así sea un solo producto, sí, pero para mí es lo principal” (ver anexo K). Por el lado de la emprendedora Mariela Ubajoa (comunicación personal, 2023), dentro de los factores de éxito está la responsabilidad, honestidad y el contar con un excelente talento humano.

En esa misma tipología de expertos como Nancy Valero (comunicación personal, 2023), afirma que “Hay que tener creatividad, hay que ser flexible, hay que saber trabajar en equipo, sí, porque si yo quiero lograr que mi organización o que mi empresa salga adelante, pues yo tengo que saberlo liderar y aparte de eso debo ofrecerle a mi equipo de trabajo o las personas con las que trabajo un buen clima organizacional, un buen trato”. En tal sentido lo que plantea Nancy

Valero (comunicación personal, 2023), es que lo organizativo y el talento humano son factores determinantes para el éxito de una empresa.

En cuanto a los factores de éxito empresarial para Sandra Ramírez (comunicación personal, 2023), la persistencia en el negocio es una clave tanto para el éxito como el fracaso, así como tener un proyecto a corto, mediano y largo plazo.

Tabla 22

Marco Pestel.

Factores	Descripción
Político	Mayor apoyo estatal a emprendimientos de mujeres
Económico	Nuevos competidores
Social y cultural	- Mayor empoderamiento de la mujer - Persisten desequilibrios de género en algunos sectores de la sociedad
Tecnológico	Incursión de las tecnologías de la información en todos los ámbitos de la sociedad.
Ecológico	- Cambio climático con afectaciones en la región - Mayor preocupación por los efectos ambientales de las actividades empresariales.
Legal	Normas de incentivos para empresarios en el marco de la emergencia social y económica decretada por el Gobierno Colombiano a nivel nacional

Nota. Elaboración propia

Con relación a los resultados se describieron los factores de éxito y fracaso, con los cuales se elaboró la matriz FODA, tomando los factores tanto internos y externos, de los datos cuantitativos y cualitativos recolectados, así como del respectivo análisis documental. Es importante resaltar que la matriz FODA es una herramienta utilizada para diagnósticos

situacionales de organizaciones, como de procesos o instituciones. En este caso, se tienen los siguientes resultados establecidos en la tabla 23:

Tabla 23

Matriz FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Capital humano con experiencia - Conocimiento sobre los productos y servicios ofrecidos - Conocimiento del mercado - Emprendimientos generacionales 	<ul style="list-style-type: none"> - Ampliación del mercado local - Mayor apoyo a emprendimientos de mujeres - Políticas de fortalecimiento empresarial - Mayor acceso a tecnologías de la información y la comunicación
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Bajas capacidades organizativas - Poca liquidez - Poca persistencia - Limitadas competencias financieras - Poca innovación en los productos y servicios 	<ul style="list-style-type: none"> - Pandemias y crisis sanitaria - Reducción del crecimiento económico - Aumento del costo de los créditos - Desigualdad en oportunidades en genero
Estrategias (FO)	Estrategias (DO)
<ul style="list-style-type: none"> - Establecer programas de transferencia tecnológica a pequeñas empresas. - Fomentar el uso de las TIC para comercializar productos de emprendimientos mipymes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer mecanismos de promoción de la innovación para mipymes por medio de TIC. - Adoptar una política pública de supervivencia empresarial.
Estrategias (FA)	Estrategias (DA)
<ul style="list-style-type: none"> - Establecer protocolos para situaciones de emergencia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Implementar líneas de acceso a créditos con tasas preferenciales.

-
- | | |
|---|---|
| - Adoptar programas de emprendimiento de mujeres. | - Adoptar programa de fomento de la cultura financiera. |
|---|---|
-

Nota. Elaboración propia (2024).

De acuerdo con lo anterior, se procedió a definir por medio de la Matriz Peyea, la posición tanto interna como externa de los procesos de emprendimiento liderados por mujeres en el municipio de La Plata. En tal sentido, esta matriz tiene como característica que permite establecer estrategias a nivel directivo, de tipo estratégico, reduciendo así los riesgos e incrementando las posibilidades de crecimiento.

En tal sentido se tiene que de acuerdo con David (2013) la ubicación en los cuadrantes significa lo siguiente:

Cuadrante intensivo: Esta ubicado en el cuadrante superior derecho y significa que la empresa se encuentra en una situación excelente para implementar y usar sus estrategias para aprovechar las oportunidades externas y superar las debilidades internas.

Cuadrante conservador: Esta posición del cuadrante en la parte superior izquierda implica que la empresa no debe tomar tantos riesgos, por lo cual la organización debe disminuir las debilidades internas y definir estrategias para evitar amenazas externas.

Cuadrante defensivo: Esta ubicación en el cuadrante inferior izquierdo de la organización, supone que se deben definir estrategias para evitar amenazas externas y reducir debilidades internas.

Cuadrante competitivo: En esta ubicación en el cuadrante inferior derecho, la organización debería definir estrategias competitivas, dado que podría aprovechar el entorno y reducir las debilidades.

Tabla 24*Matriz Peyea.*

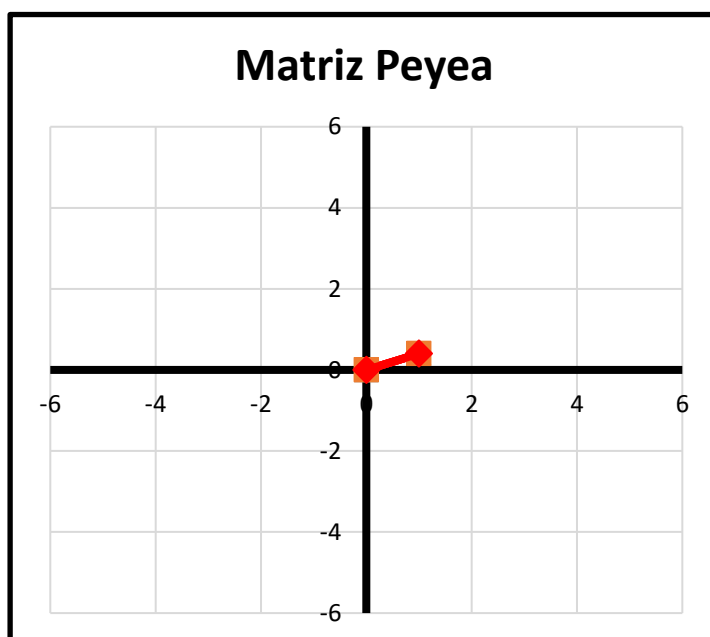
Posición Estratégica Interna		Posición Estratégica Externa	
Fuerza Financiera (FF)	de 1 a 6	Estabilidad en el ambiente (EA)	De 1 a 6
Liquidez	2	Pandemias y crisis sanitaria	-2
		Desigualdad en oportunidades	
Cultura financiera	2	en genero	-2
Apalancamiento	3	Regulaciones	-2
Emprendimientos con recursos propios	4	Mayor acceso a tecnologías de la información y la comunicación	-1
Formación en asuntos administrativos	3	Acceso financiamiento	-2
	Total FF: 2,40		Total EA: -2,80
Ventaja Competitiva	de 1 a 6	Fuerza de la industrial	de 1 a 6
Conocimiento del mercado	-1	Crecimiento económico	2
Capital humano con experiencia	-2	Ampliación del mercado local	5
Emprendimientos generacionales	-3	Impuestos y tributos	3
Conocimientos de los productos	-2	Potencial de crecimiento del mercado local	4
Innovación	-5	Precios insumos	2
	Total, VC: -2,80		Total FI: 3,20
	Valor X		Valor Y
	0		0
	-0,40		0,40
El valor de X resulta del balance entre la Fuerza Financiera y la estabilidad del ambiente		El valor de Y resulta del balance entre la Ventaja Competitiva y la Fortaleza Industrial	

Nota. Elaboración propia con base en el diseño propuesto por Rowe, Mason y Dickel (como se citó en Peña y Walteros, 2014).

De acuerdo con los datos recolectados en el trabajo de campo, se procedió a utilizar Matriz Peyea, como herramienta para identificar las estrategias más adecuada para el fomento empresarial de mujeres en la Plata Huila. De esta manera se tienen cuatro tipos de variables que son analizadas a la luz de los datos de la sistematización de la Matriz Peyea.

Figura 12

Matriz Peyea



Nota. Elaboración propia con base en el diseño propuesto por Rowe, Mason y Dickel (como se citó en Peña y Walteros, 2014).

Lo anterior implica que la posición que se debe tomar para el fomento de políticas que promueva la generación de empresas de mujeres en La Plata Huila, tiene que ver con mantener una política empresarial orientada a las competencias básicas de un tejido empresarial que están consolidándose y mantener una postura de apertura para aprovechar las oportunidades en un mercado regional en expansión.

Ahora bien, de acuerdo a los datos recolectados y al diagnóstico realizado con las herramientas PESTEL, FODA Y PEYEA, se tiene los siguientes ejes estratégicos:

- 1) Fomento del emprendimiento y sostenibilidad empresarial en mujeres: Los datos recolectados evidencian que una cuarta parte de las cancelaciones y/o fracaso empresarial ha sido liderado por mujeres, lo cual debe generar respuestas para garantizar la permanencia de las empresas en el mercado, por lo cual se propone el eje de fomento del emprendimiento y sostenibilidad empresarial como una política que contribuya a que las mujeres creen mas empresas y estas permanezcan como unidad productiva.
- 2) Cultura financiera: Los datos arrojan que la falta de liquidez es una de las causas relevantes en el fracaso empresarial de emprendimientos liderados por mujeres, por lo cual se propone el eje de fomento de la cultura financiera como una política que reduzca el fracaso empresarial.
- 3) Fortalecimiento organizacional: Dentro de las causas que arroja el estudio, para el fracaso empresarial están los problemas en gestión administrativa, lo que implica variables internas de la gestión administrativa como una de las causas de fracaso de los negocios liderados por mujeres. En este orden de ideas, se propone el eje de fortalecimiento de las organizaciones como estrategia para fomentar las capacidades de las organizaciones lideradas por mujeres.

Propuesta de acciones de mejora

A continuación, se proponen acciones de mejoras que permitan la sostenibilidad de las empresas lideradas por mujeres en el Municipio de La Plata Huila

Para este objetivo se propone un plan de fomento empresarial que, de acuerdo con los problemas identificados en el trabajo de campo, son los factores que inciden en el fracaso o éxito empresarial. En tal sentido se plantean tres ejes estratégicos como se evidencia en la siguiente

figura, los cuales se desarrollan de manera independiente planteando para cada uno los programas, actividades, unidades de medida y el tiempo en el que se adelantarían.

Figura 13

Ejes estratégicos de propuesta de mejora



Nota: Elaboración propia (2024).

Es importante hacer referencia que el acompañamiento empresarial puede ser una ruta con resultados interesantes como se evidenció en la estrategia Enlaces empleado en Centroamérica por ONU Mujeres (2022) que generó un incremento de la permanencia de los emprendimientos atendidos, mediante la vinculación de empresas Ancla que acompañaban a los emprendimientos de mujeres.

Tabla 25.

Eje 1. Fomento del emprendimiento y sostenibilidad empresarial en mujeres

Eje de fomento del emprendimiento y sostenibilidad empresarial para mujeres					Año 1				Año 2				Año 3			
No.	Programa	No.	Actividades	Unidad de medida	Trimestre				Trimestre				Trimestre			
					1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4

Programa de acceso al crédito	1.2.2	Diseñar política de crédito a mujeres emprendedoras a tasas compensadas	Documento de política elaborado	X														
	1.2.3	Implementar política	Informe realizado	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	1.2.4	Evaluación de la política	Informe realizado	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	1.3.1	Diseñar estrategia de atracción de capital de riesgo	Documento elaborado	X														
1.3 Implementar de programa de acceso a capital de riesgo para emprendedores	1.3.2	Realizar ruedas de negocio para atracción de capital de riesgo	Informe realizado con evidencias audiovisuales o fotográficas	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	1.3.3	Seguimiento al programa de atracción de capital de riesgo	Informes realizados	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Nota. Elaboración propia (2024).

Ahora bien, en cuanto a los procesos de inclusión financiera es relevante mencionar estudios como el realizado por el Banco de Desarrollo de América Latina (2018), las mujeres emprendedoras presentan dificultades para el acceso al crédito, como lo es la condición de jefatura del hogar o fertilidad. Además, se presentan perfiles diferenciados de crédito, dado que las mujeres tienen emprendimientos con menor intensidad de capital.

Sumado a estas determinantes y dada la alta causalidad que se evidenció relacionada con la falta de liquidez como factor determinante en la quiebra de unidades de negocio, se propone dos programas, donde en primera medida se busca fomentar una adecuada cultura financiera para que se establezcan por parte de las emprendedoras prácticas responsables en el manejo de las finanzas tanto de la empresa como personales. Por otro lado, se tiene el programa para mejorar el acceso al crédito y el programa de acceso a capital de riesgo para emprendedores.

			nto liderado por mujeres.		
1.3	Fortalecimiento en las competencias manejo de las TIC	1.3.1	Diseño de la estrategia de Fortalecimiento Empresarial a través de las TIC	Documento realizado	X
		1.3.2	Implementación de la estrategia Fortalecimiento Empresarial a través de las TIC	Informe de implementación	X X

Nota. Elaboración propia (2024).

El fortalecimiento de las organizaciones empresariales y solidarias representa una estrategia que puede contribuir a la perdurabilidad de los emprendimientos de mujeres. Este tipo de estrategias, han sido de recomendación por expertos como la realizada por la fundación WWB (2024) que recomienda procesos de formación técnica. Sin embargo, es necesario también aspectos motivacionales para el éxito del emprendimiento.

De esta manera, para el caso del fortalecimiento empresarial, son el conjunto de estrategias que buscan establecer prácticas de manejo adecuado de la organización en las empresas para que estas puedan perdurar en el tiempo. En primera medida se tendrá un programa de capacitación en aspectos organizacionales, en segunda medida se proponen planes de mejoramiento organizacional para las unidades de negocio gestionadas por mujeres y en tercer término se fortalecerá las competencias de las mujeres emprendedoras en el manejo de las TIC.

Conclusiones

En primera medida, el diagnóstico situacional de las empresas estudiadas en el Municipio de La Plata para el período 2017-2022 revela una serie de tendencias y desafíos significativos en el tejido empresarial. En este sentido, se evidencia una tasa alta de disoluciones con un 25% de empresas, teniendo una cuarta parte de ellas lideradas por mujeres, generando preocupación la sostenibilidad de los emprendimientos femeninos.

Por otro lado, dentro del estudio se observa la existencia de un 32% de informalidad en la afiliación al sistema de salud y la falta de inclusión financiera entre los emprendedores consultados. Igualmente, el análisis demográfico muestra que la mayoría de los emprendedores tienen educación secundaria completa 58,9% o son profesionales 34,4%, existiendo a la par una presencia significativa de familiares emprendedores, lo cual es un antecedente importante de emprendimientos generacionales.

En cuanto al rol de género, los entrevistados manifestaron opiniones divergentes, donde unos afirman que persisten barreras para el desarrollo de emprendimientos por parte de las mujeres y otros afirman que se ha venido generando avances en términos de igualdad de oportunidades de negocios para las mujeres.

En lo referente a las prácticas que inciden en el fracaso o éxito empresarial se tiene que, en relación con el fracaso empresarial, las principales causas son los problemas de liquidez con el 36,5%, falta de innovación 17,5% y competencia excesiva 15,5%. En cuanto a las causas del fracaso empresarial, tomando en consideración el rol de género, los problemas de liquidez afectaron en menor proporción a mujeres con un 30% y más a hombres con un 45%, mientras que la segunda causa para mujeres estuvo representada en cambios del mercado con un 20,9% de las mujeres consultadas.

Asimismo, los emprendimientos que han fracasado han tenido una corta duración, estimada en un año o menos. Por otro lado, la formación de los empresarios está relacionada con la duración de sus negocios, siendo aquellos con mayor formación capaces de mantener sus empresas durante más tiempo. Además, en cuanto al financiamiento, los negocios apalancados con préstamos tienden a tener una mayor supervivencia que los financiados con recursos propios. Para el caso de los factores de éxito, se destaca la importancia del conocimiento del producto 90,4% y del mercado 69,9%, la asesoría contable y financiera 34,2%, la gestión administrativa adecuada 33,6% y la adaptación al cambio 30,8% según los datos recolectados por la encuesta, mientras que en la entrevista se identificó variables de éxito como la persistencia, la disciplina y la responsabilidad. Asimismo, la formación del capital humano, la capacidad para hacer alianzas y el trabajo en equipo también se considerarán elementos fundamentales.

De acuerdo a la investigación realizada se determinan tres ejes estratégicos, fomento del emprendimiento y sostenibilidad empresarial, cultura financiera y fortalecimiento organizaciones, las cuales no solo tienen un impacto en el ámbito empresarial individual, sino que también contribuyen al desarrollo económico y la cohesión social en la región de La Plata, toda vez que fortalecen la sostenibilidad de las empresas lideradas por mujeres y a su vez contribuye a la generación de empleo y a la equidad de género en la región.

Recomendaciones

En el caso de las recomendaciones se propone un plan de mejoramiento que propone una hoja de ruta por tres años para fortalecer organizativamente las empresas lideradas por mujeres, así como asegurando su supervivencia en el mercado y el respectivo fomento de una cultura financiera para optimizar la toma de decisiones.

En cuanto a la ejecución del plan de mejora, es importante hacer referencia a que la entidad o entidades que lo ejecutarían deben contar con las capacidades técnicas, de recursos y humanas para ejecutar las actividades propuestas. Este plan de mejora puede ser ejecutado por entidades públicas o privadas que pueden ser entidades de fomento empresarial, universidades, entidades gremiales, empresas o las entidades territoriales. De esta manera la presente propuesta es un insumo para el desarrollo de una política empresarial en el municipio de La Plata y la región, donde su implementación podrá traer beneficios no solo a los procesos de cierre de brechas socio-económicas de género, sino también el fomento del tejido empresarial del municipio de la Plata. Ahora bien, se cuentan con tres ejes del plan de mejoramiento, que responde cada uno a lo siguiente:

- Eje fomento del emprendimiento y sostenibilidad empresarial en mujeres: El implementar un proceso de fomento del emprendimiento y sostenibilidad empresarial permitirá contribuir tanto a la generación de nuevas empresas lideradas por mujeres, como el fomento de la permanencia de las empresas que han sido constituidas.
- Cultura financiera: La inclusión financiera es uno de los objetivos del eje de cultura financiera, y permitirá que las mujeres cuenten con herramientas que fomenten un buen manejo de las finanzas, que es un tema de importancia para garantizar el éxito y permanencia empresarial.

- Fortalecimiento organizacional: El impacto del eje de fortalecimiento empresarial esta dado por el fomento de capacidades organizativas de las empresas o unidades económicas para desarrollar su objeto social y productivo. El generar una masa crítica en las organizaciones permite que estas tengan capacidades técnicas que son fundamentales para lograr su supervivencia, así como un clima organizacional gratificante que contribuya a su productividad.

Referencias

- Arias Nasayó, M. (2023). Empresario. (L. R. Chala, Entrevistador)
- Asamblea General de las Naciones Unidas . (1948). *Declaración Universal de los Derechos Humanos*. París. <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>
- Asamblea Nacional Constituyente. (1991). *Constitución Política de 1991*. <http://www.suin-juricol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Constitucion/1687988>
- Banco de Desarrollo de América Latina. (2018). *Inclusión Financiera de las Mujeres en América Latina. Situación actual y recomendaciones de política*. <https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1162/Inclusion%20financiera%20de%20las%20mujeres%20en%20America%20Latina.%20Situacion%20actual%20y%20recomendaciones%20de%20politica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Baque Cantos, M. A., Cedeño Chenche, B. S., Chele Chele, J. E., & Gaona Obando, V. B. (2020). Fracaso de las pymes: Factores desencadenantes, Ecuador 2020. *FIPCAEC*, 5(4), 3 - 25. <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/293/517>
- Cámara de Comercio de Cúcuta. (s.f.). chrome extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.cccucuta.org.co/uploads_descarga/desc_d5baa0ca923a6d0e7df1bbaf87b71e69.pdf
- Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. (2022). *Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia*. [https://www.camaramedellin.com.co/Portals/0/Documentos/Guias-Mercantil/FORMATO%20PDF%20GUIA%205__2022%20\(1\).pdf](https://www.camaramedellin.com.co/Portals/0/Documentos/Guias-Mercantil/FORMATO%20PDF%20GUIA%205__2022%20(1).pdf)
- Cámara de Comercio del Huila. (2021). *Dinámica empresarial 2023*. Neiva. <https://www.cchuila.org/servicios-para-usted/investigaciones-economicas-y-competitividad/dinamica-empresarial/>
- Cámara de Comercio del Valle de Aburrá del Sur . (s.f.). https://ccas.org.co/wp-content/uploads/Instructivo-9-Disolucion_liquidacion.pdf
- Campos, G. (2023). Emprendedor. (L. R. Chala, Entrevistador)
- Capera, I., & Huertas, L. E. (2018). *¿Por qué mueren las empresas? Un estudio de la interrupción de la perdurabilidad empresarial en una empresa de tecnología*. Universidad del Rosario, Bogotá. <https://repository.urosario.edu.co/server/api/core/bitstreams/8f1840e3-9aad-49ea-817e-95c29a80ae7f/content>
- Cerdeiro , D., & Hansen , N. (6 de 2022). La pandemia reavivó el debate sobre las líneas de montaje globales que se extienden en todo el mundo. <https://www.imf.org/es/Publications/fandd/issues/2022/06/the-stretch-of-supply-chains-B2B>
- Chaves Maza , M., & Fedriani, E. (2022). Evaluación del desempeño de los emprendedores: factores a considerar en la definición de éxito empresarial. *Contaduría y Administración*, 68(2), 101-131. <http://www.cya.unam.mx/index.php/cya/article/view/3215/1966>
- Chiavenato , I. (2019). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. McGraw-Hill Publishing Co. <https://www.marcialpons.es/libros/introduccion-a-la-teoria-general-de-la-administracion/9781456272104/>
- Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la teoría general de la administración*. México. <https://esmirnasite.files.wordpress.com/2017/07/i-admon-chiavenato.pdf>

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe -CEPAL-. (2020). *Naciones Unidas*. <https://www.cepal.org/es/comunicados/impactos-la-pandemia-sectores-productivos-mas-afectados-abarcaran-un-tercio-empleo-un>
- Comisión Económica para América Latina-CEPAL-. (2020). *Sectores y empresas frente al COVID 19: emergencia y reactivación*. Comisión Económica para América Latina-CEPAL-. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45734/4/S2000438_es.pdf
- Congreso de la República de Colombia. (2010). *Ley 1429 de 2010*. Bogotá. <https://www.suin-juricol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/1679908#:~:text=La%20presente%20ley%20tiene%20por,disminuyan%20los%20costos%20de%20formalizarse>.
- Corral Fernández, S. (2020). *Influencia del género en el fracaso empresarial: estudio para cinco países Europeos*. España. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/12461/TFG%20%28Corral%20Fern%20Sara%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Corral Fernández, S. (2022). Influencia del género en el fracaso empresarial: objetivo para cinco países europeos. *Revisiones sistemáticas y análisis bibliométricos en la literatura de economía aplicada*, 40(2). <https://orcid.org/0000-0001-6529-0684>
- Coverpan. (19 de 12 de 2021). <https://www.coverpan.es/blog/empresa-sostenible/>
- David , F. (2013). *Administración Estratégica* . México . <https://laurabatres.files.wordpress.com/2018/06/conceptos-de-administracion-estrategica-14edi-david.pdf>
- David, F. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica*. Pearson. <https://maliaoceano.files.wordpress.com/2017/03/libro-fred-david-9a-edicion-con-estrategica-fred-david.pdf>
- Departamento Nacional de Planeación. (2023). *Bases del Plan Nacional de Desarrollo 2022 - 2026*. Bogotá . <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/portalDNP/PND-2023/2023-03-17-bases-plan-nacional-desarrollo-web.pdf>
- Departamento Nacional de Planeación -DNP. (2020). *Documento CONPES 4011*. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%20C3%B3micos/4011.pdf>
- Dupleix, M. D. (2021). La teoría efectual y el fracaso empresarial. *Innovar*, 139-154. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/95581/80414>
- Escandón Rodríguez, M. C., Ramírez Morales, J., & Sierra Restrepo, N. (2022). *Éxito y fracaso de los negocios de madres emprendedoras del grupo Mompreneurs. Variables y retos que influyen en el proceso de continuidad con sus negocios*. Bogotá. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/31191/MariaCamila_EscandonRodriguez_JorgeEnrique_RamirezMorales_NataliaEstefania_SierraRestrepo_2022.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Escandón Rodríguez, M. C., Ramírez Morales, J., & Sierra Restrepo, N. (2022). *Éxito y fracaso de los negocios de madres emprendedoras del grupo Mompreneurs. Variables y retos que influyen en el proceso de continuidad con sus negocios*. Universidad EAFIT, Bogotá. https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/31191/MariaCamila_EscandonRodriguez_JorgeEnrique_RamirezMorales_NataliaEstefania_SierraRestrepo_2022.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- ESG Innova Group. (2020). *ISO 9001:2015. ¿Qué son las iniciativas de mejora y como se gestionan?*: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2020/06/que-son-las-iniciativas-de-mejora-y-como-se-gestionan/>

- Expansión, & Chávez, G. (15 de 7 de 2020). Expansión. *Las Pymes lideradas por mujeres han sido 7% más impactadas por el COVID-19*.
<https://expansion.mx/tecnologia/2020/07/15/las-pymes-lideradas-por-mujeres-han-sido-7-mas-impactadas-por-el-covid-19>
- Fundación WWB. (2024). *Recomendaciones para fortalecer los emprendimientos liderados por mujeres*. <https://fundacionwwbcolombia.org/wp-content/uploads/2024/02/Policy-Memo-2.pdf>
- Gobernación del Huila. (2020). *Plan de desarrollo 2020-2023. Huila Crece*. Huila.
<https://www.huila.gov.co/documentos/1336/plan-de-desarrollo-2020-2023/>
- Gutiérrez, Y. A. (2019). *Modelos de elección binaria aplicados al pronóstico del fracaso empresarial para las Pymes en Colombia*. Bogotá.
<https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/78098/52.932.314.2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6 ed.). <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Infoinventario. (s.f). *Infoinventario*. https://infoinventario.com/cual-es-la-formula-para-calculiar-la-intensidad-de-muestreo-en-un-inventario-forestal/#google_vignette
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2006). *Dirección estratégica* (7 ed.). chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.ecotec.edu.ec/material/material_2017D_ADM475_11_73253.pdf
- Jones, G. (2008). *TEORÍA ORGANIZACIONAL. Diseño y cambio en las organizaciones*. Mexico DF: Pearson. <https://web.politecnicometro.edu.co/wp-content/uploads/2021/08/Teoria-organizacional4taEdicionGarethRJones.pdf>
- Lozada, A. M. (2023). Empresario. (L. C. Rivera, Entrevistador)
- Martínez Moreno, E. T. (2012). Estado del arte del direccionamiento estratégico. 5(1).
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6726257>
- Mateos Ronco, A., Marín Sánchez, M. D., Marí Vidal, S., & Seguí Mas, E. (2011). Los modelos de predicción del fracaso empresarial y su aplicabilidad en cooperativas agrarias. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*(70), 179 - 208.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17418829007>
- Medina Fernández, E. (2023). Empresaria. (L. R. Chala, Entrevistador)
- Montealegre, J. (2023). Director del CDA de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD, municipio de La Plata. (L. R. Chala, Entrevistador)
- Montilla Cabrera, M. (2023). Empresario. (L. R. Chala, Entrevistador)
- Mora Rojas, M. (2023). Empresaria. (L. R. Chala, Entrevistador)
- Muñoz, T. M. (2023). Empresario. (L. R. Chala, Entrevistador)
- ONU Mujeres. (2022). Fortalecimiento de la empresariedad de las mujeres para su posicionamiento de la economía de centroamerica. Ciudad de Guatemala, Guatemala.
[/https://lac.unwomen.org/sites/default/files/2022-02/Fortalecimiento%20de%20la%20empresarialidad%20de%20las%20mujeres%20v02.pdf](https://lac.unwomen.org/sites/default/files/2022-02/Fortalecimiento%20de%20la%20empresarialidad%20de%20las%20mujeres%20v02.pdf)
- Organización de los Estados Americanos. (1969). *oas.org*.
<https://www.corteidh.or.cr/tablas/17229a.pdf>

- Organización de Naciones Unidas. (2015). Objetivos de Desarrollo Sostenible. Colombia. Recuperado el 19 de 10 de 2021, de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/gender-equality/>
- Ortiz López, D. F. (2023). Presidente del Concejo municipal de La Plata. (L. R. Chala, Entrevistador)
- Peña Montaña, E. J., & Walteros Ocampo, Y. K. (2014). *Diseño de un plan de direccionamiento estratégico para las pymes de familia del sector panadero en la localidad Rafael Uribe Uribe zona 54 – Marruecos barrios La Merced Sur, El Consuelo, El Playón y El Socorrón y El Socorro de Bogotá D o de Bogotá D.C.* Universidad de La Salle, Cundinamarca. https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=3006&context=administracion_de_empresas
- Perdomo Tejada, Á. M. (2023). Empresaria. (L. R. Chala, Entrevistador)
- Piledaserra , M. (2018). Las empresas creadas por mujeres fracasan un 28 % menos que las de los hombres. <https://www.uoc.edu/es/news/2018/026-mujer-empresa>
- Porter , M. (2008). *Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia.* https://utecno.files.wordpress.com/2014/05/las_5_fuerzas_competitivas-_michael_porter-libre.pdf
- Porter, M. (2015). *Estrategia competitiva. Técnicaas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia.* Grupo Editorial Patria. <https://www.buscalibre.com.co/libro-estrategia-competitiva/9786077440499/p/46547766>
- Puerta Gómez, J., Aceituno Aceituno, P., & Burgos García, M. C. (2022). Educación para el emprendimiento: un enfoque orientado a incrementar las posibilidades de éxito y evitar el fracaso prematuro. *Revista de Marketing y Publicidad*(5). doi:<https://doi.org/10.51302/marketing.2022.1426>
- Ramírez Guzmán, S. M. (2023). Directora de la Cámara de Comercio del Huila en la zona occidente sede municipio de La Plata. (L. R. Chala, Entrevistador)
- Red de Cámaras de Comercio -CONFECÁMARAS. (2017). <https://confecamaras.org.co/noticias/545-confecamaras-presenta-dos-estudios-en-los-que-analiza-los-factores-que-explican-el-exito-y-fracaso-de-las-empresas-en-colombia-y-las-claves-para-su-crecimiento-extraordinario>
- Rivera Ledesma, S. P. (2023). Empresaria. (L. R. Chala, Entrevistador)
- Romero Espinosa, F., Melgarejo Molina, Z. A., & Vera Colina, M. A. (2015). Fracaso empresarial de las pequeñas y medianas empresas (pymes) en Colombia. *Suma de negocios*, 29 - 41. <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S2215910X15000087?token=AD10C0948C77B031DCF3BC4F1155599827E24838B07CF64D5F2B36BB328450C9A057E14D919D27B7D6C7D73A9F611DB8&originRegion=us-east-1&originCreation=20230103052044>
- Sánchez, M. (2023). Empresario. (L. C. Rivera, Entrevistador)
- Scherger, V., Terceño, A., & Vigier, H. (2018). Revisión crítica de los modelos de predicción de fracaso empresarial. *Administración y organizaciones*, 21(40), 153 - 180. https://www.researchgate.net/publication/342083921_Revision_critica_de_los_modelos_de_prediccion_de_fracaso_empresarial
- Tejada Tayabas, J. M., & Arias Galicia, F. (2005). Prácticas organizacionales y el compromiso de los trabajadores hacia la organización. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 10(2), 295 - 309. chrome-

- extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfndmkaj/https://www.redalyc.org/pdf/292/29210206.pdf
- Tesoro de la Unesco. (2023). <https://vocabularies.unesco.org/browser/thesaurus/es/>
- Trujillo Alvira, Y. O. (2023). Empresario . (L. R. Chala, Entrevistador)
- Ubajoa , M. (2023). Empresaria. (L. R. Chala, Entrevistador)
- Valenzuela Klagges, I., Valenzuela Klagges, B., & Irarrazaval, J. (2018). Desarrollo Emprendedor Latinoamericano y sus Determinantes: Evidencias y Desafíos. *Pilquen*, 21(3), 55 - 63. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfndmkaj/http://www.scielo.org.ar/pdf/spilquen/v21n3/v21n3a06.pdf
- Valero, N. M. (2023). Gerente de la Agencia Cooperativa Utrahuilca. (L. R. Chala, Entrevistador)

Anexos (entrevistas)

Anexo A.

Primera entrevista: Andrés Mauricio Lozada

Lorena Chala: Hoy nos encontramos en las instalaciones de la empresa Andrés Publik, con su representante legal, Andrés Mauricio Losada. Andrés, buenos días, nosotras somos estudiantes de la Maestría en Administración de Organizaciones de la de la Universidad Nacional abierta y a distancia UNAD y en estos momentos nos encontramos desarrollando un trabajo de grado que tiene como propósito identificar esas prácticas organizacionales que llevan al éxito o al fracaso a las empresas en el municipio de La Plata, Huila.

Lida Rivera: Andrés, muchísimas gracias por el tiempo que nos va a dedicar en esta entrevista. Es parte de nuestro trabajo de campo para el proyecto de grado, entonces queríamos pedirles autorización para el uso tanto de su imagen como sus datos para fines académicos.

Andrés Lozada: Buenos días Lorenita, Buenos días, no hay ningún inconveniente, pueden utilizarlos para temas académicos.

Lida Rivera Muchas gracias. Gracias, Andrés Mauricio Lozada, cuéntenos entonces ¿quién es Andrés Mauricio? Y hablemos de la empresa Andrés Publik.

Andrés Lozada: Mi nombre es Andrés Mauricio Lozada, como ya lo habían dicho, eh, soy administrador de empresas de la Universidad colombiana, llevo con esta empresa aproximadamente 27 años. Empecé antes de 2000. Es una empresa hemos empezado desde cero, hemos empezado a trabajar muy rudimentariamente, hoy en día contamos con mucha tecnología de punta en maquinaria, un gran talento humano y un reconocimiento a nivel local y regional.

Lorena Chala: Bueno, pues felicitaciones, felicitaciones a Andrés ya son 27 años de trayectoria en el mercado. Entonces, por favor, coméntanos ¿Cuáles son esos factores determinantes para el éxito o fracaso de las empresas en el municipio?

Andrés Lozada: Bueno, yo hablo de mi empresa, yo considero que un factor determinante para mí que soy una persona como tan devota, creo que todo va de la mano de Dios. Yo creo que lo primero es Dios, independientemente, muchos factores que pueden incidir en la empresa, siempre cualquier proyecto que vaya a iniciar es a Dios, para empezar, me encomiendo a él para que me colabore con todo lo que pueda. Segundo, yo creo que siempre que nace una empresa, una empresa siempre nace cuando hay una necesidad en el mercado, y si vas a empezar con la empresa y tienes un producto o un servicio para vender, tienes que ser muy persistente y yo creo que para llegar a un punto de equilibrio una empresa no se puede pretender 1, 2 o 3 meses para llegar a un punto de equilibrio, necesitamos 6 meses, un año. Donde ya la empresa empiece a producir rentabilidad. Sí, entonces yo considero que uno de esos factores es la persistencia. Otro factor muy importante que yo considero que es de vital importancia para una empresa es rodearse de un talento humano muy bueno, y el talento humano, es algo que le aporta muchísimo a la empresa para salir adelante. Otro factor importantísimo, creo que es la familia, si, tener el apoyo de la familia, tener el apoyo de las personas más cercanas que lo rodean, sí. Eso es de vital importancia para una empresa, yo considero que otro factor importante para lo que usted vaya a vender u ofrecer es la calidad. Si usted tiene diferenciarse de la competencia, tiene que incrustarle a su producto, a su servicio, a un valor agregado, pero de buena calidad. Sí, para que los productos que salga al mercado, siempre vayan por encima de los que hay en la oferta si competitivo. Yo creo que, por último, y no menos importante que los demás, innovación. La innovación es totalmente importante para que una empresa salga adelante, nosotros no podemos quedarnos con lo mismo de siempre, sabiendo que

en este mundo globalizado todos los días hay nuevos productos y nuevas empresas que están saliendo con tecnología de punta, con innovación, etcétera.

Lida Rivera. Pues felicitaciones, porque como lo dijo lo dijeron ustedes son 27 años en el mercado, ahora vamos a pasar un tema de género, entonces ¿considera usted que existen ventajas y desventajas entre el hombre y la mujer en el sector empresarial?:

Andrés Lozada: Bueno, para nadie es un secreto que estamos en el siglo 21 y tenemos en nuestra sociedad un machismo todavía muy marcado y entonces hay ciertas cosas que inclusive las mismas mujeres a la hora de hablar, dicen, no, eso es un trabajo para hombres, cuando yo creo que estamos en igualdad de condiciones para desempeñar cualquier trabajo, tanto las mujeres como los hombres. Ahora el tema de las empresas condiciona mucho a las mujeres. Yo pienso que no les dan el rol que realmente se merecen cuando ellas tienen la misma capacidad de los hombres para desempeñar cualquier cargo.

Lida Rivera Perfecto, entonces, esa es como una desventaja y ahora ¿considera que existe alguna ventaja para la mujer en el sector empresarial?

Andrés Lozada: Yo trabajo acá con mi secretaria, es una mujer y también mi compañera, mi esposa me colabora mucho con el tema de la empresa, así. Y las ventajas que las mujeres tienen en temas empresariales, creo que ya son muy organizadas. Muy organizada, yo siempre he estado de acuerdo que, aunque el rol de la mujer, hace falta en una empresa, sí. Organizada planifican muy bien, desarrollan muy bien sus tareas, tienen bastante disciplina, con las tareas que pronto se encomiendan.

Lorena Chala: Andrés considera que en algún sector económico se inclinan más por las mujeres o alguna vez se ha visto en algún momento afectado, favorecido por ser hombre frente a una mujer.

Andrés Lozada: No, yo creería que lo contrario sea muchas empresas, en el mercado uno mira que siempre favorece más al hombre. Sí, siempre es como esos son trabajos para hombre que modelo indicado anteriormente por decir algo, no nos vayamos tan lejos del gremio de transportadores, no hay mujeres porque todo el mundo dice eso, ese es un trabajo para hombres y cuando como le decía anteriormente, las mujeres están igualmente capacitadas, de pronto el tema del machismo no deja que ella se desarrolle en ciertos campos.

Lida Rivera: Bueno, ahora vamos a hablar de estrategias de fomento empresarial ¿Conoce usted alguna de dichas estrategias tanto del sector público como privado?

Andrés Lozada: Pues yo creo que lo maneja más del sector público, porque las políticas gubernamentales siempre están como tendiendo a apoyar a la mujer, más o menos he identificado eso en el tema bancario, o por lo menos en el SENA, que son instituciones que como que le dan la oportunidad a la mujer para que pueda emprender, para que pueda generar recursos, independientemente si sea empleado o no.

Lorena Chala: Okey, bueno, Andrés Mauricio, agradecemos toda, es todo ese conocimiento, toda esa trayectoria y experiencia, pues sin duda alguna, nos servirá mucho para esta investigación que estamos realizando. Muchas gracias por su tiempo. ¿Por invitarme a este espacio?

Anexo B.

Segunda entrevista: Mauricio Sánchez

Lorena Chala: Hoy desde la empresa Ferry Mauro con su representante legal Mauricio Suárez. Mauricio. Buenos días, Mauricio, somos estudiantes de la Maestría en Administración de organizaciones de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD-. En estos momentos nos encontramos realizando un trabajo de grado con el propósito de identificar las prácticas que influyen en el éxito y/o fracaso de las empresas en el municipio de La Plata.

Lida Rivera: Dentro del trabajo de campo para nuestro proyecto de grado está el realizar entrevistas a comerciantes, tanto hombres como mujeres que han sido muy exitosos en sus negocios, como también para aquellos que han cancelado su Cámara de Comercio en su caso, pues es un gran comerciante. Nosotros vamos a utilizar esta entrevista y conservamos sus datos sólo para efectos académicos, entonces quisiera saber si contamos con su autorización.

Mauricio Sánchez: Claro que sí.

Lida Rivera: Muchísimas gracias. Mauricio, cuéntenos entonces, quién es Mauricio Suazo. Háblanos de la historia de Ferry Mauro ¿a qué se dedican? ¿Cuál es el sector que tiene como objetivo esta empresa?

Mauricio Sánchez: Bueno, como usted lo acaba de decir mi nombre, Mauricio Suazo Sánchez, soy de Líbano Tolima, soy Contador Público del año 88, me fui para Bogotá, a seguir estudiando, digamos, los estudios superiores por cuestiones del destino, en el 2005 llegué aquí a La Plata Huila, e hice 3 proyectos para saber con qué negocio quería arrancar, perdón y, la verdad que la ferretería fue.

Lida Rivera: La mejor elección.

Mauricio Sánchez: Mejor elección, porque pues es un sector que no se dañan los productos y a través del tiempo, pues se le va ganando a lanzar los productos, ya que pues no son productos perecederos. Llevo 18 años en el sector, tanto con ferretería eléctrica y otras líneas, pues que veo que necesitan mucho en La Plata Huila. Y, pues gracias a Dios aquí estamos.

Lorena Chala: Ah bueno, muy bien don Mauricio coméntenos ¿cuáles factores cree usted que son los determinantes en el éxito o fracaso de las empresas?

Mauricio Sánchez: Bueno, yo le voy a hablar, en mi caso tengo 3 palabras que yo creo que creo que reúnen lo básico. Lo primero es Dios, porque uno tiene que tener un ser superior que, tal cual lo crea a uno. La humildad porque siempre que uno crezca uno debe ser el mismo. Y, la disciplina es algo muy importante porque la disciplina es que si las políticas de Ferre Mauro están en abrir el almacén a las 7:00 de la mañana, yo abro a las 7 am de la mañana. Disciplina es pagar los proveedores correctamente para organizar las cuentas. Disciplina es pagarle cumplidamente a los a las personas que colaboran. Disciplina es atender muy bien al cliente porque pues tenemos clientes que son constantes, esporádicos y algunos clientes potenciales, entonces eso ha sido la oferta.

Lida Rivera: Qué bueno, bueno, ahora vamos a pasar a hablar del género. ¿Considera usted que existen ventajas y desventajas de las mujeres respecto a los hombres en el sector empresarial?

Mauricio Sánchez: Pues si hablamos de una parte general. Digamos, pues la justicia de la ley protege mucho a la mujer por el tema de que a veces son, digamos, son papá y mamá al mismo tiempo. Esta mujer entonces está, están como bien equilibrado. Si logramos ya aquí digamos de parte interna de la empresa también se ve un equilibrio, porque muchas veces las mujeres son, digamos si le podemos decir son débiles en cuanto a alzar cosas pesadas, pero son muy fuertes en atención al cliente, son muy fuertes en mantener bonito el almacén son muy fuertes en ese carisma

que tiene para recibir las personas que llegan acá, así que yo lo tomo que estábamos. Como en equilibrio perfecto.

Lorena Chala: Mauricio, en algún momento se ha visto afectado en cuestión de oportunidades frente a las mujeres o ¿considera que en algún sector económico está más inclinado al favorecimiento de ese género?

Mauricio Sánchez: Eh creo que sea, yo miro que es equilibrado también porque las grandes empresas están poniendo las personas. Ah en ciertos lugares en que se dan fuertes. Por lo menos las mujeres son muy fuertes en la parte comercial. Si los hombres son muy fuertes de la parte operativa, entonces la verdad que estamos también como una con una igualdad. Y, las mujeres son más ordenadas que nosotros, los hombres. Así que no, no yo no miento. Para nada.

Lida Rivera: Conoce estrategias de fomento empresarial. ¿Para el fortalecimiento de su empresa como tal, ha utilizado alguna de estas estrategias del sector público, el privado?

Mauricio Sánchez: Sí, sí, cuando yo inicié Ferre Mauro, lo que fue la parte privada del Banco agrario el que me dio la mano. Y también ahí había, digamos, como una como equidad entre las personas que atendían. Hombres y mujeres, entonces, pues sería como el gran número de las personas que atendieron. El Banco de Bogotá ya en la parte digamos Bancolombia, las cooperativas también, el soporte financiero, y al contrario les agradezco porque ellos son los que tienen las tablas. Si nosotros tenemos que tener, bien estructurados los negocios que uno pueda responder para un crédito las tasas de interés. Y todos los bancos y corporaciones tienen la plata. Lo principal es que hay que mirar, es quien el que tiene la mejor tasa, y por ahí se lo hago.

Lida Rivera: Como buen Contador haciendo cuentas. Pero dentro de estos fomentos empresariales, usted considera que las mujeres tenemos más facilidad de acceso a ellas. ¿Cómo al privilegio? ¿Tenemos privilegios en estos momentos?

Mauricio Sánchez: Pues que tengan privilegio, no sé por qué ahora digamos, las instituciones miran que respaldo tiene. Así que respaldó ósea que fue sí, es un préstamo de 50 millones que se puede hipotecar o que respaldó, pueden tener, así que ahí sí independientemente, independientemente del género, si lo que mira la estructura de financiera, tanto privados como públicos, lo que se busca es qué puede respaldar ese crédito. Lo que dije anteriormente, pues si hay un buen respaldo, lo que se mira son tasas de interés, sabemos que estaremos presentes.

Lida Rivera: Pero bueno, le agradecemos el tiempo, el conocimiento que comparte con nosotros y pues a su vez felicitarlo porque tiene una empresa de éxito en nuestro municipio, que a pesar de no ser Plateño, yo creo que ya se siente como uno más.

Mauricio Sánchez: Claro si la verdad que yo le debo muchísimo a La Plata y solo Dios me mudara de acá, yo vivo muy agradecido con la gente de aquí La Plata, y he hecho muchísimas cosas también por el municipio, pues construyendo y se han generado empleo, les agradezco mucho a las personas de La Plata. Muchísimas gracias por esa experiencia, con mucho gusto. Buenos días.

Anexo C.

Tercera entrevista: Gabriel Campos

Lorena Chala: Nos encontramos en las instalaciones de la empresa Coffeeland. Con el señor Gabriel Campos, Gabriel, nosotros somos estudiantes de la Maestría en Administración de Organizaciones de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD-, y nos encontramos desarrollada una investigación para el trabajo de grado con el propósito de identificar las prácticas organizacionales que llevan al éxito o al fracaso de las empresas en el municipio de La Plata Huila.

Lida Rivera: Esta entrevista es parte del trabajo de campo que la compañera mencionaba, entonces queremos pedirle la autorización para entrevistarlo y hacer uso de sus datos sólo para efectos académicos.

Gabriel Campos: Mucho gusto.

Lida Rivera: Muchas gracias, bueno, entonces cuéntenos don Gabriel, quién es Gabriel Campos, la historia de Coffiland ¿hace cuánto se encuentra constituido?, ¿a qué se dedican?

Gabriel Campos: Bueno, pues como lo dicen aquí anteriormente mi nombre es Gabriel Ernesto Campo Alvira. Yo soy Plateño, nací aquí en el año 1983, pues hoy el representante legal de esta empresa Coffeeland SAS. Cafetero de cuna ricamente, nací entre cafetales y me crié entre cafetales, y esa ha sido como el proyecto de vida que he podido desarrollar con mi familia. Yo soy Ingeniero Agropecuario de la Universidad del Cauca, trabajé en el Comité de Cafeteros por 8 años. Posteriormente me retiré, trabajé en la finca liderando el proceso de la empresa un año. También trabajé como jefe de la Unidad de Desarrollo en la alcaldía del municipio y posteriormente me dediqué tiempo completo a la empresa en donde estamos actualmente. Coffeeland nació en el año 2013, 21 de enero del 2013, cuando la Cámara de Comercio, a través de un proyecto de Fondo

Emprender, digamos en compañía del SENA y varias instituciones hemos logrado consolidar la empresa y llevarla, pues digamos un reconocimiento no solamente a nivel municipal departamental, sino también a nivel, digamos en el extranjero. Normalmente nosotros nos encontramos exportando café a algunos países como Arabia Saudita, Estados Unidos, Canadá y el ejercicio que hemos hecho es netamente familiar, es una empresa constituida en su totalidad, digámoslo así en la parte administrativa por la familia.

Lorena Chala: Bueno Gabriel son casi ya 10 años de estar ejerciendo esa actividad económica. Quisiéramos saber entonces ¿cuáles son esos factores determinantes para el éxito de esta empresa?

Gabriel Campos: Creo que la parte organizacional, la parte administrativa que le impulsan a uno desde la Universidad. Desde la familia, inclusive en mis abuelos, con él tuve la fortuna, tenemos unos abuelos que me brindaron que llama esa crianza de una forma ordenada, organizada y siempre como proyectándose al futuro y proyectándose, digamos, a las a las cosas que pueden pasar. Mi abuelo fue un cafetero, empezó siendo jornalero y digamos que hizo una familia muy reconocida aquí en La Plata en la vereda Segoviana, posteriormente mi papá también sigue esa línea de negocio, pero ellos no tenían. Esa, digamos, estudio de esa formación profesional en la parte administrativa, en la parte comercial, en la parte financiera, simplemente se dedicaban a producir y a vender el café internamente acá en localmente. Cuando entró estaba en la siguiente generación a ser el tema de seguir en el negocio cafetero con esa actividad económica tenemos esa visión ya no de venderlo localmente, sino llevando al exterior. Esa parte administrativa comienza a formarse desde la legalización de la empresa en Cámara de Comercio. Nos ayudaron a sacar las políticas de la empresa, la misión, la visión en ese tiempo la empresa era unipersonal y solamente estaba liderada por mí. Yo fui quién creó la empresa como tal, pero a medida que va pasando el tiempo y que la transcurriendo, el desarrollo de la misma se va dando cuenta uno que no puede hacerlo todo

solo. Es necesario contar con un equipo, y comenzar a generar, digamos que nos permitan organizar la parte contable, la parte financiera, la parte comercial a es ahí cuando comienzan a entrar todos nuestros familiares, entonces.

Lorena Chala: Con sus conocimientos, sus habilidades

Gabriel Campos: Mi esposa, entonces ella realiza la parte administrativa y financiera, es la gerente administrativa y financiera en este momento. Ella ingresa en el momento que creamos la empresa, fue la primera persona que digamos se vinculó como tal al proyecto y ha venido desarrollando su rol hasta digamos encajar en lo que está actualmente. Posteriormente mi cuñado Gonzalo que también es socio de una finca que tenemos en Paicol, una finca cafetera, el emigra a Australia y conoce, digamos, las bondades del café, pero desde el otro desde el otro lado, pues ya otro punto de vista y es uno de los que impulsa, digamos más, el tema en la exportación. Allá conoce a su esposa que no es australiana, es canadiense. Ellos viajan para Canadá y en Canadá, ya crean otra empresa que se llama Charlos Coffe, entonces prácticamente tenemos la cadena como cualquier cafetero la quisiera tener, desde la producción hasta la venta a las tostadoras. Ese digamos, ese boom que tiene la empresa de poder tener un colombiano en el exterior que es Gonzalo vendiendo café nos dio digamos esa posibilidad de comenzar a enviar los primeros kilos. Gonzalo entra hacer parte de logística, la parte de ventas y la parte como un lobby como la que se ve allá en el exterior es muy interesante lo que cuenta, por lo menos deberían colombiano que recoge un café en puerto prácticamente el en su carro y va y lo entrega del hombro a un tostado. Entonces eso es muy innovador, es muy poco común. Faiber posteriormente entra en la parte de captación, eres el jefe de calidad que mira todos los procesos de cata, de análisis físico y organoléptico. Es otro cuñado. La esposa de Faiber también contadora, y ella ejerce la parte contable, es la que hace la labor contable de la empresa. Entonces digamos, Diego Fernando, que

este momento está en Australia, el viaje para Australia hace 3 meses, él es ingeniero de alimentos y él maneja todo lo que tiene que estar relacionado con procesos de maquila, su capacidad que tiene el, de darle un sabor específico a cada taza, porque el portafolio del café también tiene que abrirse. No es el mismo café que tomábamos hace 20 o 30 años, ya comienzan a verse cafés de diferentes sabores, diferentes olores, diferentes colores, inclusive físicamente eso lo hace el y nos permite a nosotros también ampliar el portafolio de servicios para los clientes que tenemos actualmente. Y la esposa de el que también está en la empresa, maneja toda la parte de registro. Entonces miren cómo hemos logrado meter toda la familia, esa generación que venía, digamos, cuarta generación y actualmente la quinta generación, que son mis hijos y los hijos de mis cuñados, ya comienzan también a meterse en el mundo del café, Diego Alejandro, que es una persona muy inquieta, también nosotros vamos hasta este producto que es el café verde o café oro que le llaman en algunos países, que es el que exportábamos nosotros. Mi hijo dijo papa, yo no lo quiero manejar así, yo lo quiero manejar tostado, pues yo voy a ir un poquito más allá, mi otra hija que es Valeria y Tatiana. Si tienes papá, yo quiero viajar al exterior, pero para colocar una tienda del café que nosotros producimos en la finca. Es un ejercicio que viene prácticamente de generación en generación y la parte organizativa y administrativa es muy importante para poder darle esa catapulta a la empresa.

Lida Rivera: Que historia tan bonita, de verdad para uno es satisfactorio, saber que los plateños se ven en todas partes del mundo, de verdad que sí, en nombre de dios les va continuar yendo muy bien. Cuéntenos a nivel de gestión empresarial que considera usted como ventajas y desventajas con respecto al género, para un hombre o una mujer entrar en el mercado sostenerse en el mercado, que ventajas y desventajas tienen.

Gabriel Campos: En la actualidad yo creería que estamos en igualdad de condiciones, yo conozco a muchas mujeres en este gremio cafetero, muy pilas, muy trabajadoras, muy emprendedoras inclusive que trabajaron conmigo en empresas que yo he trabajado, creería yo tienen más capacidad que muchos hombres, esa facilidad en la parte financiera, uno como hombre a veces trata de gastar más de lo debido y a veces en la parte organizacional, mi esposa es más estricta, más medida, creería que no hay ninguna ventaja o desventaja, todos estamos en igualdad de condiciones. Hay mujeres en el gremio muy echadas para delante, con cafés posicionados en una parte muy amplia.

Lorena Chala: Usted Gabriel se ha sentido sesgado en oportunidad frente a las mujeres

Gabriel Campos: No, no, ningún momento yo creería que es un complemento muy bien porque creo que igual todas las personas tenemos una forma de pensar diferente. Todos tenemos unas proyecciones diferentes, pero pues siempre hace falta esa persona que lo haga sentir a uno, aunque lo acomode, digamos a las circunstancias. Es más bien no lo vería como una competencia, sino como un complemento.

Lida Rivera: ¿Conoce estrategias de fomento para la sostenibilidad de las empresas?

Gabriel Campos: Son bastantes, lo que pasa es que muchas veces nos centramos en el negocio, nos quedamos acá en la oficina, en el quehacer del día y nos dejamos llevar por la rutina, pero dentro de las cosas que yo hago como representante legal es precisamente eso, estar buscando salidas, perdón donde yo pueda digamos invertir o dónde puedo obtener recursos para poder hacer crecer más la empresa del negocio como tal. El año pasado participamos en una convocatoria de la Cámara de Comercio que hizo con el Ministerio de las TIC. Se llama Colombia INNOVA, hicimos una alianza a nivel departamental con cuatro asociaciones de acá del departamento en Neiva, Pitalito, Aipe y logramos sacar un proyecto de innovación. Hoy en día la innovación en la

parte tecnológica hay que aprovecharla bastante, porque eso es en cierta forma una de las de las ventajas que tenemos en la actualidad para poder nosotros escalar. Logramos sacar ese proyecto, es un proyecto bien interesante, más o menos de unos 150 millones de pesos para la alianza, donde nos entregaron unos tanques inteligentes que es otra cosa que los cafeteros actualmente no conocen, es ir a la vanguardia de la tecnología con estos celulares, con toda esta tecnología que tenemos, el Instagram y Facebook, todo eso hay que aprovecharlo y todo eso hoy en día me está dando la posibilidad de conseguir más clientes. De dar a conocer más de nuestro producto, ahí hay una anécdota bien interesante con Instagram, Gonzalo cuando hizo sus primeras importaciones en Canadá de café y comenzó a publicar fotos, en estas redes sociales y través del Instagram de una empresa que se llama el Camel Steel, es una empresa de Arabia Saudita que está en crecimiento, logró contactar, dijeron venga, me gusta su historia, quiero conocer un poquito más de ustedes, Gonzalo le envió alguna información, enviamos unas muestras de café. A los poquitos días la empresa nos dijo necesito tantos sacos de café y ustedes hoy es uno de los mejores clientes que tenemos y prácticamente los más grandes que está creciendo, a medida que va creciendo nuestra empresa igualmente. Eso, digamos, son estrategias que toca, pues qué diría yo que cada emprendedor, todos los emprendedores deberían de tener en cuenta y hay que estar buscando Cámara de Comercio, gobernación, alcaldías, vincularse a todas estas convocatorias. Mi hijo está ahorita en este proyecto de AVANCA, hacia eso hay, que pasar BANCOLDEX, perdón, son empresas que le permiten a uno obtener recursos para crecer a medida que lo van a necesitar.

Lida Rivera: Dentro de estas estrategias que nos comenta, hay alguna diferenciación entre hombre y mujer que diga esta, esta propuesta es sólo para mujeres o usted encontrado que haya igualdad de género.

Gabriel Campos: Yo siempre he encontrado igualdad de género, con Colombia Innova con la asociación los PINOS, es liderada por una caficultura de Neiva. Diría que muy, muy inteligente, también muy pila. Entonces no veo ninguna restricción.

Lida Rivera: Ni ningún incentivo por ser mujer que le digan, bueno, este proyecto es sólo para mujeres.

Gabriel Campos: Hay programas exclusivos para mujeres cafeteras, pero este se hizo para impulsar, digamos, para hacerlas más visibles, porque en el gremio históricamente habla del cafetero. La cafetera era muy poco lo que lo que se hablaba, actualmente, varias empresas a nivel internacional vieron como esa necesidad de incentivar un poco más a esas mujeres del campo. Yo conocí ese proyecto cuando nació aquí en La Plata, Huila con 300 mujeres cafeteras, la llevamos a formar, a buscar las personas y hoy es uno de los más reconocidos que es Las Rosas Coffee.

Lorena Chala: Pero es más de sensibilidad. De sensibilización, de impulsarla.

Gabriel Campos: De hecho, hay personas, digamos que las mujeres que han fallecido y los que siguen el camino son los hombres, tienen la posibilidad de seguir allí. No hay ninguna restricción.

Lorena Chala: Perfecto, pues Gabriel, nosotros le agradecemos mucho, aparte de que es una historia de vida muy bonita, empresarial que vincula a la familia que vincula a esa herencia, digamos cultural a los hijos, a los nietos en no sé es muy importante esa información para esta investigación, entonces le agradecemos de antemano la disposición y el tiempo que nos ha brindado el día de hoy. Gracias

Anexo D.

Cuarta entrevista: Sonia Patricia Rivera

Lida Rivera: Buenos días, Sonia Patricia, muchísimas gracias por darme la entrada a esta oficina suya y poder socializar un poco de que lo que hace y qué va a ser de gran utilidad para nuestra maestría.

Lorena Chala: Sonia, nosotros somos estudiantes de la maestría en Administración. De la Universidad abierta y a Distancia-UNAD-, y es fundamental para poder nosotros formular algunas estrategias que van a ser de utilidad para las empresas lideradas por mujeres en el occidente del Huila.

Lida Rivera: La información que vamos a recolectar solamente tendrá fines académicos. Pero queremos su consentimiento frente al uso de su imagen y de sus datos en nuestro proyecto de grado.

Sonia Patricia Claro que sí tienen autorización.

Lida Rivera: Muchas gracias. Entonces iniciemos Sonia cuéntanos ¿quién es Sonia Patricia? ¿Qué empresa tiene?, desde hace ¿cuánto está constituida?:

Sonia Ledesma: Bueno, pues mi nombre completo es una Sonia Patricia Rivera Ledesma. Soy Contadora Pública de profesión en el año 1999. Fundé Accesorios y Asesorías, una empresa que tenía por finalidad la venta de equipos tecnológicos, la parte de papelería, los insumos de papelería y además queríamos enfocarnos especialmente en el suministro y dotación para los establecimientos educativos. Entonces fue así que nacieron Accesorios y Asesorías con muchas ideas que queríamos hacerlas o plasmarlas y pues así fue como nos hemos sostenido en el mercado.

Lida Rivera: Qué bien felicitaciones de antemano porque ya son 23 años, que han estado en el mercado de este municipio de La Plata

Sonia Ledesma: Sí, yo siempre he dicho que crear una empresa muy fácil, porque uno la crea en menos de 8 días, ya tiene todos los documentos legales, pero sostenerla en el mercado es lo difícil y gracias a Dios hemos estado 23 años aquí en el municipio de La Plata y también hemos prestado nuestros servicios a otros municipios en general.

Lorena Chala: Sonia son 23 años. ¿Cuáles son los factores que consideran determinantes en el éxito o fracaso de las empresas?

Sonia Ledesma: Bueno, pienso que uno de los factores más importantes es la dedicación, la disciplina, la responsabilidad ante la comunidad, ante los clientes y también vender productos de calidad, pero pienso que la disciplina es uno de los factores más importantes en el éxito de una empresa.

Lida Rivera: Y en términos de gestión empresarial se considera que existen algunas desventajas de las mujeres frente a los hombres.

Sonia Ledesma: En mi caso, no, no he visto esa esa línea marcada entre pronto hombres y mujeres. Consideró que tanto los hombres como las mujeres tenemos las mismas capacidades y las mismas oportunidades y el medio nos brinda todas las herramientas para para progresar, para generar empleo, empleo y generar empresa.

Lorena Chala: O sea, que podemos concluir que en cuanto a ventajas y desventajas son las mismas para todos los géneros.

Sonia Ledesma: Si, para generar empresa son las mismas, de pronto si hay una desventaja de las mujeres para cuando son empleados, de pronto por la parte de licencias de maternidad y toda esa esas cuestiones de tormenta, pero para crear la empresa tenemos las mismas oportunidades.

Lida Rivera: En el sector económico. ¿Que usted participa? Que es el comercio de la papelería. El género tiene influencia en la gestión.

Sonia Ledesma: No pienso que las mujeres también tenemos muchas ventajas, especialmente que somos muy organizadas. De pronto eso nos caracteriza un poco de los hombres, algunos también son muy organizados, pero pienso que no, que tenemos las mismas oportunidades.

Lorena Chala: Conoce algunas políticas, estrategias de fomento empresarial, del sector público o privado. Para las mujeres en el sector que se está volviendo en estos momentos.

Sonia Ledesma: Pues hay bandas varios apoyos del Estado, especialmente bueno uno que conocemos mucho del Fondo Emprender que, pues hasta el momento no he hecho, no me he postulado, pero conozco varios compañeros o amigos que han postulado y ha sido un éxito ese Fondo Emprender, pero también en el gobierno tenemos unas oportunidades para los empresarios, especialmente el descuento que nos hacen el aporte de salud para nosotros los empleadores, si contratamos a más de 2 empleados. Esto es una ventaja grande porque nos ayuda a crear empleo y a los ayudó también económicamente. También el conocido PAET es un beneficio que nació en el año 2020 a raíz de la pandemia donde el gobierno nos daba subsidios por la generación de empleo y hasta ahora se mantienen y especialmente con la creación de empleos nuevos modales 25% de esos salarios. Entonces hay que hacer el proceso y eso es real esa porque son verídicos.

Lida Rivera: Ah bueno, muchísimas gracias por atendernos nuevamente y con todos sus. Conocimientos que hoy nos da para el desempeño de nuestra Maestría, muchísimas gracias.

Anexo E

Entrevista cinco: Ángela María Mónica Rocío Perdomo Tejada

Lida Rivera: Bueno, muy buenos días nos encontramos en la empresa la Casa del Estudiante con su representante legal, Ángela María Mónica Rocío Perdomo Tejada. Buenos días, Ángela, somos estudiantes de la Universidad de la Maestría en Administración de Organizaciones de la Universidad Nacional abierta y a Distancia-UNAD- y estamos realizando un trabajo de grado que tiene como propósito identificar las prácticas que influyeron en el éxito o fracaso de las empresas en el municipio de la plata.

Lorena Chala: Bueno, para realizar este trabajo de campo hemos decidido hacer unas entrevistas a mujeres exitosas como usted en su empresa y queremos contar con su autorización para el uso de esta grabación y los datos personales sólo para efectos académicos.

Ángela Perdomo: Ok correcto autorizo todo.

Lida Rivera: Todos muchísimas gracias, entonces Ángela, cuéntenos ¿quién es Ángela María, Mónica Rocío Perdomo Tejada?, cuéntenos la historia de la Casa del Estudiante ¿hace cuántos años están aquí posicionados en el municipio de La Plata?

Ángela Perdomo: Bueno, nosotros somos una familia venida de profesores, mi mamá y mi papá son profesores. Ellos iniciaron, pero no estuvieron satisfechos con esa labor y al comenzar renunciaron del magisterio y comenzaron a trabajar con la parte comercial. A mi papá le gustaba muchísimo, mi mamá es una gran vendedora, una excelente vendedora y comenzaron a vender libros, hace 45 años comenzaron en el parque, en donde ahora se encuentra Foto Arte. Ahí se comenzó el local y vendían libros al principio, pues se pidieron muchos, no se vendieron y tocó vender puerta a puerta y con su gran emprendimiento en su gran fortaleza comenzaron este negocio. Después de unos años se pasó en lo que hoy se encuentra como Primitivo Lozada. Ahí

estuvo otro tiempo, otros años y en los años 80 se compró lo que hoy se encuentra como la casa del estudiante se comenzó a construir en el 81. Comenzamos el almacén la Casa del Estudiante donde nosotros crecimos, fuimos acompañantes en toda esta labor que nos encanta, por eso yo creo que estoy acá, me encanta la labor de saber del colegio, de saber, de educación, de saber que se está trabajando y se está dando empleo a muchas mujeres en su mayoría. Y en este punto llevamos desde el 81 hasta esta fecha. Nosotros tenemos una papelería, tenemos desarrollo de producto con este punto también tenemos toda la parte de calzado para que los padres no tengan que ir a buscar a otros lados todo lo que es del colegio, sino que lo encuentren acá con nosotros, porque pues un pueblo sin educación, no tiene futuro. Yo aparezco de nuevo en el año 2009. Mis papás iban a cerrar, pues porque ya estaba muy cansado del tema, los años ya querían descansar y pues entonces si van a vender. Pero aparezco yo en el 2009 con mi esposo y comenzamos aquí a darle un resurgir de nuevo a la casa del estudiante desde el 2009 estamos. Agradecida con Dios porque en la pandemia no tuvimos que salir de ningún empleado, tengo unos empleados excelentes, todo un acompañamiento de mis padres en toda la parte laboral. Y en cada cosa que hacemos con la experiencia de ellos contamos y pues hemos triunfado gracias a Dios y vamos trabajando fuertemente para tener un mejor desarrollo, para tanto para el municipio como para Colombia.

Lorena Chala: Qué bien bueno Ángela, cuéntenos ¿cuáles son esos factores que considera determinantes en el éxito y/o fracaso de las empresas?

Ángela Perdomo: Un determinante, muy, muy fuerte es el personal. Todo el talento humano es una parte muy fuerte. Nosotros tenemos en este momento empleados que ya están pensionados, llevan 40 años con nosotros, tenemos otros que llevan 20, otros que llevan 10 años y son muy buenos todos. El talento humano es una fuente muy fuerte. De la empresa sin ellos no se podría

trabajar, yo lo tengo muy claro. Nosotros tratamos de conseguir siempre los mejores y creo que los tenemos. Esa es una fuente de fracaso o de éxito de la empresa.

Lida Rivera: Genial, muchas gracias. Bueno, en términos de gestión empresarial, usted considera que el género, la mujer o el hombre tienen algunas ventajas o desventajas en la gestión comercial

Ángela Perdomo: En la gestión comercial se tiene desventajas y ventajas. Primero porque el hombre es muy práctico y la mujer es muy detallista. Entonces que se vio en esta empresa, estaba mi papá y mi mamá. Había un equilibrio tanto de hombre como de mujer. Los hombres son muy dados a ver hacia el futuro, arriesgarse un poco más y las mujeres somos más detallistas y logramos consolidar y estar pendiente de cada cosita que la empresa necesita. Entonces, por ejemplo, mi papá que hacía todos los pedidos, y se arriesgaba a nuevas zonas y mi mamá le colaboraba haciendo toda la parte de ventas y logrando conseguir estos clientes y pues el manejo del cliente es una cosa que se debe manejar muy bien, porque el cliente es nuestro, nuestro sistema como el cuento para poder avanzar.

Lorena Chala: Bueno, Ángela y en cuanto en cuanto a la influencia del género, ¿usted cree que algún sector económico que realicé de pronto usted se ha visto afectada por ser mujer? o ¿ha perdido oportunidades frente a los hombres?

Ángela Perdomo: Pues inicialmente yo, de base estudié ingeniería electrónica, cuando yo ingresé a Ingeniería Electrónica, éramos cuatro mujeres y el resto hombres. En esa línea tecnológica así se ha visto, he visto mucha diferencia entre hombres y mujeres. Aquí en el pueblo se maneja mucho más la mujer como empresaria y la mujer cómo participante de las ventas. Entonces a nivel nacional, en la parte tecnológica sí está muy arraigado el hombre. En la parte de ventas, yo pienso que el don de la mujer da más para las ventas.

Lida Rivera: Perfecto ¿conoce también estrategias del sector público y del sector privado, en donde las mujeres reciban beneficios por el hecho de ser mujeres?

Ángela Perdomo: Sí, bueno, con la Cámara de Comercio, nosotros hemos trabajado muy de cerca, hay una línea que apoya a mujeres con el SENA. También hay una línea que apoya mujeres, a nivel nacional, me refiero en este momento al gobierno Duque que en pandemia nos apoyó con un porcentaje de los salarios, para sostenerlo durante unos 7 meses con un porcentaje, pero también hay una línea mujer en donde se pueden presentar tanto en tecnología como en marketing, para poder desarrollar proyectos en escalas más grandes, como páginas web, como comercio electrónico toda esa parte hay una línea que ofrece el gobierno y pues que yo la he conocido, no sé qué otras líneas puede atender esa línea es dedicada a la mujer.

Lida Rivera: Total. O sea que podemos decir que el género de mujer sí influye porque tenemos ciertas ventajas, en las estrategias del Gobierno para impulsar en beneficio y el fomento a la mujer.

Ángela Perdomo: En la línea gobierno hay una línea especial sólo para mujeres, que pasa muchas veces que no las buscamos y por eso muchas veces se los llevan otros departamentos. Yo defiendo mucho los gobiernos porque es que resulta que nosotros no somos por el gobierno, nosotros tenemos que hacer nuestra parte, hay muchas líneas de crédito y muchas líneas de incentivos que existen tanto para mujeres como mixtas, pero que, si no las buscamos, pues obviamente no nos van a llegar hasta aquí está nuestro pueblo.

Lida Rivera: Bueno, agradecerle la atención que nos da, felicitarla por continuar con el legado de sus padres es una historia que para nuestros hijos también es de gran importancia porque como padres. Hacemos todo para crear un negocio. Y, lo ideal sería que los hijos los fortalecieran y lo hicieran crecer como usted lo hizo con la Casa del Estudiante

Ángela Perdomo: No gracias a ustedes por su tiempo y pues esperemos que esto les llegue a algunas personas y que logre para que este pueblo surja, La Plata como tercera economía del Huila.

Muchas gracias. Gracias.

Anexo F.

Entrevista seis: Mariela Ubajoa.

Lorena Chala: Buenos días hoy desde la empresa Distribuidora de Occidente con la señora Mariela Ubajoa Avilés. Marielita nosotros somos estudiantes de la Maestría en Administración de Organizaciones de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD- nos encontramos realizando un trabajo de grado que tiene como propósito identificar esas prácticas organizacionales que influyen en el éxito y fracaso de las empresas en el municipio de La Plata. Bienvenida.

Mariela Ubajoa: Muchas gracias.

Lida Rivera Dentro de nuestro trabajo de grado tenemos en la parte de campo que es hacer entrevistas a mujeres exitosas como usted en los negocios en el sector comercio, entonces queríamos pedirle si nos autoriza el uso de esta entrevista, así como sus datos para fines académicos.

Mariela Ubajoa: Sí, con mucho gusto, muchísimas gracias.

Lida Rivera: Entonces doña María, cuéntenos, quién es Marielita Ubajoa, háblenos de la historia de Distribuidora Occidente cuéntenos más acerca de todo este gran negocio.

Mariela Ubajoa: La Distribuidora de Occidente nació hace 72 años, inicio esta labor comercial mi padre. Mi padre falleció, dejó ese legado a mi madre y luego continuó, hace 25 años. Cómo inició, inició como una tienda pequeña de barrio, posteriormente mi madre creció mucho el negocio, puesto que en esa época se vivía café y no había compradores muchos en el municipio. Mi madre, incursiones de negocio y de esa forma sus ventas se presentaron porque ya tuvo otro ingreso a la modalidad comercial y de ahí surgió un nuevo imperio comercial. Fue ya trasladarse a esta esquina de la calle sexta, donde con los años acabó con la tradición de la casa viejita y construyó la edificación que hoy tenemos para el servicio de nuestra comunidad. Así fue como mi madre nos

dejó este gran legado comercial un emporio que en este año vamos a celebrar 72 años de vida. Se me corta la voz que pena, pero es el recuerdo. Y hoy en día la empresa la hemos tratado de subir más, de elevar nuestros niveles comerciales, puesto que yo ya le empresa un aire más fresco, un aire de donde se llevaron a cabo muchos cambios en la estructura, tanto de la edificación como la estructura organizacional de la empresa. Mi madre me dejó con 5 empleados y hoy en día cuenta con 13 empleados. Esto implica haber dado un desarrollo grande al municipio, esto implica. Tener una nómina muy grande para ustedes que están recibiendo esta charla pequeña, les cuento que estamos completamente organizados, pertenecemos al grupo de nuestra empresa. Yo creo que una de las más organizadas porque contamos con todo el recurso humano y una contadora eficiente donde hacemos caso a todas las modalidades nuevas que implica la parte comercial. También les cuento, perdón. Que somos competitivos. En el mercado no hemos cambiado la razón de atender personalizada mente a la gente, tratamos de hacerlo porque nuestro equipo humano. Tenemos con nuestro equipo humano, perdón, tenemos la facilidad de llegar como al corazón de la persona, de tratar bien al cliente, decirle que quiere buenos días, cómo estás, por qué no ha vuelto eso es un valor agregado que le hemos colocado a nuestra labor comercial y fuera de eso tenemos para para para satisfacerme más a mí tengo un legado de niñas muy bonitas, una niña que atienden bien al cliente, tenemos también una carga de empleados hombres que son los que atienden ya la carga pesada de la empresa. Esto ha facilitado la labor diaria de nuestra empresa porque esta empresa eh. Como ustedes saben 72 años de experiencia, nos da para posicionarnos en el mercado municipal, no hacemos competencia con nadie tratado y lo trato de decir a mis empleados somos nosotros y no es la empresa del otro, no miremos en el otro, sino fijémonos en nuestra empresa, acrecentamos todos los días, crezcamos con valores tanto morales como comerciales.

Lorena Chala: Qué bien, excelente Marielita ¿cuáles son los factores que usted considera determinantes en el éxito o fracaso de las empresas hoy en día?

Mariela Ubajoa: Hoy en día por ser tan competitivos Lorenita y mí doctora y debemos ser muy responsables, debemos ser muy honesto, debemos ser muy exigentes con el personal que ese personal sea idóneo, pero que también sea muy honrado, porque esa honradez se transmite al cliente. Esa idoneidad es lo que el cliente recibe, una buena calidad, un buen servicio y para mí lo más importante es puntual, ser honesta y responsable. Olvidarme de mi vida porque mi vida está aquí, en mi casa y mi trabajo está allá donde le debo a la gente le debo mi parte emocional y mi parte moral, a la gente, esa moralidad que tú le colocas a la empresa es el reflejo tuyo y se reflejó, va a ser un reflejo satisfactorio para el cliente, donde el cliente se siente bien atendido, donde el cliente encuentra el producto donde el cliente siente que le están satisfaciendo sus necesidades. Entonces estos pilares no se pueden olvidar. La honradez. El cumplimiento, la responsabilidad van por encima de todo lo demás.

Lida Rivera: Perfecto Marielita en términos de gestión empresarial ¿usted considera que existen ventajas y desventajas de género que tengamos algunas ventajas o desventajas las mujeres en el sector comercial?

Mariela Ubajoa: Pues yo pienso, que en un momento dado de nuestra historia, nosotras estábamos puestas para hacer bonitas para ser amas de casa y para ser buenas esposas y creativo, pero la vida moderna nos transformó y no si nos situó en un lugar privilegiado donde nosotras las mujeres, en este momento hemos ganado una batalla muy importante desde que se implementaron nuestros derechos, de ahí en adelante las mujeres hemos salido adelante con estudios, con trabajo y yo creo que es romper esa barrera ha hecho que las mujeres hoy en día estamos colocadas en muchos sitios importantes, no solamente la parte comercial, sino de la parte gubernamental y de todo el mundo

entero. Hoy mujeres como Margaret Thatcher, por ejemplo, que es un ejemplo de superación que nos dé un ejemplo grande, que es un ejemplo, un bastión de guerrera, ejemplo nos ha servido a muchas, para luchar y perseverar. El sueño comercial, entonces yo creo y estoy plenamente convencida que nadie nos ha cerrado la puerta, nosotras nos abrimos la puerta al éxito.

Lorena Chala: Marielita considera usted que desde algún sector económico se pueda visualizar que haya influencia de género, o sea visto en algún momento perjudicada en cuanto a oportunidades frente a los hombres.

Mariela Ubajoa: Pues no vuelvo a repetir lo que dije ya eso fue pasado ya hoy en día, nosotras mismas no permitimos que esa situación se nos llegue a nosotros, nosotras rompimos las barreras, nosotras estamos colocados en cualquier escenario político, en cualquier escenario comercial, en cualquier escenario de belleza. Estamos todas las mujeres metidas porque nos gusta y porque los otros señores, los que nos dé pronto nos miraban bien. Hoy se dieron cuenta que somos poderosas, que somos mujeres grandes.

Lida Rivera: Marianita ¿conoce estrategias de fomento tanto a nivel público como privado que fortalezcan el sector comercial?

Mariela Ubajoa: Sí. Hay muchas estrategias o entidades, más bien, por ejemplo, la Cámara de Comercio, mucha gente no cree y no ha entendido que nosotros tenemos a la mano una Cámara de Comercio que todos los días nos está brindando oportunidades de salir adelante, de conocer la estrategia comercial. Esa Cámara de Comercio es valedera, es muy buena, ofrece cursos, ofrece capacitaciones, el que de pronto no puede tener un contador personalizado lo puede conseguir a través de la Cámara de Comercio, entonces yo pienso que para nosotros los huilenses está la Cámara de Comercio que de pronto muchas personas no la conocen y sería bueno que estuvieran pendientes de todo lo que la. La Unidad Cameral le ofrece al comerciante.

Lida Rivera: Dentro de esas estrategias, hay algunas que estén solamente creadas para mujeres o hay igualdad.

Mariela Ubajoa: Hay igualdad, porque si tú vas a alguna capacitación a la Cámara, es tanto como señores como damas recibiendo la misma capacitación, entonces nos están abriendo un espacio muy grande a las damas, donde podemos incursionar en el negocio en el curso, en cualquier cosa, solamente que hay cursos destinados para mujeres, pero ya es una línea especializada, por ejemplo, las artes manuales, el arte de maquillar a alguna persona. Es un arte dedicado a la dama, pero en el contexto general eso está generalizado tanto para damas como para caballeros.

Lida Rivera: Bueno, Marielita, le agradecemos mucho el espacio que nos brindó abrirnos a casas las puertas de su casa, de su negocio, de su alma, porque vivimos. En esta entrevista que recordó el momento en que se fundó Distribuidora de Occidente, de su papá y el liderazgo de su mami y hoy en día. Y pues para fortuna de toda la familia, está Marielita a cargo de dicha empresa y es un gran ejemplo para todas las mujeres que estamos a su alrededor y sin más gracias.

Lorena Chala: La información más limitaba a ser utilizada con fines académicos y pues va a ser de gran relevancia para la investigación que estamos haciendo, entonces muchas gracias por esta oportunidad.

Mariela Ubajoa: Muchas gracias para ustedes y por sobre todo gracias por tenernos en cuenta y por mostrarle a la gente la capacidad humana que todas las mujeres tenemos. No es sólo Mariela por un legado moral que mi madre me dijo, si no todas las mujeres sabemos explotar esta parte humana que nosotros tenemos, todos podremos salir adelante, gracias a usted.

Entrevistas a empresarios que han cancelado matrícula mercantil

Anexo G.

Entrevista uno: Yefferson Osvaldo Trujillo Alvira

Lorena Chala: Nos encontramos con Yefferson Osvaldo Trujillo Alvira, buenos días, somos estudiantes de la Maestría en Administración de Organizaciones de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD- y nos encontramos realizando un trabajo de grado que tienen como propósito identificar las prácticas organizacionales que influyen en el éxito o fracaso de las empresas en el municipio de La Plata, Huila. Buenos días.

Lida Rivera: Muchas gracias por su disposición para conceder esta entrevista que es nuestro trabajo de campo para el proyecto de grado en la maestría que comentaba a mi compañera, queremos pedirle que si contamos con su autorización para el uso de esta entrevista y de sus datos sólo para efectos académicos.

Yefferson Trujillo: Si autorizo

Lida Rivera: Muchísimas gracias. Cuéntenos entonces, quién es Jefferson, que empresa constituyo, y qué tiempo duró, la historia de la empresa Sisternet.

Yefferson Trujillo: Jefferson, es una persona responsable, académicamente es un Ingeniero de Sistemas y eso fue lo que influyó mucho en la creación de la empresa. Es dar ese tratamiento técnico hacia los equipos mantenimiento, limpieza, actualización de software, instalación de software, trabajos especializados.

Lida Rivera: Cuando la creó y cuando canceló su matrícula

Yefferson Trujillo: La creó en el 2017 y la canceló en 2022

Lorena Chala: Jefferson, cuáles son esos factores que usted considera relevantes sobre determinantes en el éxito o cancelación de las empresas de nuestro municipio.

Yefferson Trujillo: Yo creo que un factor determinante es tener la capacitación acerca del manejo del área administrativa de la empresa. Y más que todo en el área financiera. El factor determinante del préstamo, que sepan, qué es lo que debe administrar, como administrar, llenar algunos folios, la parte contable también financiera, que es lo que recibe, qué es lo que hacen es uno de los factores determinantes.

Lorena Chala: Usted era el encargado de ejercer esta gestión administrativa, también.

Yefferson Trujillo: Si, yo era el encargado de administrar la parte contable, operativa de venta, uno de los factores determinantes en el fracaso.

Lida Rivera: Bueno, y qué consejo le daría a una persona que valla a constituir una empresa el día de hoy.

Yefferson Trujillo: Que se capacite mucho en la parte administrativa.

Lorena Chala: No es solo saber hacer de la parte operativa de un servicio o un producto, que es la parte de la gestión empresarial, del relacionamiento, la parte contable y la organización, El manejo de las redes sociales, en cuanto a las actividades de mercadeo, publicidad, todas esas actividades.

Yefferson Trujillo: Nos referimos a eso, hoy en día está marcando algo que se llama marketing digital, es todo lo que es prestar los servicios de manera digital, de manera tal que muchas más personas den a conocer la empresa, yo creo que toda persona debe conocer este tema ya hoy en día existe publicidad por proyecto, técnicas de presentación, sino que tenemos algo que se llama tecnologías de la información, más allá en este municipio y conoce nuestra empresa más allá. Algo para la capacitación que debe tener toda empresa de marketing digital, menos que sepa de qué se trata Facebook. Aparte, administrativa pero muy importante para el manejo la empresa. Lo operativo es importante, pero créeme que más lo importante es la parte de administrativa.

Lida Rivera: Ahora vamos hablar de género, usted considera que en el sector que usted pertenece existen ventajas y desventajas de los hombres respecto a las mujeres.

Yefferson Trujillo: No considero que exista una ventaja es que aquí es por igual, pero si ha habido afectado mucho sector, que no muchas mujeres quieren una carrera como ingeniería de sistemas, si vemos los factores de interés de ingeniería de sistemas hay más hombres que mujeres. No sé cuál es la razón, pero cuando yo estudio mi carrera era mucho más hombres que mujeres, 80% eran Hombres y 20% restante mujeres. No sé si es por el gusto a la carrera, no sé si es porque no sé qué factores influyen. Pero si se ve mucho ese ese aspecto. Una empresa de enfocar las tecnologías, que está más liderada por hombres que por mujeres.

Lorena Chala: En algún momento se ha visto afectado en oportunidades frente a las mujeres.

Yefferson Trujillo: No, yo considero que tanto hombres como mujeres están en la misma capacidad de crear una empresa.

Lida Rivera: Conoce usted estrategias de fomento todo empresarial

Yefferson Trujillo: Non haber, por el momento no las conozco y creo que es importante conocer.

Lida Rivera: Agradecemos mucho su tiempo y la colaboración con nuestro proyecto.

Yefferson Trujillo: Vale, muchas gracias por la invitación.

Anexo H.

Entrevista dos: Marlon Arias Nasayó

Lorena Chala: Nos encontramos con Marlon Arias más allá. Somos estudiantes de la Maestría en Administración de Organizaciones de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD- y estamos empezando el trabajo de grado como propósito, identificar las prácticas organizacionales que inciden en el éxito o fracaso de las empresas del Municipio de La Plata. Bienvenido y muchas gracias por acceder a esta entrevista.

Lida Rivera: Marlon como trabajo de campo para el proyecto de grado, estamos realizando estas entrevistas para conocer la perspectiva de los comerciantes. Esta entrevista y sus datos serán usados si usted así lo autoriza, es sólo para fines académicos y del proyecto de grado, queríamos saber si usted autoriza

Marlon Arias: Si autorizo.

Lida Rivera: Muchísimas gracias. Bueno Marlon Arias Nasayó, cuéntenos quién es Marlo que empresa tenía, cuéntenos la historia de la empresa cuando inició cuando terminó.

Marlon Arias: Listo mi nombre es Marlon Arias Nasayó yo soy arquitecto, tengo una especialización en Planeación Territorial. Actualmente trabajo como instructor en el SENA, la empresa que tenía se llamaba Serfor Comunicaciones era una empresa de venta de celulares, planes, minutos era en municipio de Nátaga Huila. Resulto de una propuesta de la necesidad que había en ese momento, que tenía el pueblo, de la falta que le hacía municipio de un buen servicio de telecomunicaciones, que no se encontraba venta de minutos. No había venta de celulares ni planes en ese momento, entonces se vio la oportunidad y se montó, pues la alternativa de negocio, al principio funcionó muy bien, fue un éxito en el inicio, pero ya después con toda la tecnología que llegó, empezó a llegar más competencia, empezó a haber más competencia en ese en ese

instante entonces yo en ese momento estaba estudiando también en Neiva. No estaba muy pendiente del negocio, se iba a ir al fin de semana, entonces no era, pues no estaba como metido de lleno en él negoció entonces también, pues fue como la parte que no hizo que no funcionará como él emprendimiento en ese en ese instante, en que fuera empezando a decaer en cuanto al servicio que se prestaba en ese momento y por eso ya después que termine la empresa o el emprendimiento como tal.

Lida Rivera: ¿En qué año?

Marlon Arias: Eso fue en el 97, ya cómo hasta el 2007, en los inicios bueno, muy buenos, fueron excelentes, pero ya después de mucha competencia ya el servicio que se prestaba como de tener un local donde se la gente iba a llamar, pues ya dejó de funcionar porque ya habían teléfonos celulares, ya que eso la gente a vender minutos, entonces ese proceso fue el que hizo que yo no tuviera una innovación yo en el momento para poder, sobresalir y salvar a la empresa.

Lorena Chala: Marlo ¿cuáles son esos factores determinantes que usted considera para el éxito o para el cierre de las empresas?

Marlon Arias: Bueno, el éxito depende mucho de la innovación que se tenga, de como nosotros proyectamos la empresa hacia futuro, porque no siempre tener una buena idea es tener un buen negocio, porque directamente la constancia, del mercado de la zona donde estemos también insertados. Pues la competencia, entonces también depende de si es que hay que ser innovadores que, cada día innovando, porque las cada día la tecnología, sobre todo en temas de tecnología. La tecnología ha avanzado muchísimo entonces, en este caso hay que ir cambiando y renovándose, porque si no hacemos eso, pues pasa lo que pasó, que no me funcionó como tal el proceso

Lida Rivera: Qué consejo le daría una persona que esté creando la empresa el día de hoy.

Marlon Arias: Bueno, como consejo, pues hay que ser muy constantes, hay que ser muy pues tenía como la idea muy clara y muy dedicado a en el negocio mientras se consolida y podemos decir, bueno, ya puedo dejar encargado, puedo dejar como saltar un poquito de negocio y de cambio también, pues a otras actividades que también dentro de la carrera. Pero pues si hay que estar muy pendiente del negocio, mientras que toma fuerza y se proyecta a hacia futuro.

Lida Rivera: Vamos ahora a pasarnos a un tema que es el género, hombres y mujeres. ¿Usted considera que el sector empresarial existe ventajas y desventajas de género?

Marlon Arias: Pues en ese momento no creería que hay como un desnivel en cuanto al género, sino que ya las mujeres están, yo creo que las mujeres en este momento los proyectos que más salen son de mujeres. Y el emprendimiento que ellas tienen mujeres cabeza de hogar o mujeres que ya vienen trabajando en ciertos proyectos y entonces se ve mucho en proyectos que las mujeres son las que son más juiciosas, son más delicadas, entonces yo creo que en este momento estamos como en igualdad de condiciones en cuanto a las oportunidades que tenemos en cuanto a los dos géneros.

Lorena Chala: Entonces este es el complemento a la pregunta que continuaba, si se había visto afectado en algún tipo de oportunidad frente a las mujeres.

Marlon Arias: No la verdad no hubo ninguna afectación, no me sentí tan poco, porque bueno, en el momento de la empresa la competencia era fue muy pareja, no hubo que fueran más hombres o mujeres, porque fue muy pareja y equitativa la competencia, pero creería que no fui afectado.

Lida Rivera: Conoce estrategia de fomento a nivel público y privado en que pueda hacer uso el sector comercio.

Marlon Arias: Sí, hay muchas entidades que prestan el servicio de apoyos, también hacen asesorías, hacen apoyos a los nuevos emprendimientos, pues esta Fondo Emprender del SENA.

Está también la Oficina de Competitividad de la Gobernación del Huila, Cámara de Comercio, bueno, hay muchísimas empresas que fomentan, en este momento están fomentando todos los emprendimientos, que están como generando ese apoyo para los que ya tienen esos emprendimientos andando, para que los fortalezcan y pues poderlos proyectar más hacia futuro, y poder generar buen rendimiento en cuanto a la generación de empleo.

Lida Rivera: Dentro de esas estrategias que nos ha comentado, considera que existen ciertos factores determinantes para el éxito de los proyectos presentados por mujeres.

Marlon Arias: Bueno, ahí lo determinante, es como el grado de innovación, como el plus que le deja cada emprendedor a su proyecto, puede ser mujer, puede ser hombre, pero se genera a partir de la diferencia que hacen con la competencia. Sí, porque pueden ser, por ejemplo, aquí las mujeres cafeteras, entonces ellas tienen su marca de propia, pero tiene también que diferenciarse de las otras empresas que ya tienen trayectorias y que, pues ahí pueden impulsar más ellas también por ser género, también pueden tener un mayor atractivo.

Lorena Chala: Pues hablándolo en otros términos el éxito, depende de su plan de negocio como está estructurado más no del género que lo esté liderando.

Marlon Arias: Sí, correcto, todo depende de cómo lo proyecte y como debe ser la proyección y como dijera, la parte de innovación tiene mucho que ver si porque es la parte fundamental de un buen proyecto, que sea llamativo, que la gente lo vea con buenos ojos, que le guste, no sólo la marca, sino que vayan y lo visiten y es una motivación más para para ese proceso.

Lorena Chala: Entonces le agradecemos por su tiempo, su disposición, por esa información y esa experiencia, pues nos ayudará mucho.

Anexo I.

Entrevista tres: Mario Montilla Cabrera

Lorena Chala: Buenos días. Hoy nos encontramos con Mario Montilla Cabrera, Mario, nosotras somos estudiantes de la Maestría en Administración de Organizaciones de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD. En estos momentos nos encontramos desarrollando, desarrollando un trabajo de grado, el cual tiene como propósito identificar esas prácticas organizacionales que influyen en el éxito o fracaso de las empresas en el municipio de La Plata.

Lida Rivera: Dentro del trabajo de campo que estamos realizando son precisamente estas entrevistas a personas que, como usted ha cancelado la matrícula mercantil, entonces queríamos como primera medida es solicitar su autorización para el uso de esta entrevista y de sus datos para fines académicos.

Mario Montilla Sí, claro, muchas gracias.

Lida Rivera: Gracias Mario, cuéntanos, entonces ¿cuál era la empresa que tenías cuando inició cuando terminó la historia de tu empresa? y ¿quién es Mario Montilla?

Mario Montilla: Bueno eh bueno mi nombre es María Montilla Cabrera soy Ingeniero Industrial. Pues ahora ya no Me dedico a la actividad de la empresa que cancele en aquel tiempo, esa empresa que fue creada una vez termine la Universidad. La cree pues en compañía con un hermano realmente, y fue como una de las primeras etapas en mi vida profesional, es una empresa enfocada a la telefonía celular y el servicio de internet básicamente, y digamos que la cancelación se dio más como por una etapa que se quemó en mi proceso de formación profesional. Fue más enfocado a eso, la empresa en su momento fue muy exitosa, porque también se dio o se tomó la decisión de cancelarla, pues si el mercado se llenó de empresas como esta, entonces las ventas empezaron también a bajar y pues el propósito mío en la vida profesional era otro, que después de esta

actividad yo emprendí en el sector petrolero y por eso también fue una de las de las razones por las cuales la empresa se dejó. La vendimos realmente esa empresa no se cerró en su totalidad, se vendió, los nuevos dueños, pues le cambiaron el nombre, pero pues siguieron con la actividad, ya bajo otra razón social Después básicamente lo que sucede.

Lida Rivera: ¿Cuál era el nombre de la empresa?

Mario Montilla: Certelco.

Lida Rivera: Certelco, si cancelo.

Mario Montilla: Certelco canceló, se vendieron todas las adecuaciones que se tenían los equipos, toda la indumentaria se vendió. Todo lo que estaba allí, pues se los llevaron los nuevos planes para otra, para otro espacio.

Lorena Chala: Bueno vale entonces, concretamente ¿cuáles serían entonces los factores que determinan para usted el éxito o el cierre de la empresa?

Mario Montilla: Depende de la proyección que tengan las personas si hay empresas que las crea uno como por ejemplo ahora con la empresa que vengo trabajando hace varios años, ya es algo más personal. El enfoque que uno les dé y la proyección que tenga, esa empresa que creamos en el momento, fue algo que inicie, digamos, como le dije ese momento por una etapa profesional que estaba iniciando sí y aprovechando que el mercado era muy bueno en su momento, porque pues no habían más más empresas de ese tipo acá prácticamente, yo fui al pionero de la telefonía celular aquí en el municipio de La Plata, entonces pues eso impulsó la empresa ya cuando se llegó a un punto en el cual empezó el descenso, pues uno mira otras alternativas, pero también el propósito que yo tenía como como profesional o en su formación, ya sea comerciante, como quiera que sea, es la proyección que se tenga, mi proyección incluso cuando me fui para el sector petrolero también era para estar unos años, lo hice, lo logré por otra meta cumplida para mí,

después de eso, pues ya vine a formar una buena alternativa, perdón estuve de gerente de una empresa de servicios públicos aquí en el municipio de La Plata durante cuatro años. Y allí pues se me ayudó, pues a fortalecer la idea que el propósito que yo tenía en una empresa enfocada a la parte civil, porque, aunque soy Ingeniero Industrial, siempre me ha gustado la parte civil y en eso es que me he venido desempeñando, entonces ya también tengo una empresa en la parte civil y en esa esa es la digamos como el cierre de mí de mi vida profesional y es donde pretendo pues pensionarme.

Lorena Chala: Entonces si en estos momentos hubiese una persona que quisiera formalizar, darle apertura a una empresa ¿qué recomendación le darías?

Mario Montilla: Pues al primero buscarse un buen asesor contable, porque pues con el tema tributario ahora, pues a la gente le da mucho temor crear empresa. De hecho, cuando yo fui a crear la mía, pues hubo mucha como resistencia de algunas personas cercanas por el tema tributario, que hay muchos impuestos que debe, bueno, en fin, son muchísimas cosas y si realmente es complicado, es bastante complejo ahora con esta nueva reforma, pues peor aún, pero pues para mí no fue impedimento, uno tiene que aprender a manejar todas las situaciones y pues cada situación trae consigo beneficios o también trae cosas en contra. Hay que aprovechar la situación y pues ya es la verriquera que uno tenga como persona, como profesional, incluso como empresario.

Lorena Chala: Muy bien.

Lida Rivera: Entonces, como le venía diciendo, vamos a cambiar el tema al género, ¿usted considera que existen ventajas y desventajas del hombre frente a la mujer en el área mercantil?

Mario Montilla: Pues nosotros estamos en un país realmente machista, aun cuando el Gobierno Nacional ha pretendido o ha venido haciendo muchos ejercicios con el ánimo de cambiar ese esquema, todavía es muy marcada, pues a nivel nacional han sacado pues normatividades en donde

cierta cantidad de mujeres deben hacer parte incluso de las administraciones a nivel nacional, regional y territorial. Entonces, eso ha generado, digamos, mucho más espacio para las mujeres. Lo ideal sería que hubiese como una equidad es difícil. Estamos en Colombia y Colombia, es un país machista, las mujeres tienen muchísimas capacidades, pero pues uno de hombre o los hombres en general siempre quieren estar, digamos, manejar un estatus y estar siempre como un nivel más superior que las mujeres, y aun cuando hay mujeres mucho más capaces que incluso algunos hombres. Pero si hay desigualdad en este momento hasta en la parte salarial.

Lorena Chala: Perfecto Mario, en cuanto a las oportunidades, algún momento en algún momento se ha visto afectado por ser hombre frente a una mujer en cuestión de oportunidades.

Mario Montilla: No realmente no que de pronto se haya presentado alguna situación, de ese tipo no.

Lida Rivera: Conoce usted algunas estrategias de fomento empresarial, tanto del sector público como privado.

Mario Montilla: Pues lo que les mencionaba hace un momento a nivel del Gobierno Nacional, se han implementado muchas estrategias con diferentes entidades, qué son del mismo Estado para fomentar o digamos en fortalecer el esquema de la mujer, básicamente.

Lida Rivera: Bueno Mario, muchísimas gracias por su tiempo, por su aporte, para nuestro proyecto de grado.

Mario Montilla: Y éxito. Gracias.

Anexo J.

Entrevista cuatro: Tania Marcela Muñoz

Lorena Chala: Bueno, hoy nos encontramos con la empresaria Tania Marcela Muñoz, de aquí del municipio de La Plata. Tania, buenas tardes. Nosotras somos estudiantes de la Maestría en Administración de Organizaciones de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD- y nos encontramos en este momento realizando el trabajo de grado que tiene como propósito identificar esas prácticas organizacionales que influyeron en el éxito o en el fracaso de las empresas en el municipio de La Plata.

Tania Muñoz: Muy buenas tardes Lorena

Lida Rivera: Buenas tardes doctora, buenas tardes Tania, agradecerle que nos haya abierto las puertas y que nos haya brindado este espacio para poder conocer un poquito más de la de su empresa de la empresa que cerró, como de la empresa actual que tiene y poder conocer su punto de vista frente a él generó toda la parte empresarial para nosotros poder desarrollar el trabajo, el proyecto de grado, decidimos hacer estas entrevistas queríamos contar con su autorización para poderla grabar, hacer uso de su imagen y de sus datos.

Tania Muñoz: Ok actualizadas.

Lida Rivera: Muchas gracias. Bueno, Tania cuéntenos entonces, quién es Tania, qué empresa ha tenido que haya iniciado actividades, pero a su vez también haya cancelado, cerrado, liquidado su Cámara, su razón social.

Tania Muñoz: Bueno, buenas tardes, mi nombre es Tania Marcela Muñoz, pues soy Administradora de Empresas con Especialización en Mercadeo. Nos ha gustado siempre en la parte familiar con mi esposo, bien es emprender sí, siempre nos ha gustado hacer, digamos como pequeños hitos que aquí vamos a emprender acá porque allá, pero pues yo siempre digo uno no

puede meterse en todo porque hay que analizar las cosas. Analizar el mercado, cierto, los pros, los contras y de todas maneras, mirar un poquito de la factibilidad que tiene la idea de negocio que uno tenga el proyecto que tenga para futuro. En este caso vamos a hablar de una empresa que nosotros cerramos ya hace unos años se llamaba agropecuaria el Porvenir, se dedicaba a la cría y levante de gallinas ponedoras y la venta de huevos. Bueno dice qué factores inciden en el éxito o fracaso de una empresa, consideró que hay factores de 2 tipos internos y externos. En la parte interna, pues nosotros que analizamos la empresa, cierto, el personal para trabajar es muy complicado porque puede ser una granja, queda un poco lejos de acá. Entonces el personal debía vivir en la granja, entonces ya empieza a haber, digamos, allí las dificultades, quién se hacía cargo de la parte veterinaria, era mi cuñado y pues el falleció entonces, por ahí ya empezaron más las dificultades, porque mi esposo y yo, pues sí apoyamos en la empresa, pero pues estábamos en otros temas, nosotros en otras empresas que también teníamos en el mismo momento. Entonces, esos factores influyen muchísimos factores externos, como la competencia, ya empezó pues muchas digamos como un micro empresas como los campesinos a tener que sí gallinitas 50 gallinitas, entonces ya ellos de pronto tenían un apoyo del Gobierno, bueno que se yo no echaban números, como decimos nosotros coloquialmente y nos acaban costos, cosa que, si nos toca hacer a nosotros porque teníamos 12.000 aves, entonces era complicado, el tema del concentrado empezó a tener muchas alzas. Por el tema de la importación de la materia prima para la fabricación del concentrado, entonces todas esas cosas hacen que, en un momento determinado, analizamos la empresa y resulta que ya no estaba haciendo rentable.

Lorena Chala: O sea, usted cree que considera que ¿fueron más factores externos que internos?

Tania Muñoz: Y digamos que, si se sumaron, fue la suma de todos los factores. Y en ese momento, entonces claro, como administradores como hay que tomar decisiones. Sí, con mucho pesar, bueno.

Pero pues había que tomar decisiones, cerramos, se vendieron las aves y ya no seguimos trabajando con la parte avícola. Ya luego más adelante, pues sí, porque la familia tiene cupos en ASOVID había entonces se trabaja, ahora es con pollo de engorde, pero ya no con esta razón social. Ya no se trabaja con esa razón social.

Lorena Chala: Bueno Tania, entonces bueno, con esa razón social ya se puede decir que ya está cancelada, pero somos conocedores de que actualmente sigue siendo una empresaria. Cómo fue ese paso de esa empresa que tuvo ya una experiencia, digámoslo así. Y que la llevó a cancelar su registro mercantil y ahora verla ya posesionada en un mercado ejerciendo otra actividad económica totalmente diferente. Entonces qué factores podría decirnos que considera como para el éxito de las empresas.

Tania Muñoz: Bueno. Siempre nosotros tenemos, digamos, una idea de negocio. Entonces tenemos esa idea de negocio y la vamos a analizar. Yo siempre digo, no podemos meternos de cabeza sin tener un poquito de conocimiento de esa área.

Lorena Chala: Del mercado.

Tania Muñoz: Exactamente analicemos, bueno, si hay mercado, si hay posibles clientes, cómo se está manejando todo el sector ¿sí hay viabilidad? Cuando habla de nosotros, digamos, tenemos un poquito de certeza, el mercado es muy variable, podemos decir que si nos va a ir bien y resulta que pusimos en práctica todo y no fue así. Pero, de hecho, nosotras somos administradoras y sabemos cierto que emprendemos, tomamos decisiones, no funcionó bueno, estrategia, cierto, cambiamos, hicimos reingeniería, volvemos a empezar. Pero qué tiene que ver un factor fundamental que yo iría en el éxito sería como la actitud personal nuestra. Como el insistir, insistir y persistir, cierto, no siempre vamos a ser exitosos, no siempre todo va a ser color de rosa, siempre vamos a tener tropiezos, problemas que, en su debido momento, pues hay que analizarlos y mirar

cómo se soluciona. Digo yo, el principal factor es usted ser persistente y no tirar la toalla a la primera. Siempre lo he considerado así y no sé, yo no sé si eso le vino como en la vena, dijo, no se perrenque, echarle ganas a todo.

Lorena Chala: Perfil emprendedor.

Tania Muñoz: Exacto y pues somos un grupo, yo no soy solita, somos un grupo, mi esposo también muy.

Lorena Chala: Son familia.

Tania Muñoz: Cada uno mira que cada una tiene una especialización diferente, entonces por ejemplo mi cuñado, la Contadora antesala de los numeritos. Mi cuñado sabe mucho de la industria de alimentos, inventemos cierto. Rafael, qué sucede mi esposo, él es Ingeniero Civil, entonces en este momento tenemos la constructora, entonces a qué se dedica, ya salieron mis hijos que son profesionales en arquitectura, entonces ellos ya ahora hacen diseños. Bueno, todo eso ya está consolidado, ya que ellos los reconocen, hacen muy bonitos diseños, trabajamos la parte de construcción, pero es un tema bastante complejo ¿Por qué? haces un contrato para elaborar digamos una casa, y lo haces inicialmente por 100 millones, pero en el transcurso de toda esa construcción sube el cemento, hay alza del hierro, hubo problemas con la importación, bueno, entonces empieza a elevarse. En este momento nos estamos dedicando en la construcción solamente diseño y digamos al acompañamiento. Tenemos dos restaurantes ahorita La Patagonia, qué es un trabajo ese si es personal, dijo el otro, esfuerzo porque posicionar una empresa toma de tiempo, mucha dedicación y mucho empeño, nosotros no trabajamos 8-12, 2 a 6, cuando somos empresarios no hay horarios, vamos si esta noche tenemos que quedarnos tenemos una reserva y necesito que todo salga bien. De pronto tengo ese defecto, las cosas se hacen bien entonces, estoy yo aquí presente y si nos tenemos que quedar hasta tarde nos quedamos, entonces siempre nosotros

como empresarios tenemos que poner ese granito demás. Es bueno, tenemos los dos restaurantes que es el de acá de La Plata, abrimos una sede campestre, nos gusta trabajar mucho en la parte familiar, si nosotros no somos amanecederos, es muy familiar que usted pueda ir a compartir un rato con su niño, llevarlo a la piscina en unas zonas verdes que pueda jugar fútbol, que cumpleaños del niño que vamos a hacer un evento empresarial, entonces se presta para todo esto el restaurante campestre y el de acá de La Plata, pues lo posicionamos mucho con los cortes de carnes porque cuando antes de abrir se hizo el estudio mercados que necesitaba la población, Entonces nos dimos cuenta que éste era el factor que estaba haciendo falta, tenemos estos dos digamos restaurantes, también por aparte pues nos da mucho las manualidades, entonces hacemos en los tiempos libres que no son muchos, detalles personalizados también trabajamos en eso y también adicional, tenemos un almacén de ropa para damas, serían esas como las empresas que estamos trabajando ahorita, diferentes sectores, pero con el mismo esfuerzo.

Lorena Chala: Pues yo ya identifiqué acá entonces actitud, persistencia, alcanzar los objetivos propuestos, tener en cuenta mucho la parte de mercadeo antes de abrir una empresa.

Tania Muñoz: Conocimientos técnicos, fundamentales.

Lorena Chala: Y disciplina, en esa la resumimos.

Lida Rivera: Entonces ya Lorenita resumió lo que ella vio en usted para dar como un consejo a las futuras generaciones o alguien que en este momento quisiera emprender, pero Tania Marcela en una palabra que le diría alguien que está emprendiendo, en una palabra.

Tania Muñoz: Persistir, para mí todas esas la principal es eso, persistir

Tania Muñoz: Hay que meterle fuerza y como lo digo yo berraquera.

Lida Rivera: Pues lo vemos con su ejemplo, porque si bien tuvo una cancelación de una razón social, abrió muchas, se duplicaron, se triplicaron.

Tania Muñoz: Sí, sí, sí.

Lida Rivera: Bueno, entonces vamos a pasar ahora a otro tema, qué es el género, nosotras como tal el estudio está enfocado mucho en esto y quisiéramos saber desde su punto de vista qué ventajas y que desventajas consideran que tiene la mujer respecto al hombre.

Tania Muñoz: Bueno consideró pues no tanto como desventajas o ventajas, sino fortalezas, digámoslo así, sucede que nosotras las mujeres tenemos un poquito de más tacto, sí, entonces digamos a la hora de usted negociar con un proveedor, se tiene como la forma de llegar, en el momento usted atender al cliente, tener ese contacto con el cliente, tenemos más facilidad nosotras las mujeres como esa empatía, cierto, que los hombres, ahí la veo como que tenemos esa fortaleza. Ahora en la actualidad nosotras las mujeres, una palabra que está muy de moda, somos muy empoderadas de nuestro rol, es decir, ya no somos solamente las amas de casa, que criar los niños que venga la comida de mi esposo, no, no significa que ya no hagamos las tareas, es que adicionalmente trabajamos. Entonces es una ventaja enorme esa multifuncionalidad que nosotras las mujeres tenemos. Frente a ellos que como dije, el otro pensamiento lineal, nosotras no podemos hacer muchas cosas en el mismo momento y nuestra capacidad intelectual, da para todo eso. Desventajas mira que no siento de pronto en un sector no, digamos de pronto en el sector de la construcción, entonces es como más de manejo de los hombres que nosotras las damas, pero que yo vea desventajas, estamos en un mundo que evolucionó ya mucho de ese tema. Lo veo de ese modo, y lo he sentido yo como empresaria en el sector.

Lorena Chala: Bueno esto complementando lo que acaba de decir Tania, que ha visto que hay ahí se presenta algún sesgo en cuanto al género, en algunos sectores, como la construcción, en algún momento también se ha visto afectada en cuanto a oportunidades por ser mujer frente a algún hombre, digámoslo así, general.

Tania Muñoz: No, mira que no, en lo que llevamos de no he visto. No he tenido como digamos, una desventaja.

Lida Rivera: Tania ¿conoces estrategias de fomento empresarial que tenga el sector público y el privado?

Tania Muñoz: Si acá en el municipio, si esta, por ejemplo, del Fondo Emprender que esto el SENA, digamos vive muy pendiente de apoyo al sector de acá del municipio, si salen varias ofertas uno mira mucha publicación, mucha publicidad, pues de esa parte que ellos apoyan a muchos sectores de del municipio. Tenemos en Neiva, pues el InfiHuila incluida la Gobernación de pronto cuando me pasan proyecto sí está así. En la Cámara de Comercio apoya de pronto en capacitaciones y esto así, pero el tema monetario no que yo sepa, no eso es como más de trabajo como del sector privado, digámoslo así, cierto que buscar el crédito venga como hacemos, asociémonos y empecemos a empresas.

Lida Rivera: De esas estrategias que nos menciona usted conoce algunas que estén enfocadas en fortalecer a la mujer

Tania Muñoz: No, estoy alejado de por ahí ese tema del perdón.

Lorena Chala: Ah bueno, Tania, pues entonces le agradecemos mucho este espacio, le agradecemos esa experiencia y ese conocimiento en el sector que muy seguramente nos va a favorecer para la investigación que estamos haciendo en esta Maestría.

Tania Muñoz: Vale muchas gracias.

Anexo K.

Entrevista cinco: Mayra Mora Rojas Maya

Lorena Chala: Buenas tardes, hoy nos encontramos con la representante legal Mayra Mora Rojas Maya, nosotros somos estudiantes de la Maestría en Administración de Organizaciones de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD- y estamos realizando nuestro trabajo de grado que enfatizan identificar las prácticas organizacionales que influyen en el éxito o el fracaso de las empresas en el municipio de La Plata.

Lida Rivera: Mayra muchas gracias por aportar a nuestro proyecto de grado, el cual dentro de su trabajo de campo tiene las entrevistas a personas que han sido exitosas en sus empresas y también aquellas que han cancelado su razón social. Queremos entonces pedirle autorización para poder hacer la entrevista, grabarla y hacer uso de la misma, así como de sus datos solamente para fines académicos.

Mayra Mora: Si autorizo.

Lida Rivera: Muchísimas gracias, bueno Mayra entonces cuéntanos quién es Mayra cuéntanos, hablemos por favor de la empresa que creaste y cancelaste.

Mayra Mora: Yo soy Mayra Mora Rojas soy del departamento de Putumayo, adoptada por el municipio Plata Huila. Yo soy la representante de Cala que es una empresa de productos precocidos y entonces yo lo cancelé. Pero no la cancelé con el ánimo de terminar con mi empresa, con mi objeto comercial, sino que la cancele con el objetivo de crecer, ahora ya no soy sólo Calan ósea vendedora de productos al por menor, sino que ahora ya soy una empresa comercializadora, pues ahora soy comercializadora y distribuidora Cala. Porque con el objetivo del cambio de razón social con el objetivo de crecer cada día más para que me facilitara con referente a la compra de productos y ventas al por mayor.

Lorena Chala: Si, bueno, vemos entonces que la empresa cancelada era persona natural y la nueva empresa que creó ya es una persona jurídica, entonces en lo los beneficios que nos comentan está el relacionamiento comercial y las transacciones comerciales que facilitará se le facilitaron más teniendo esta modalidad, cierto como persona jurídica por el tema de facturación electrónica, ya de pronto el tema de la contabilidad ya como empresa y pues obviamente vamos a competir en un mundo donde ya competimos con grandes ya al por mayor creo yo entonces, muy bien Mayra. ¿Cuáles son entonces esos factores determinantes que usted cree que exista para el éxito de las empresas?

Mayra Mora: El factor determinante para que mi empresa sea un éxito ha sido conocer de lo más básico, de lo más básico hasta la parte contable, sí, es lo más básico, qué significa para mí, por ejemplo, el hecho de digamos, de vender así sea un solo producto, sí, pero para mí es lo principal. El hecho de tener mi empresa no es sólo administrar y administrar si no está completamente enterada, tener una buena relación con el personal que tengo. Un que se tiene acá en la empresa. Y estar empapado del 100%.

Lida Rivera: Perfecto, bueno Mayra que a su vez le agradezco también porque con su experiencia es muy enriquecedora para el proyecto que estamos realizando porque vemos que la cancelación de la razón social no obedece únicamente a razones, perdón, la redundancia de palabras a razón de un fracaso comercial, sino que en su caso está en la cancelo porque tenía que crecer, entonces esto nos va a enriquecer mucho también nuestro estudio. Y le agradezco mucho esta oportunidad que nos está dando para poder conocer otros aspectos, porque pues de manera personal creía mucho que la cancelación iba directamente ligada con el fracaso. Y entonces es muy enriquecedora de verdad su experiencia, vamos a hablar ahora un poquito del género que es nuestra investigación se

basa mucho en eso, entonces quisiéramos conocer su punto de vista. Si usted considera que existen ventajas y desventajas de las mujeres frente a los hombres en el sector mercantil.

Mayra Mora: Esto, pues de mi parte, en el momento no he tenido ninguna clase de desventajas, inclusive para mí ha sido más ventajas con respecto a que por lo general yo siempre me gusta trabajar es con mujeres porque por lo general las mujeres somos como más dedicadas, más responsables, más constantes. No es por discriminar los hombres y perdón, pero en esa parte sí me ha ido mejor trabajando con las mujeres y no he sentido ninguna clase de discriminación.

Lorena Chala: Mayra en algún momento ¿usted se ha sentido afectada fue favorecida por ser mujer frente a un hombre en cuestión de oportunidades?

Mayra Mora: Afectada en ningún momento, y favorecida pues sí, porque pues gracias a Dios. Y esto he tenido el apoyo, el apoyo tanto digamos como de la Cámara de Comercio, he tenido ósea el apoyo ha sido prácticamente de igual manera que le hacen a un hombre, entonces no me sentí afectada.

Lida Rivera: Bueno Mayra cuéntanos si conoces estrategia de fomento que realiza el sector público y el privado.

Mayra Mora: Pues a nosotros las estrategias en la parte pública, siempre no las está asesorando, es digamos, no económicamente, nos han estado asesorando, pero sí digamos como orientándolo con respecto a asesorías, todo es la Cámara de Comercio de acá del Huila, siempre nos ha dado varias capacitaciones, asesorías e inclusive hemos hecho hasta un diplomado, estuvimos haciendo últimamente, pero con respecto a la Cámara de Comercio hemos recibido muchas ventajas.

Lida Rivera: Bueno, dentro de estas estrategias de fomento conoce Decía, hay unas que estén solamente ligadas al fortalecer la mujer las empresas de las mujeres.

Mayra Mora: Pues yo no he visto porque siempre nos dan por lo general, si se hacen esas invitaciones, es en general más no que sólo mujeres o solo hombres, nos invitan en general a todos.

Lorena Chala: Pero bueno Mayra. Pues le agradecemos mucho de esa experiencia y ese conocimiento que se ha podido compartir el día de hoy, que muy seguramente nos va a ser de provecho para esta investigación que estamos adelantando.

Mayra Mora: Muchísimas. Gracias muchas gracias gusto. Cordial saludo.

Anexo L.

Entrevista seis: Eliana Medina Fernández

Lorena Chala: Cordial saludo, hoy nos encontramos por Eliana Medina Fernández, Eliana, buen día.

Eliana Medina: Bueno,

Lorena Chala: Eliana, somos estudiantes de la Maestría en Administración de Organizaciones de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD- y nos encontramos realizando un trabajo de nada que tiene como propósito identificar las prácticas organizacionales que llevan al éxito o al cierre o fracaso de las empresas en el municipio de La Plata, Huila.

Lida Rivera: Bueno, Eliana agradecerte tiempo y comentarte, que esta entrevista es parte del trabajo de campo que vamos a realizar dentro de nuestro proyecto de grado, entonces queremos pedirte autorización para el uso de la entrevista, de esta filmación y de tus datos para fines académicos.

Eliana Medina: Claro que sí, autorizó.

Lida Rivera: Muchas gracias, bueno Eliana, cuéntenos entonces, quién es Eliana, la empresa que constituyó, la historia de la empresa cuando inició cuando termino.

Eliana Medina: Bueno, eh, la empresa que constituía un pago exprés punto de pago en el cual se prestaba servicios de pago de servicios públicos, lo que tenía que ver con giros fuera nivel nacional, básicamente era e este este tema, pues realmente surgió de la necesidad de tener otro ingreso en la familia. Allí nos asesoramos por parte de los amigos que pues también tenían en un negocio similar y vimos la posibilidad de entrar al mercado municipio con este negocio.

Lida Rivera: Y este año se constituyó y cuando canceló la Cámara.

Eliana Medina: Eso fue en el 2020 y duramos como un año más o menos. Ya cancelamos Cámara y Comercio

Lida Rivera: Perfecto, muchas gracias.

Lorena Chala: Hola Eliana, vamos a iniciar ahora, entonces sí, con algunas inquietudes, queremos que desde tu experiencia nos digas ¿cuáles consideras que son los factores determinantes para el éxito o el cierre de las empresas?

Eliana Medina: Pues doctora, realmente desde mi experiencia, sentí que era falta de asesoramiento financiero, adicional a esto de pronto, busqué oportunidades con estas empresas como el Sena, como la Cámara de Comercio, que de pronto nos ayudan a impulsar o tener conocimientos acerca de este tema, pero realmente se dificulta en términos financieros para poder de pronto desarrollar de mejor manera el tema económico y organización empresarial.

Lorena Chala: Si un joven quiere emprender el día de hoy. ¿Cuál sería el Consejo puntual que le darías?

Eliana Medina: Buscara estas empresas, que tiene expertos o personal con experiencia y que realmente puedan mirar el sector comercial de su negocio. Sí, en el bueno, punto estratégico del municipio se requiere servicio o ese tipo de servicios o productos que va a ofrecer.

Lorena Chala: Perfecto bueno, ahora vamos a pasar al tema del género, quisiera saber si también desde tu punto de vista ¿qué ventajas y que desventajas has encontrado en el sector empresarial para el hombre y para la mujer?, o si la mujer tenemos algunas desventajas y ventajas.

Eliana Medina: Pues desde mi experiencia personal creería que no, nosotras como mujeres, lo contrario, somos, tenemos empatía, tenemos de pronto mayor disponibilidad de acercamiento hacia de pronto el cliente, realmente no creería que haya una diferencia o que los hombres tengan mayor influencia en algún sector, no creería.

Lorena Chala: Dentro de la época en que estuvo con su empresa, se sintió de pronto en alguna ocasión afectada por el hecho de ser mujer, como en desventaja por el hecho de ser mujer.

Eliana Medina: No, no señora.

Lorena Chala: Has sentido igualdad entre el hombre y la mujer para el sector empresarial, muy bien, también quisiera conocer si ¿usted sabe cuáles son las estrategias de fomento tanto del sector público o el sector privado?

Eliana Medina: Pues como lo mencione, es realmente por de pronto propaganda o publicidad que se hace, normalmente es Fondo Emprender con el SENA y por parte de Cámara de Comercio, ellos hacen de pronto socializaciones y estrategias de marketing y buscan de pronto asesorar a los nuevos empresarios en diferentes temas.

Lorena Chala: Dentro de dichas estrategias conoces que de pronto haya unas que vayan dirigidas exclusivamente para mujeres

Eliana Medina: No realmente o sea siempre que ellos le pregunto, eh, enviaban o por medio de WhatsApp o por medio de Facebook o por medio de diferentes medios, era general, o sea personal que estuvieras interesado en adquirir conocimientos o destrezas de marketing o empresarial de diferentes temas o servicios.

Lorena Chala: A bueno Eliana, te agradecemos mucho esta oportunidad que nos das, de conocer un poquito desde tu perspectiva, estas condiciones, especialmente para el género, que es nuestra investigación.

Eliana Medina: Con mucho gusto doctora igualmente, muchas gracias por su invitación.

Entrevistas a expertos

Anexo M.

Entrevista uno: Nancy María Valero

Lida Rivera y Lorena Chala: Bueno, buenas tardes, nos encontramos el día de hoy en la Cooperativa Utrahuilca con Nancy María Valero, quien es la gerente de agencia de aquí de la zona de La Plata, nosotras Nancy somos estudiantes de la Maestría de Administración en Organizaciones de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD y nos encontramos realizando el trabajo de grado que tiene como propósito identificar las prácticas organizacionales que influyeron en el éxito o fracaso de las empresas lideradas por mujeres en el periodo de 2007 al 2022 en el municipio de La Plata. Para realizar este trabajo de campo hemos decidió hacer una entrevista a expertos, entonces, atendiendo su calidad queremos que Usted nos permita 15 minutos para hacerle unas preguntas, también a su vez, pedirle autorización para el manejo de sus datos y de su imagen únicamente para efectos académicos.

Nancy María Valero: muchas gracias por la invitación y claro que sí, no hay ningún inconveniente.

Lida Rivera y Lorena Chala: Muchísimas gracias, Nancy ahora cuéntanos ¿quién es Nancy Valero?

Nancy Valero: bueno, María Nancy Valero es una mujer que ha venido viviendo muchos procesos, en los que se ha formado, en los que ha emprendido, en los que lidera procesos, en los que, ha tenido dificultades, pero también ha buscado la manera de salir adelante, en la que a esta a esta hora del camino considero que se han cumplido muchos objetivos y muchos propósitos de los que en algún momento pues me propuse, entonces considero que es una mujer emprendedora, una mujer echada pa´ delante, una mujer que le gusta liderar procesos, que siempre se preocupa por

los demás, que siempre busca el bien común y, que está siempre a disposición de la comunidad y de las personas que la requieren.

Lida Rivera y Lorena Chala: Nancy, y desde su enfoque, desde su rol actualmente Usted considera que ¿el género tiene alguna influencia en la gestión de las empresas?

Nancy Valero: pues es importante determinar que en el contexto en el que nos encontramos, tanto hombres como mujeres tendrían la capacidad de asumir un rol de liderazgo, de dirección, sin embargo, eh, es importante determinar que el medio o la sociedad en la que vivimos no permite que esto se desarrolle de esta manera; todavía vivimos en el contexto en donde a la mujer la desprecian por algunas situaciones, entonces es importante determinar que aunque todos tenemos capacidades y habilidades, pues también tenemos liderazgo y muchos, muchos conocimientos, pues es importante determinar que en momentos apropiados en la mujer es despreciada por el hecho de que de que tal vez sí la vamos a contratar ella se puede embarazar, entonces va a tener un periodo de lactancia o de pronto no va a tener la misma disponibilidad de tiempo para ocupar un cargo, desempeña un rol y por eso en ocasiones las empresas o las organizaciones deciden contratar a los hombres, entonces desafortunadamente nos damos cuenta de que debería ser igualitario, pero consideramos que esto no se da de esta manera, todavía existe en medio en donde a la mujer la desprecian por muchos factores entonces en conclusión, yo diría que las mujeres, que el género, pues finalmente sí termina teniendo influencia, sí tiene influencia, pues por lo que acabo de indicar, no, digamos que en el campo político, en muchos campos de nuestra sociedad vemos que el liderazgo lo ejercen pues los hombres no, entonces todavía nos falta avanzar, aunque se ha venido trabajando muchísimo en eso, considero que todavía hace falta mucho, mucho camino por recorrer para que las mujeres lleguemos a una igualdad de condiciones.

Lida Rivera y Lorena Chala: ¿De tú experiencia, ¿cuáles son los factores que consideras determinantes para el éxito o fracaso de las empresas?

Nancy Valero: bueno, yo pienso que para el éxito hay que tener en cuenta aspectos muy importantes como es la filosofía de una organización, sí, tener claro cuál es la misión, la visión, los objetivos y el propósito que tiene la organización; eh, si yo tengo claro que es lo que quiero, cómo lo voy a hacer, para dónde voy, a quién se lo voy a ir direccionar, pues yo pienso que ahí ya vamos logrando parte de ese objetivo, sí, pero para eso hay que colocarle pues motivación, iniciativa, eh, hay que tener creatividad, hay que ser flexible, hay que saber trabajar en equipo, sí, porque si yo quiero lograr que mi organización o que mi empresa salga adelante, pues yo tengo que saberlo liderar y aparte de eso debo ofrecerle a mi equipo de trabajo o las personas con las que trabajo un buen clima organizacional, un buen trato, eh, participación, porque si hay participación pues yo puedo tener opiniones y puedo digamos permitir que esta organización surja, hay que tener siempre esa capacidad para salir adelante a pesar de las dificultades de saber sobrellevar las dificultades, porque si yo me quedo en el en la dificultad, en el problema, pues nunca vamos a poder sacar adelante la empresa y hay que estar también sujeto al cambio, no, nosotros en el contexto en el que vivimos, tenemos que movernos en el constante cambio que se nos da y no, o sea, tener una visión de cambio y de objetividad y pues ser muy organizado financieramente, porque si yo quiero sacar adelante un proyecto, una organización, pues también tiene que entrar en juego en ese tipo de aspectos, al fracaso, pues al fracaso si yo soy desordenada financieramente, o si soy una mala líder, o sino tomo las decisiones en el momento apropiado, o si no hay equilibrio las finanzas de la organización o mis finanzas. Pero bueno, digamos que ese ese aspecto fundamental en el desarrollo de cualquier organización.

Lida Rivera y Lorena Chala: ahora, en términos de gestión empresarial ¿Qué ventajas o desventajas tienen las mujeres en la gestión?

Nancy Valero: bueno, pienso que las mujeres tienen eh, muchas ventajas no, capacidad de liderazgo, capacidad de tomar decisiones en el momento apropiado, sí, eh, digamos que las mujeres siempre tienen una solución a las dificultades, ósea como que no se enfrascan en el problema o la situación que están viviendo sino que siempre están sujetas a buscar una alternativa de solución, eh, son mujeres que se preparan que tiene conocimiento que están en la disposición de aprender, de reaprender porque a veces tenemos errores pero también tenemos la facultad de ese error que se cometió hacer un aprendizaje y mejorar la situación, eh, somos muy prácticas, eh, que ventaja tenemos, que somos polifacéticas, hacemos de todo un poquito, trabajamos, estudiamos, estamos pendientes de nuestras familias, estamos pendientes de nuestras amistades, y del contexto en general, entonces pienso que estamos a la disposición de todo, sí, cual es la desventaja, que a veces digamos por ese mismo rol que desempeña no tienen la disponibilidad para aspectos importantes como son la familia, o bueno, otros aspectos que son relevantes y que uno a veces deja en un segundo plano, eh, también me parece que es una desventaja que a veces no tienen el reconocimiento que merecen, eh, digamos que por ser mujer tal vez le pagan una asignación pues mucho menor de lo que realmente se merecen, eh, pues a veces son lo indicaba hace un rato, las mujeres, eh, son, digamos a la hora de participar en una convocatoria en un proceso hay empresas, y existen empresas que por el hecho que o tiene un hijo pequeño o porque probablemente es joven y puede llegar quedar embarazada no le van a dar la oportunidad, entonces digamos que a veces esos son los factores que limitan a algunas organizaciones de poder contar con mujeres.

Lida Rivera y Lorena Chala: dentro de este sector al que Usted hace parte ¿existe algún tipo de planes de apoyo a una mujer emprendedora?

Nancy Valero: claro que sí, la Cooperativa en la que yo trabajo pues lidera muchos procesos, nosotros trabajamos no solamente por el sector financiero sino que nuestro trabajo social es bastante importante, sí, nosotros trabajamos para formar a las mujeres, a las emprendedoras, para que ellas vengan acá y adquieran algo que es muy importante para los emprendimientos que es poder inclusión financiera, toda mujer requiere un proceso de inclusión financiera para poder apalancarse y avanzar en sus proyectos de inversión, la Cooperativa también pues obviamente desde el entorno como laboral tiene la participación de muchísimas mujeres dentro de la organización y pues en este momento es evidente que nuestra gerente general pues es una mujer, una mujer que fue formada acá del municipio y que poco a poco ha ido avanzando y la empresa le ha dado la oportunidad de avanzar y esa es la señal de que aquí, pues digamos, si se da ese apoyo a la mujer, si se le reconoce ese trabajo, si se le reconoce esas habilidades, esas capacidades que demuestran pues en el contexto, y digamos que de nuestro contexto hacia nuestros asociados, hacia la comunidad en general, pues siempre estamos pendientes de bueno que hacemos el apoyo a la líder de las señoras del adulto mayor, que con sus emprendimientos, que la elaboración de las manualidades, que la participación en las ferias, digamos que con los niños, pues empieza a hacer esa formación en proceso de finanzas personales, porque en tanto para digamos que para hombres como para mujeres estamos en ese proceso de formación, para que todos las personas y la comunidad en general tengan unas buenas finanzas personales y eso pues digamos que también es un factor que incide en la Cooperativa en general, en generar la cultura del ahorro y también cuando yo tengo cultura de ahorro, pues tengo también proyección, proyección a emprender y los créditos que otorga la Cooperativa pues hay muchas ocasiones para apoyar esos procesos de emprendimiento que trabajamos en convenio con Finagro también, en esos créditos de joven rural,

mujer rural, entonces digamos que ahí también estamos apoyando a esos procesos y estamos apoyando pues a las mujeres emprendedoras.

Lida Rivera y Lorena Chala: ¿bueno, Nancy, qué consejo le daría usted a un emprendedor que inicia con esa idea empresarial?

Nancy Valero: bueno, yo sé que emprender no es fácil, no, emprender no es fácil, pero sí hay que tener claro ¿Qué se quiere, ¿cómo se quiere, ¿cómo se puede lograr, cómo me puedo financiar cómo me puedo apalancar? entonces eh, más que determinar, bueno, aparte de determinar qué se quiere hacer, cómo se va a hacer, a dónde lo voy a ofertar, pues obviamente para poder ofertar yo tengo que haber hecho como un pequeño estudio de mercado, saber si este producto que llevo a traer mercado le impacta a este a este sector económico, eh, pienso que una persona emprendedora, pues tiene que tener mucha, mucho positivismo, muchas ganas de salir adelante, mucho amor por lo que hace, porque cuando usted ama lo que hace que usted tiene claro, eh, pues lo que va a lograr, tiene que tener claro los objetivos de su organización, porque si usted tiene claro qué quiere, cómo, entonces va a establecer cómo va a ser ese proceso para lograrlo, debe tener, pues obviamente una organización financiera, porque si yo quiero salir adelante no puedo ser desordenada financieramente tengo que tener claro en qué voy a invertir, cómo lo voy a invertir o que genera, cómo voy a empezar a generar rentabilidad, porque hay que tener claro que si tú empiezas a emprender el periodo en que estás iniciando no va ser de rentabilidad, va a ser un periodo en donde va a tener que llegar hasta a invertir hasta llegar a un punto de equilibrio, entonces, mientras que llegó el punto de equilibrio, pues tengo que tener tenacidad, perseverancia, iniciativa, creatividad, porque hoy en día el medio exige que tenemos que ser creativos, que tenemos que ir la vanguardia de los cambios que nos exige el medio, apoyarnos en la tecnología, porque ahora digamos que los medios de comunicación son fundamentales para ofertar nuestro producto nuestro portafolio,

entonces eh, hay que ser muy perseverantes y siempre pienso que algo muy importante es amar lo que se hace si usted ama lo que hace, pues va a ser muy exitoso en lo que en lo que realiza.

Lida Rivera y Lorena Chala: bueno, agradecemos mucho su tiempo, todos los conocimientos que serán de gran ayuda para el éxito de nuestro proyecto de grado.

Nancy Valero: bueno, a ustedes muchas gracias.

Anexo N.

Entrevista dos: Ingeniero Jorge Montealegre, director del CDA de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia –UNAD, municipio de La Plata.

Lida Rivera y Lorena Chala: buenos días, hoy nos encontramos desde la Universidad Nacional Abierta y a Distancia –UNAD, con su director del CDA La Plata, al cual le agradecemos el espacio Ingeniero Montealegre por eh abonar esfuerzos para esta investigación que tiene como propósito identificar las prácticas organizacionales que influyen en el éxito o en el fracaso de las empresas lideradas por mujeres en el municipio de La Plata, gracias.

Ingeniero Jorge Montealegre: de acuerdo.

Lida Rivera y Lorena Chala: bueno, muchísimas gracias por el espacio que nos brinda, nosotros para poder realizar el trabajo de campo requerimos la entrevista a expertos y atendiendo su rol, pues lo hemos seleccionado; queremos a su vez pedirle dos cosas: que nos regale 15 minutos de su tiempo y a su vez que nos permita el uso de sus datos y su imagen exclusivamente para usos académicos.

Ingeniero Jorge Montealegre: de acuerdo

Lida Rivera y Lorena Chala: muchísimas gracias ingeniero Jorge, ¿Usted considera que el género influye en la gestión empresarial?

Ingeniero Jorge Montealegre: por supuesto que sí, por supuesto que sí; bueno, antes que nada, agradezco pues la invitación para esta entrevista, espero poderles contribuir de manera efectiva, pues al propósito de la misma. El género por supuesto que influye en el desarrollo empresarial, creo que tienen, la mujer como tal, tiene un impacto mucho más efectivo en todo el tema empresarial, la naturaleza de la esencia de ser mujer, de su género, implica mucha más responsabilidad, mucho más compromiso, mucho más dinámica en todo lo que tiene que ver en el

tema empresarial, creo que hay una percepción muy importante frente al rol de la mujer en todo el tema empresarial, frente a todo lo que en sí misma significa su esencia de ser mujer y esa característica por supuesto, hace que todo alrededor de ella fluya de la mejor manera y más cuando se empoderan más en su proceso de formación, se empoderan más en conocer muchos más elementos del desempeño que tienen alrededor de lo que de lo que hacen y por supuesto tienen mucha más facilidad de relacionarse con todo el ámbito que desarrollan.

Lida Rivera y Lorena Chala: y, ¿cuáles son los factores que considera determinantes para el éxito o para el fracaso de las empresas?

Ingeniero Jorge Montealegre: en primer lugar, la planeación, sí, la organización; en segundo lugar, por supuesto, la organización, el tema económico y financiero, que deben estar muy acorde, muy balanceados frente a que puedan desarrollarse de la mejor manera, digamos que el éxito empresarial influyen estos factores de manera sustancial, teniendo en cuenta que, pues para que tengamos éxito en el tema empresarial es necesario que conozcamos el tema económico, poderlo identificar, ese potencial que tiene la empresa misma, revisar si tiene unos dividendos importantes, revisar ese tema económico frente al tema de reinversión, frente al tema de formación del capital humano, frente a la misma dinámica empresarial con alianzas que permitan fortalecer su misión empresarial, y en ese sentido pues todos esos aspectos influyen en el éxito del tema empresarial, en cualquiera de las empresas o sectores en los cuales se fomente esa industria.

Lida Rivera y Lorena Chala: ingeniero Jorge, bueno, ya hablamos un poquito de cuáles eran esas virtudes de las mujeres en la gestión empresarial, pero quisiéramos saber ahora entonces ¿cuáles serían esas desventajas si las hay, ventajas y desventajas tienen las mujeres en la gestión empresarial?

Ingeniero Jorge Montealegre: creo que son mucho más las ventajas por el tema mismo de género como lo comentaba, pero también juega un papel muy importante en nuestra cultura y particularmente la de nuestro país, tal vez de nuestras regiones, frente a la discriminación que existe el rol de la mujer, el rol de género, digamos, todavía se ve marcado muchos aspectos este desequilibrio frente a la discriminación de género, no en todos, pero sé que sí se ha venido ganando un espacio muy importantes por parte de la mujer, y ya las vemos en un nivel de equilibrio incluso hasta en mejores posiciones por su misma capacidad, y en ese sentido, no dejamos de tener rezagos frente a ese aspecto de desigualdad de género, frente a temas de discriminación en algunos escenarios, en algunos, no en todos, pero si en algunos escenarios empresariales si se identifica esa discriminación de género, creo que hay un potencial ya ganado, hay una base muy importante por parte del desempeño de la mujer que ha logrado afianzar no solamente su confianza de su género en poder desempeñar de cualquiera de los roles del mundo empresarial, y que eso le ha permitido también a toda la comunidad a toda la gente también reconocer ese rol y ese don que tiene la mujer, entonces, diría que son mucho más las ventajas que tenemos y sobre todo aquí en nuestro país, no sucede en otros escenarios, en otros países, pero en nuestro país la mujer ha ganado un terreno muy importante, hay una confianza muy grande frente a la labor que desarrolla la mujer en diferentes escenarios empresariales, también directivos, operativos, desde el punto de vista laboral, pero que también tenemos un rezago, tal vez cultural, pequeño pero todavía existe en diferentes escenarios donde la mujer también es discriminada, y pensaría que eso es una desventaja.

Lida Rivera y Lorena Chala: ¿dentro del sector al que Usted hace parte, existen algunos planes, programas que favorezcan a la mujer emprendedora?

Ingeniero Jorge Montealegre: claro que sí, claro que sí, desde la misma institución como misión le apostamos muchísimo al tema de inclusión, al tema social, al tema comunitario, internamente en la Universidad hay digamos roles de directivos de alta gerencia, también tenemos a la mujer liderando estos procesos, pero también tenemos varias instancias, varias unidades que están trabajando de la mano con las comunidades para afianzar mucho más el rol de la mujer en el desarrollo empresarial; hemos identificado lo que les mencionaba en varios de los sectores una discriminación muy fuerte en el tema de la mujer y queremos con la Universidad apostarle a mejorar esas condiciones, de tal manera que la Universidad tiene una vicerrectoría enfocada a la inclusión, al desarrollo regional y a la proyección comunitaria, toda una vicerrectoría trabajando en esta parte y en ese sentido esta vicerrectoría se enfoca en ese tema comunitario trabajando de la mano con todas las comunidades donde vemos discriminación de género pues trabajamos por fortalecer ese esa esa situación, pero sí también hay emprendimientos de hombres o también trabajamos con ellos, pero digamos, esta vicerrectoría se está encargando de todo este proceso y se articula con varios procesos también con procesos de investigación, con procesos de innovación, con procesos de emprendimiento que también tenemos otra vicerrectoría que se llama la vicerrectoría de innovación y emprendimiento, que se articula con esta vicerrectoría de inclusión para trabajar de la mano con procesos productivos, tenemos otra vicerrectoría de relaciones inter sistémicas e internacionales que desarrolla todo el tema de alianzas para favorecer y articuladas con estas dos vicerrectorías de inclusión, de innovación y emprendimiento, poder poner a disposición de estas comunidades todo el potencial de la Universidad, alianzas para la parte social y comunitaria, alianzas también para el tema de emprendimiento e innovación, y por último, todo nuestra oferta institucional que desde el punto de vista formativo, donde tenemos educación básica y media para jóvenes y adultos donde allí involucramos muy fuertemente el tema de igualdad de

género, tenemos formación tecnológica, formación profesional, formación pos gradual y entonces en ese recorrido también se articula con estas dos vicerrectorías para brindarles a estas comunidades mejores oportunidades de desarrollo y por supuesto desde el punto de vista empresarial y de emprendimiento con estas vicerrectorías.

Lida Rivera y Lorena Chala: excelente, muy bien, no conocíamos estos componentes, es interesante conocerlos y poderlo socializar con la comunidad y con los emprendedores para nosotros si nos favorecen todas estas herramientas, bueno ingeniero, ¿qué consejo le daría actualmente a un emprendedor que quisiera iniciar esa unidad de empresa?

Ingeniero Jorge Montealegre: en primer lugar bueno que sepa que hay muchas organizaciones que estamos trabajando por ellos, que pueda identificar todos los beneficios que las organizaciones como la UNAD tenemos a disposición para toda la gente en cada uno de los territorios del país, que conozca un poco más a profundidad y que se acerque a estas instituciones para poderle brindar todos los escenarios posibles de fortalecimiento de su emprendimiento, de su idea de negocio, para que no se sienta solo, es decir, el emprender, creo que una de las limitantes que tiene todo emprendedor es que pueda sentirse solo frente a un proceso de emprendimiento, que pueda articular no solamente con la UNAD, sino con otras organizaciones como el Sena, con los mismos gobiernos regionales que tienen a disposición elementos muy importantes que apalancan todo su desarrollo, en la UNAD aparte de lo que ya les comentaba la vicerrectoría de innovación y emprendimiento tiene algo muy importante que es el tema de llevar un emprendimiento hasta un spin off, o llevarlo hacia la posibilidad de buscar inversiones externas llevándolo a estructurar su modelo de negocio a generar un Push y buscarle financiación a través de Stakeholders que les permitan potenciar su idea de negocio o su emprendimiento, o incluso si ya tienes una empresa, pues apalancar su emprendimiento, de eso se encarga esta vicerrectoría de innovación y

emprendimiento, entonces tenemos a disposición esos elementos y la recomendación para estos emprendedores que no se sientan solos, que busquen ese apoyo, porque muchas instituciones, no solamente la UNAD, sino muchas instituciones, tenemos ese potencial y recursos económicos para poderles brindar y recursos también no solo económicos, sino de formación, para poderles brindar esas herramientas que necesitan para apalancar su idea de negocio o focalizarla de la mejor manera de tal forma que pueda tener las mejores oportunidades para ese emprendimiento.

Lida Rivera y Lorena Chala: bueno, ingeniero, le agradecemos mucho el espacio que nos brinda y esperamos también que nuestro proyecto de grado sea de gran utilidad para todo lo que está desarrollando la Universidad.

Ingeniero Jorge Montealegre: sí, muchísimas gracias por tenernos en cuenta y esperamos que estos recursos que tiene la Universidad a disposición de ustedes como estudiantes, pues sepan aprovecharlos, como tú lo dices Lorena es importante que todos lo conozcan para que puedan identificar ese potencial que tiene la Universidad para todos, la UNAD, cinco puntos cero a la vanguardia educativa.

Anexo Ñ.

Entrevista tres: Sandra Milena Ramírez Guzmán, directora de la Cámara de Comercio del Huila en la zona occidente sede municipio de La Plata.

Lida Rivera: buenas tardes, Sandra, Lorena, muchas gracias por estar hoy aquí, le queríamos comentar Sandra que nosotras somos estudiantes de la Universidad UNAD, estamos estudiando una Maestría en Administración de Organizaciones, nuestro proyecto de grado está enfocado en el éxito o fracaso de una mujer emprendedora dentro del rango de tiempo de 2017 al 2022, dentro de esta investigación estamos haciéndole una entrevista a expertos.

Lorena Chala: Sandra Milena por favor coméntanos ¿quién es Sandra actualmente y que influencia tiene desde su rol en el municipio de La Plata?

Sandra Milena Ramírez Guzmán: bueno, un saludo especial para todos, mi nombre es Sandra Milena Ramírez Guzmán, en este momento soy la directora de la Cámara de Comercio del Huila en la zona occidente sede La Plata, estamos ubicados aquí en la localidad y municipio de La Plata, estamos haciendo un trabajo muy importante para el fortalecimiento de todo el sector productivo y el sector comercio y emprendedores de occidente del Huila, Sandra Milena es una profesional, Contadora Pública, egresada de la Universidad Autónoma de Colombia, y tiene una especialización en proyectos de gestión también aquí realizados en el departamento del Huila.

Lida Rivera y Lorena Chala: desde su experiencia ¿considera que el género tiene alguna influencia para la gestión de las empresas?

Sandra Milena Ramírez Guzmán: claro que sí, el género en las mujeres somos muy importantes en todo el sector productivo, empresarial, somos mujeres capaces, somos mujeres emprendedoras, somos mujeres muy organizadas y creo que eso hace parte para que una empresa salga adelante con el apoyo de todo lo que es el género.

Lida Rivera y Lorena Chala: Sandra Milena desde el rol como directora de la Cámara de Comercio ¿cuáles son los factores que considera Usted determinantes para el éxito o fracaso de las empresas?

Sandra Milena Ramírez Guzmán: bueno, el rol más importante es el tema de la persistencia de la organización, el tema de tener un proyecto a corto, mediano y largo plazo, tener una planeación para la ejecución y desarrollo como tal de la empresa, entonces yo creo que ese es el rol determinante que podemos tener nosotras para sacar adelante las empresas.

Lida Rivera y Lorena Chala: ¿qué ventajas o desventajas considera Usted que tenemos nosotras como mujeres?

Sandra Milena Ramírez Guzmán: las ventajas de nosotros como mujeres, es que nosotras podemos hacer varias cosas al mismo tiempo, nosotras podemos desarrollar muchas tareas y no dejamos a un lado ninguna de ellas y las terminamos, lo otro somos muy disciplinadas, muy cumplidas, muy organizadas, sabemos planear y creo que somos muy responsables ante las cosas que nos colocan, entonces esto es uno de los factores más importantes que tiene la mujer para poder sacar adelante una organización.

Lida Rivera: muy bien Sandra ¿y desde el sector al que usted pertenece, existen planes o programas que impulsen el emprendimiento de las mujeres?

Sandra Milena Ramírez Guzmán: claro que sí Lida, nosotros venimos desarrollando unos programas en este año, este año hay un programa que es muy bonito, se llama mujer opita emprendedora, donde resaltamos el rol de la mujer, donde hacemos ese acompañamiento y ese fortalecimiento desde el tema motivacional, psicológico, del tema analítico, el tema empresarial, financiero, contable, bueno, marketing digital, todo lo que tiene que ver para que una mujer sea exitosa, y que también no lo creamos no, porque nosotros en esta sociedad en que estamos como

que no nos creemos que nosotras somos capaces y sabemos que podemos hacer muchas cosas y lo podemos lograr, ahora poco a poco vamos demostrando aquí en el municipio de La Plata hay muchas líderes que sus empresas o en que diferentes entidades, tanto públicas y privadas, son mujeres las que lideran esas empresas, entonces somos capaces de hacerlo y la Cámara de Comercio pues obviamente hace ese acompañamiento tanto a emprendedoras, ha empresarias, también tenemos unos programas en cuanto a lo que son marcas en tema de innovación, el tema de exportación, el tema de fortalecimiento en general para ellas entonces es muy importante y aquí estamos también desde este rol que estamos haciendo el acompañamiento.

Lida Rivera y Lorena Chala: qué bien ¿qué consejo le darías a un emprendedor que en este momento va a iniciar su negocio?

Sandra Milena Ramírez Guzmán: bueno, hay que persistir y no desistir, hay que es seguir adelante, sé que es muy difícil emprender, es difícil emprender, no es fácil, tenemos, tiene que tenerla clara y saber que si es lo que quiere, que si eso es lo que lo motiva a seguir adelante, que si ese es el deseo y el proyecto de vida para esa persona, para ese emprendedor tiene que ir lucharlo, no tiene que dejar por medio de comentarios o por medio de otras situaciones dejarse caer, si lo quieren lo van a lograr y hay muchas entidades que los acompañamos aquí hay entidades como el Sena, la administración municipal, la Alcaldía, a la UNAD, en la Universidad Surcolombiana hay varias universidades que se han unido a esto, hay entidades del Gobierno nacional, la misma Gobernación, la Cámara de Comercio, en este momento existen muchas posibilidades para poder emprender y pues hacer ese acompañamiento y lograrlo es simplemente saber golpear puertas y saber buscar ayudas, sé que eso lo va a motivar y no los va a dejar de caer en ningún momento, entonces es simplemente persistir, persistir que las cosas se pueden desde el momento que ustedes quieran hacerlo, lo lograrán

Lida Rivera y Lorena Chala: muchas gracias por el tiempo, por este espacio que sin duda será de gran importancia para el desarrollo de nuestro proyecto, muchas gracias Sandra.

Anexo O.

Entrevista cuatro: Darío Fernando Ortiz López, presidente del Concejo municipal de La Plata.

Lida Rivera y Lorena Chala: muy buenas tardes, nos encontramos con Darío Fernando Ortiz López, presidente del Concejo del municipio de La Plata, presidente, nosotras somos estudiantes de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia -UNAD, y nos encontramos desarrollando el trabajo de grado que tiene como propósito identificar esas prácticas organizacionales que influyen en el éxito o en el fracaso de las empresas lideradas por mujeres en nuestro municipio, para realizar este trabajo de campo necesitamos hacer entrevistas a expertos, entonces en su calidad de presidente del Concejo requerimos 15 minutos de su tiempo y de igual manera que nos autorice el uso de sus datos y su imagen únicamente para efectos académicos.

Darío Fernando Ortiz López: bueno saludarlas a ustedes, felicidades por este trabajo y por el espacio que nos dan también para apoyar el trabajo que ustedes vienen adelantando y claro que sí estamos en toda la disposición de apoyar esta iniciativa que están desarrollando ustedes.

Lida Rivera y Lorena Chala: muchísimas gracias presidente, bueno presidente, ¿Usted considera desde su experiencia que el género tiene alguna influencia en la gestión de las empresas?

Darío Fernando Ortiz López: desde aquí del Consejo municipal yo les puedo contar algo, el Concejo ha tenido que darle esa inclusión, adoptar decretos presidenciales que desde el mismo Congreso ha optado también bajo acuerdos internacionales, en los cuales Colombia ha hecho parte y más que darle cumplimiento a la Ley yo creo que es una lucha de participación y de inclusión que han dado los en el en la historia las mismas mujeres y que se deben de contemplar porque hay veces se ha desconocido esa gran capacidad que existen ellas y el éxito en un trabajo digámoslo público integral es el tema de inclusión y cuando hablo de inclusión debemos de tener también

claro que hemos desconocido en varios momentos y en varios tiempos también esa gran labor que desarrolla la mujer también en diferentes partes de la sociedad.

Lida Rivera y Lorena Chala: ¿cuáles son los factores que usted considera determinantes tanto para el éxito o para el fracaso de cualquier empresa?

Darío Fernando Ortiz López: primero el éxito es apropiarnos nosotros en lo que estamos, es amar o querer lo que nosotros estamos desarrollando, si no tenemos ese sentido de pertenencia pues no va a tener el mismo éxito a desarrollar una actividad, segundo, creo que nosotros en una sociedad debemos de estar también en un tema de tolerancia, de concertación, ya ese tema de jerarquías internas deben de apropiarse más como en un tema de equipo sin desconocer también que hay unos superiores pero superiores deben de convertirse más que todo en el amigo, en la persona que está también incluida en todas las etapas de desarrollo de una misma empresa o una misma organización.

Lida Rivera y Lorena Chala: en términos de gestión empresarial ¿qué ventajas o desventajas considera que tenemos nosotras las mujeres?

Darío Fernando Ortiz López: primero como lo decía, en el tema empresarial, uno, la Ley establece la equidad de género que debe establecerse ya, por lo menos nosotros en el ámbito político si vamos a las listas en este momento que estamos desarrollando las elecciones que se aproximan saliéndome un poquitico del tema empresarial, pues nos obligan a tener ese tema de equidad, dentro de también las entidades públicas también igualmente existe ese tema de porcentaje de equidad de género, pero ir más allá, a lo que realmente la Ley nos exige, es también no desconocer digamos ese factor tan importante que desarrolla la mujer, que miramos nosotros en una sociedad, miramos más mujeres siendo cabezas de hogar y al mismo siendo empresarias, que ni nosotros siendo hombres como cabeza de hogar y desarrollar el otro papel, eso nos

demuestra a nosotros sin desconocer las capacidades digamos del hombre también, nos muestra lo más aguerridas vienen siendo las mujeres en estos temas, cuando se comprometen, cuando asumen una responsabilidad teniendo otra, eso da también un tema a una entidad el compromiso, la entrega que la mujer tiene, y entrega digamos si lo hace desde su punto de hogar, como lo hace ella también de organización en un tema empresarial, lo otro es que nosotros debemos de ir acabando ese tabú dentro de una sociedad y menospreciar ciertas labores o desconocer esas capacidades no, que cuando realmente nos encontramos y buscamos dentro de esos espacios esos valores tan grandes que se encuentran, ese dinamismo que encontramos en la mujer, pues nos va a llevar un tema diferente en el trabajo porque nosotros lo que si tenemos que comenzar a acabar es esa palabra mal dicha machismo digamos dentro de las mismas mujeres, como también en los mismos hombres.

Lida Rivera y Lorena Chala: bueno, en la respuesta a la primera pregunta nos comentaba de unos acuerdos que protegen la mujer, Usted nos puede por favor relacionar como que aspectos relevantes, pero frente a la gestión empresarial de las mujeres protege.

Darío Fernando Ortiz López: lo que hace este tema de inclusión más que todo va en el tema social y político de la mujer, por lo menos el porcentaje de inclusión en las listas de aspiraciones, en el porcentaje que deben tener las entidades públicas en el tema de vinculación laboral, un porcentaje de inclusión a la mujeres, pero eso también va en esos acuerdos también que se cree dentro de las corporaciones Asambleas, Congreso, Concejos, se cree ese tema de la conformación de la mujer, en una política pública que va organizada en los municipios, que las mujeres que están dentro de las corporaciones le hagan seguimiento y que trabajen también en esos espacios de inclusión, si vamos allá hay entidades que han sido supervisadas digamos dentro de los municipios o los departamentos, y esa comisión de la mujer como se establece son las que van a corroborar que se esté dando cumplimiento, en el caso aquí podemos crear una política, pero la política pública

no se puede quedar solo en el papel, la política pública también debe de participar en que las entidades públicas en sus espacios en sus presupuestos también contribuyan en esos temas de asociatividad, empresarial, en los cuales lideren estas mujeres, en donde se desarrollen, ya sean en el departamento o en los municipios.

Lida Rivera y Lorena Chala: presidente ¿qué consejo le daría a un emprendedor que desea iniciar una unidad de negocio?

Darío Fernando Ortiz López: el consejo que les doy, yo trabajo, la presidencia que tenemos nosotros en este momento la desarrollamos la mesa directiva estoy con dos mujeres, excelentes mujeres, la concejal Zulay y la Concejal Diana Ceballos, ellas son la primera vice presidenta y la segunda vicepresidenta, a uno ese trabajo que yo he desarrollado primero pues para mí no ha sido difícil el tema de trabajo con ellas, yo he venido apoyando todo ese tema de equidad de la mujer liderándolo, pero eso le da a uno un tema de organización, la mujer es persistente, la mujer no se detiene ante a alcanzar lo que hemos venido o tuvimos como objetivo, yo creería que tener la mujer en un tema empresarial es tener un tema de organización, es mostrar la otra cara que a veces no conocemos, y que nosotros debemos comenzar digamos no tanto en aplicación de la Ley porque nosotros aquí no lo hicimos por aplicación de la normatividad sino es por un tema de que nosotros de integración, de mostrar, porque dentro de las mismas corporaciones hay veces surte también ese tema de individualismo entre hombres, mujeres, y hoy mandamos ese mensaje nosotros y esa pregunta que Ustedes nos hacen nosotros le damos la respuesta es con el ejemplo de la mesa directiva que tenemos acá, y a parte de todo, ningún Concejo se había detenido en un tema administrativo, Ustedes lo pueden mirar que el Concejo municipal tiene una infraestructura muy bonita, pero de organización no teníamos mucho administrativamente, hoy con ellas podemos desarrollar proyectos administrativos de archivo, gestión documental, todo eso lo venimos

adelantando, que en años no se había desarrollado y eso queda a la organización que con base en ellas trabajamos nosotros, y creo yo que eso también va a beneficiar también en el sector privado y empresarial ese tema de organización que llevan las mujeres.

Lida Rivera y Lorena Chala: bueno presidente muchas gracias por abrirnos las puertas y por el tiempo que nos dedicó para esta entrevista.

Anexos (cuestionarios/encuestas)

DESCRIPCIÓN DE LA ENCUESTA

Somos estudiantes de la Maestría en Administración de Organizaciones, y estamos realizando la presente encuesta para recolectar datos del estudio “Estrategias para evitar el fracaso empresarial en mujeres emprendedoras en el municipio de la Plata Huila 2023-2032”. Para culminar con éxito el presente estudio, requerimos cinco minutos de su tiempo para responder el siguiente cuestionario.

La información recolectada solo tendrá fines académicos, se garantiza un manejo confidencial de los datos y sus resultados.

1) SI	2) NO
-------	-------

Autoriza el manejo de sus datos para fines académicos:

Encuesta No _____

1. CARACTERÍSTICAS DEL PROPIETARIO DE LA UNIDAD DE NEGOCIO

1.1 Género del propietario del negocio:

1) F	2) M
------	------

1.2 ¿Cuál era su edad cuando cerró su negocio? _____

1.3 ¿Cuál es el estrato socioeconómico del propietario(a)?

1) 1	2) 2	3) 3	4) 4	4) 5	6) 6
------	------	------	------	------	------

1.4 ¿Cuál es el régimen de salud al que está afiliado el propietario y/o familia del propietario?

1) Contributivo	2) Subsidiado	3) Otro	4) No está afiliado
-----------------	---------------	---------	---------------------

1.5 ¿Cuál es el nivel de formación que tiene usted?

- 1) Primaria incompleta
- 2) Primaria completa
- 3) Secundaria incompleta

- 4) Secundaria completa
- 5) Profesional
- 6) Posgrado
- 7) No tiene estudio

1.6. ¿En su núcleo familiar han tenido emprendimientos?

1) Sí__ Quién?

1) Padres	2) Hermanos	3) Hijos	4) Esposo (a) o cónyuge
-----------	-------------	----------	-------------------------

2) No _____

1. CARACTERÍSTICAS DE LA UNIDAD DE NEGOCIO

2.1. Su registro en cámara de comercio se formalizó como:

- 1. Persona natural
- 2. Persona jurídica

2.2. ¿Cuánto tiempo en años duro su negocio desde su creación hasta la cancelación de su matrícula mercantil?

2.3. ¿A qué sector pertenecía su negocio?

1) Primario (minería, agricultura)	2) Industria	3) Servicios	4) Comercio
------------------------------------	--------------	--------------	-------------

2.4. ¿Señale si su negocio cuenta o contaba con los siguientes requisitos y/o condiciones?

1) Registro Único Tributario- RUT-	a) Sí	b) No
2) Declaraba renta	a) Sí	b) No
3) Régimen simple de tributación	a) Sí	b) No
4) Responsable del IVA	a) Sí	b) No

2.5. ¿Qué actividades y productos financieros usaba o usa en su negocio?

1) Cuenta de ahorros y/o corrientes	a) Sí	b) No
2) Pago electrónicos	a) Sí	b) No
3) Crédito con entidad financiera	a) Sí	b) No

3.5 Para su situación particular, enumere de mayor a menor las principales causas de cierre de su unidad de negocio. (7 es mayor incidencia en el cierre y 1 menor influencia)

CAUSAS	1	2	3	4	5	6	7
1) Excesiva Competencia							
2) Cambio de residencia u ocupación							
3) Problemas de liquidez							
4) Desigualdad de Género							
5) Falta de innovación							
6) Problemas de gestión administrativa							
7) Cambios en el mercado							

3.6 De manera general, enumere de mayor a menor las principales causas que considere influyen en los cierres de las unidades de negocio. (7 es mayor incidencia en el cierre y 1 menor influencia)

CAUSAS	1	2	3	4	5	6	7
1) Excesiva Competencia							
2) Cambio de residencia u ocupación							
3) Problemas de liquidez							
4) Desigualdad de Género							
5) Falta de innovación							
6) Problemas de gestión administrativa							
7) Cambios en el mercado							

3.7 Cuando uno es nula influencia y 5 es total influencia ¿En qué nivel la pandemia COVID 19 influyó en el cierre de su negocio?

a) 1	b) 2	c) 2	d) 3	e) 4	f) 5
------	------	------	------	------	------

3.8. ¿Qué estrategias recomienda para evitar el cierre de un negocio?

DESCRIPCIÓN DE LA ENCUESTA

Somos estudiantes de la Maestría en Administración de Organizaciones, y estamos realizando la presente encuesta para recolectar datos del estudio “Estrategias para evitar el fracaso empresarial en mujeres emprendedoras en el municipio de la Plata Huila 2023-2032”. Para culminar con éxito el presente estudio, requerimos cinco minutos de su tiempo para responder el siguiente cuestionario.

La información recolectada solo tendrá fines académicos, se garantiza un manejo confidencial de los datos y sus resultados.

Autoriza el manejo de sus datos para fines

1) SI	2) NO
-------	-------

 académicos:

Encuesta No _____

2. CARACTERÍSTICAS DEL PROPIETARIO DE LA UNIDAD DE NEGOCIO

1.1 Género del propietario del negocio:

1) F	2) M
------	------

1.2 ¿Cuál era su edad cuando inició su negocio? _____

1.3 ¿Cuál es el estrato socioeconómico del propietario(a)?

1) 1	2) 2	3) 3	4) 4	4) 5	6) 6
------	------	------	------	------	------

1.4 ¿Cuál es el régimen de salud al que está afiliado el propietario y/o familia del propietario?

1) Contributivo	2) Subsidiado	3) Otro	4) No está afiliado
-----------------	---------------	---------	---------------------

1.5 ¿Cuál es el nivel de formación que tiene usted?

- 1) Primaria incompleta
- 2) Primaria completa
- 3) Secundaria incompleta
- 4) Secundaria completa
- 5) Profesional
- 6) Posgrado
- 7) No tiene estudio

1.6. ¿En su núcleo familiar han tenido emprendimientos?**1) Si ___ Quién?**

1) Padres	2) Hermanos	3) Hijos	4) Esposo (a) o cónyuge
-----------	-------------	----------	-------------------------

2) No _____**3. CARACTERÍSTICAS DE LA UNIDAD DE NEGOCIO****2.1. Su registro en cámara de comercio se formalizó como:**

1. Persona natural
2. Persona jurídica

2.2. ¿Cuánto tiempo en años tiene de vigencia su unidad de negocio?

2.3. ¿A qué sector pertenece su negocio?

1) Primario (minería, agricultura)	2) Industria	3) Servicios	4) Comercio
------------------------------------	--------------	--------------	-------------

2.4. ¿Señale si su negocio cuenta con los siguientes requisitos y/o condiciones?

1) Registro Único Tributario- RUT-	a) Sí	b) No
2) Declaraba renta	a) Sí	b) No
3) Régimen simple de tributación	a) Sí	b) No
4) Responsable del IVA	a) Sí	b) No

2.5. ¿Qué actividades y productos financieros usa en su negocio?

1) Cuenta de ahorros y/o corrientes	a) Sí	b) No
2) Pago electrónicos	a) Sí	b) No
3) Crédito con entidad financiera	a) Sí	b) No
4) Crédito con particulares	a) Sí	b) No
5) Créditos con proveedores	a) Sí	b) No

2.6. ¿Cuál fue la fuente de financiación para iniciar su negocio?

- 1) Recursos propios
- 2) Préstamos

- 3) Mixto (recursos propios y prestamos)
 4) Otras fuentes de financiación____ Cuál_____

3. PERCEPCIÓN DE LA SUPERVIVENCIA EMPRESARIAL

3.1 ¿En su núcleo familiar han tenido emprendimientos?

- 1) Sí____ 2) No _____

3.2. ¿Usted constituyó su negocio con previo conocimiento de la actividad comercial?

- 1) Sí____ 2) No _____

3.3 Para su situación particular, cuál es la principal causa de éxito de su unidad de negocio.

CAUSAS	
1) Amplio conocimiento del producto o servicio a ofrecer	
2) Conocimiento del mercado	
3) Asesoría contable y financiera	
4) Actividad comercial a fin con el Género	
5) Innovación	
6) Asesoría en la gestión administrativa	
7) Adaptabilidad a los cambios en el mercado	

3.4 De manera general, cuál es la causa que considera influye en el éxito de las unidades de negocio.

CAUSAS	
1) Amplio conocimiento del producto o servicio a ofrecer	
2) Conocimiento del mercado	
3) Asesoría contable y financiera	
4) Actividad comercial a fin con el Género	
5) Innovación	
6) Asesoría en la gestión administrativa	
7) Adaptabilidad a los cambios en el mercado	

3.5 Cual fue el impacto de la pandemia COVID 19 en su negocio?

Positivo_____

Negativo_____

¿Por qué?

3.6. ¿Qué estrategias recomienda para el éxito de un negocio?

Anexos (respuestas de las encuestas)

Edad, creación de emprendimiento

Estadísticos		
Edad		
N	Válido	144
	Perdidos	2
	Media	33,42
	Mediana	33,00
	Moda	32 ^a
	Desv. estándar	8,113
	Suma	4813

a. Existen múltiples modos. Se muestra el valor más pequeño.

Nota. Elaboración propia (2024).

Estrato propietario			
		N	%
1		36	24,7%
2		85	58,2%
3		24	16,4%
Perdidos	Sistema	1	0,7%

Nota. Elaboración propia (2024).

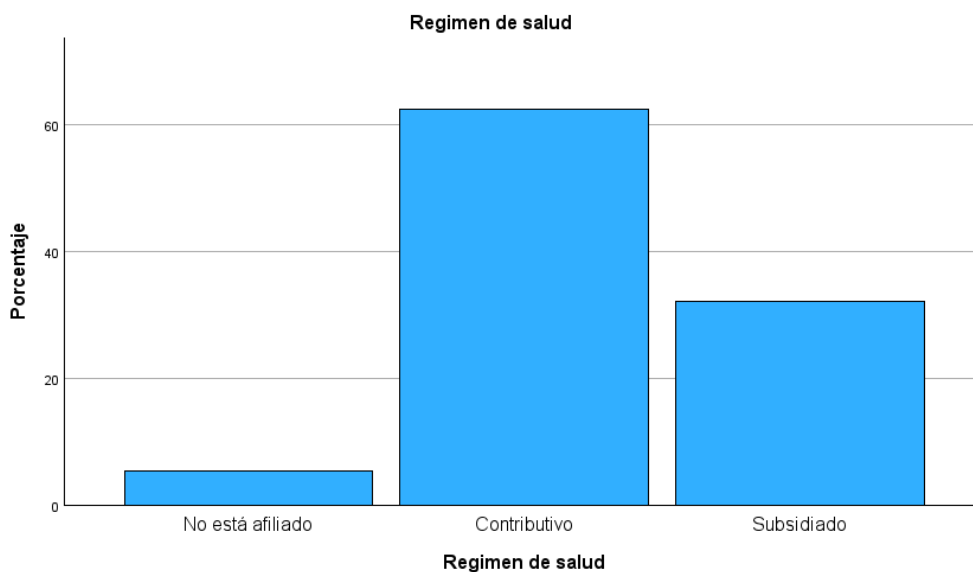
Estrato propietario					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	36	24,7	24,8	24,8
	2	85	58,2	58,6	83,4
	3	24	16,4	16,6	100,0
	Total	145	99,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,7		
Total		146	100,0		

Nota. Elaboración propia (2024).

Régimen de salud					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No está afiliado	8	5,5	5,5	5,5
	Contributivo	91	62,3	62,3	67,8

Subsidiado	47	32,2	32,2	100,0
Total	146	100,0	100,0	

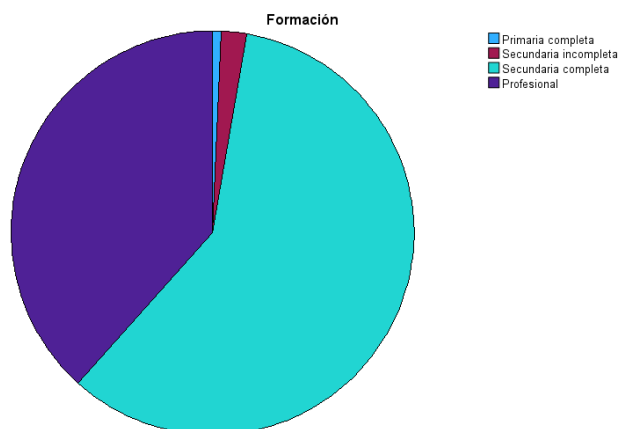
Nota. Elaboración propia (2024).



Nota. Elaboración propia (2024).

		Formación			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria completa	1	,7	,7	,7
	Secundaria incompleta	3	2,1	2,1	2,7
	Secundaria completa	86	58,9	58,9	61,6
	Profesional	56	38,4	38,4	100,0
Total		146	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).



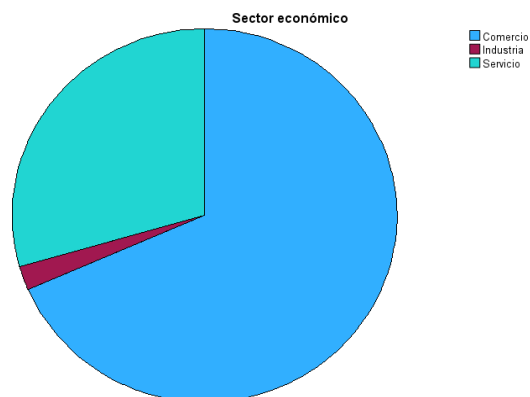
Nota. Elaboración propia (2024).

		Emprendimiento familiar			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Esposo (a) o cónyuge	9	6,2	6,2	6,2
	Hermanos	56	38,4	38,4	44,5
	Hijos	11	7,5	7,5	52,1
	Padres	29	19,9	19,9	71,9
	No	41	28,1	28,1	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

		Sector económico			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Comercio	100	68,5	68,5	68,5
	Industria	3	2,1	2,1	70,5
	Servicio	43	29,5	29,5	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).



Nota. Elaboración propia (2024).

RUT					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	146	100,0	100,0	100,0

Nota. Elaboración propia (2024).

Renta					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	145	99,3	99,3	99,3
	SI	1	,7	,7	100,0
Total		146	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

Régimen Simple					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	146	100,0	100,0	100,0

Nota. Elaboración propia (2024).

Responsable del IVA					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	146	100,0	100,0	100,0

Nota. Elaboración propia (2024).

Producto financiero					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	135	92,5	92,5	92,5
	SI	11	7,5	7,5	100,0
Total		146	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

Crédito con particulares					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	146	100,0	100,0	100,0

Nota. Elaboración propia (2024).

Crédito con entidad financiera					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	145	99,3	99,3	99,3
	SI	1	,7	,7	100,0
Total		146	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

Créditos con proveedores					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	146	100,0	100,0	100,0

Nota. Elaboración propia (2024).

Fuente financiación primer emprendimiento					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mixto (recursos propios y prestamos)	53	36,3	36,3	36,3

Recursos propios	18	12,3	12,3	48,6
Préstamos	75	51,4	51,4	100,0
Total	146	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

Emprendimientos núcleo familiar					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	16	11,0	11,0	11,0
	Si	130	89,0	89,0	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

Previo conocimiento de la actividad comercial					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido		1	,7	,7	,7
	No	8	5,5	5,5	6,2
	Si	137	93,8	93,8	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

1) Conocimiento del producto					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Causa	132	90,4	90,4	90,4
	Vacío	14	9,6	9,6	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

2) Conocimiento del mercado					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Causa	102	69,9	69,9	69,9
	Vacío	44	30,1	30,1	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

3) Asesoría contable y financiera					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

Válido	Causa	50	34,2	34,2	34,2
	Vacío	96	65,8	65,8	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

4) Actividad comercial a fin con el Género					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Causa	10	6,8	6,8	6,8
	Vacío	136	93,2	93,2	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

5) Innovación					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Causa	25	17,1	17,1	17,1
	Vacío	121	82,9	82,9	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

6) Asesoría en la gestión administrativa					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Causa	49	33,6	33,6	33,6
	Vacío	97	66,4	66,4	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

7) Adaptabilidad a los cambios en el mercado					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Causa	45	30,8	30,8	30,8
	Vacío	101	69,2	69,2	100,0
	Total	146	100,0	100,0	

Vigencia negocio					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	10	1	,7	,7	,7
	11	1	,7	,7	1,4
	13	2	1,4	1,4	2,7

16	12	8,2	8,2	11,0
17	15	10,3	10,3	21,2
18	7	4,8	4,8	26,0
19	18	12,3	12,3	38,4
20	15	10,3	10,3	48,6
21	11	7,5	7,5	56,2
22	6	4,1	4,1	60,3
23	7	4,8	4,8	65,1
24	3	2,1	2,1	67,1
25	7	4,8	4,8	71,9
26	11	7,5	7,5	79,5
27	9	6,2	6,2	85,6
28	2	1,4	1,4	87,0
29	4	2,7	2,7	89,7
30	8	5,5	5,5	95,2
33	2	1,4	1,4	96,6
36	3	2,1	2,1	98,6
43	1	,7	,7	99,3
49	1	,7	,7	100,0
Total	146	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

Pregunta sobre impacto de la pandemia.

96,5% impacto negativo pandemia.

Empresarios fracaso

Género					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	84	42,0	42,0	42,0
	Femenino	116	58,0	58,0	100,0
Total		200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

Estadísticos		
Edad en la que cerro negocio		
N	Válido	198
	Perdidos	2
Media		37,33
Mediana		35,00

Moda	28
Desv. estándar	9,708

Nota. Elaboración propia (2024).

		Edad en la que cerro negocio			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	25	7	3,5	3,5	3,5
	26	14	7,0	7,1	10,6
	27	13	6,5	6,6	17,2
	28	19	9,5	9,6	26,8
	29	14	7,0	7,1	33,8
	30	6	3,0	3,0	36,9
	31	6	3,0	3,0	39,9
	32	13	6,5	6,6	46,5
	33	5	2,5	2,5	49,0
	34	1	,5	,5	49,5
	35	4	2,0	2,0	51,5
	36	5	2,5	2,5	54,0
	37	1	,5	,5	54,5
	38	4	2,0	2,0	56,6
	39	1	,5	,5	57,1
	40	7	3,5	3,5	60,6
	41	1	,5	,5	61,1
	42	6	3,0	3,0	64,1
	43	11	5,5	5,6	69,7
	44	3	1,5	1,5	71,2
	45	5	2,5	2,5	73,7
	46	4	2,0	2,0	75,8
	47	4	2,0	2,0	77,8
	48	8	4,0	4,0	81,8
	49	7	3,5	3,5	85,4
	50	5	2,5	2,5	87,9
	51	5	2,5	2,5	90,4
	52	5	2,5	2,5	92,9
	53	3	1,5	1,5	94,4
	54	3	1,5	1,5	96,0
	55	4	2,0	2,0	98,0
	56	3	1,5	1,5	99,5
	58	1	,5	,5	100,0
	Total	198	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,0		
Total		200	100,0		

Nota. Elaboración propia (2024).

Estrato socioeconómico del propietario					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	40	20,0	20,0	20,0
	2	108	54,0	54,0	74,0
	3	52	26,0	26,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

Régimen de salud					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Contributivo	85	42,5	42,5	42,5
	Subsidiado	110	55,0	55,0	97,5
	No está afiliado	5	2,5	2,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

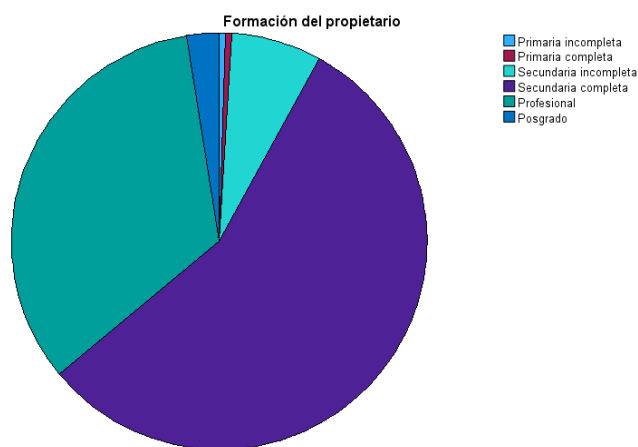
Duración negocio en años					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	,25	5	2,5	2,5	2,5
	,33	6	3,0	3,0	5,5
	,41	6	3,0	3,0	8,5
	,50	9	4,5	4,5	13,0
	,58	5	2,5	2,5	15,5
	,66	5	2,5	2,5	18,0
	,75	2	1,0	1,0	19,0
	,83	5	2,5	2,5	21,5
	,91	5	2,5	2,5	24,0
	1,00	52	26,0	26,0	50,0
	1,08	1	,5	,5	50,5
	1,17	1	,5	,5	51,0
	1,25	7	3,5	3,5	54,5
	1,30	3	1,5	1,5	56,0
	1,40	1	,5	,5	56,5
	1,50	2	1,0	1,0	57,5
	2,00	35	17,5	17,5	75,0
	2,25	1	,5	,5	75,5
	2,33	1	,5	,5	76,0
	2,41	2	1,0	1,0	77,0
	2,50	4	2,0	2,0	79,0
	3,00	29	14,5	14,5	93,5
	3,41	1	,5	,5	94,0

3,50	1	,5	,5	94,5
3,83	1	,5	,5	95,0
4,00	9	4,5	4,5	99,5
4,41	1	,5	,5	100,0
Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

Formación del propietario		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria incompleta	1	,5	,5	,5
	Primaria completa	1	,5	,5	1,0
	Secundaria incompleta	14	7,0	7,0	8,0
	Secundaria completa	112	56,0	56,0	64,0
	Profesional	67	33,5	33,5	97,5
	Posgrado	5	2,5	2,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).



Nota. Elaboración propia (2024).

Emprendimientos núcleo familiar		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Esposo (a) o cónyuge	16	8,0	8,1	8,1
	Hermanos	68	34,0	34,3	42,4
	Hijos	12	6,0	6,1	48,5
	No	76	38,0	38,4	86,9

	Padres	26	13,0	13,1	100,0
	Total	198	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,0		
Total		200	100,0		

Nota. Elaboración propia (2024).

Registro Cámara de Comercio					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Contributivo	1	,5	,5	,5
	Subsidiado	199	99,5	99,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

Sector económico a que pertenecía el negocio					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Comercio	124	62,0	62,0	62,0
	Industria	3	1,5	1,5	63,5
	Sector primario (minería, agricultura)	2	1,0	1,0	64,5
	Servicios	71	35,5	35,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

Registro Único Tributario-RUT-					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	200	100,0	100,0	100,0

Nota. Elaboración propia (2024).

Declaración de renta					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	200	100,0	100,0	100,0

Nota. Elaboración propia (2024).

Régimen Simple de Tributación					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	200	100,0	100,0	100,0

Nota. Elaboración propia (2024).

Responsable de recaudo del IVA					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	200	100,0	100,0	100,0

Nota. Elaboración propia (2024).

Producto financiero					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	144	72,0	72,0	72,0
	Si	56	28,0	28,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

Pagos electrónicos					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	177	88,5	88,5	88,5
	Si	23	11,5	11,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

Crédito con entidad financiera					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	197	98,5	98,5	98,5
	Si	3	1,5	1,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

Crédito con particulares					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	198	99,0	99,0	99,0
	Si	2	1,0	1,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

Créditos con proveedores					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	197	98,5	98,5	98,5
	Si	3	1,5	1,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

Fuente financiación del emprendimiento					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mixto (recursos propios y prestamos)	97	48,5	48,5	48,5
	Prestamos	68	34,0	34,0	82,5
	Recursos propios	35	17,5	17,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

Negocios ha tenido que desistir por resultados negativos					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	179	89,5	89,5	89,5
	2	21	10,5	10,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

Emprendimientos familiares					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	75	37,5	37,5	37,5
	Si	125	62,5	62,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

Previo conocimiento en el negocio					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	22	11,0	11,0	11,0
	Si	178	89,0	89,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

Actividad posterior al emprendimiento					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desempleado	68	34,0	34,0	34,0
	Empleado entidad privada	32	16,0	16,0	50,0
	Empleado entidad pública	23	11,5	11,5	61,5
	Independiente	60	30,0	30,0	91,5
	Nuevo emprendimiento	17	8,5	8,5	100,0
	Total		200	100,0	100,0

Nota. Elaboración propia (2024).

Para su situación particular, cual es la principal causa de cierre de su unidad de negocio					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Cambio de residencia u ocupación	4	2,0	2,0	2,0
	Cambios en el mercado	28	14,0	14,0	16,0
	Excesiva competencia	31	15,5	15,5	31,5
	Falta de innovación	35	17,5	17,5	49,0
	Gestión administrativa	29	14,5	14,5	63,5
	Problemas de liquidez	73	36,5	36,5	100,0
	Total		200	100,0	100,0

Nota. Elaboración propia (2024).

Causa principal de los cierres de negocios en general					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Cambio de residencia u ocupación	4	2,0	2,0	2,0
	Cambios en el mercado	28	14,0	14,0	16,0
	Excesiva competencia	31	15,5	15,5	31,5
	Falta de innovación	35	17,5	17,5	49,0
	Problemas de gestión administrativa	29	14,5	14,5	63,5
	Problemas de liquidez	73	36,5	36,5	100,0
	Total		200	100,0	100,0

Nota. Elaboración propia (2024).

Estadísticos		
Negocios ha tenido que desistir	Influencia Pandemia	Duración negocio en años

		por resultados negativos		
N	Válido	200	200	200
	Perdidos	0	0	0
	Media	1,11	2,47	1,6272
	Mediana	1,00	2,00	1,0400
	Moda	1	1	1,00
	Desv. estándar	,307	1,352	1,03784

Nota. Elaboración propia (2024).

Influencia Pandemia					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Uno	71	35,5	35,5	35,5
	Dos	36	18,0	18,0	53,5
	Tres	37	18,5	18,5	72,0
	Cuatro	41	20,5	20,5	92,5
	Cinco	15	7,5	7,5	100,0
Total		200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia (2024).

Análisis dos variables

Éxito empresarial

Informe					
Vigencia negocio en años					
Formación	Media	N	Desv. estándar	Mínimo	Máximo
Primaria completa	16,00	1	.	16	16
Secundaria incompleta	20,67	3	7,234	16	29
Secundaria completa	22,72	83	4,670	16	36
Profesional	22,46	54	6,714	16	49
Total	22,53	141	5,567	16	49

Nota. Elaboración propia (2024).

Informe					
Vigencia negocio en años					
Fuente financiación	Medi a	N	Desv. estándar	Mínimo	Máximo
Mixta (propios y préstamo)	22,10	51	5,460	10	36
Préstamo	22,88	75	5,952	13	49

Recursos propios	19,85	20	5,518	11	30
Total	22,19	146	5,775	10	49

Nota. Elaboración propia (2024).

Tabla cruzada Formación *Fuente financiación					
Recuento		Fuente financiación			Total
		Mixta (propios y préstamo)	Préstamo	Recursos propios	
Formación	Primaria completa	0	0	1	1
	Secundaria incompleta	1	1	1	3
	Secundaria completa	25	48	10	83
	Profesional	24	25	5	54
Total		50	74	17	141

Nota. Elaboración propia (2024).

Informe					
Vigencia negocio en años					
Sector económico	Media	N	Desv. estándar	Mínimo	Máximo
Comercio	22,59	96	5,564	16	49
Industria	36,00	3	7,000	29	43
Servicio	21,43	42	4,145	16	30
Total	22,53	141	5,567	16	49

Nota. Elaboración propia (2024).

Tabla cruzada Formación *Sector económico					
Recuento		Sector económico			Total
		Comercio	Industria	Servicio	
Formación	Primaria completa	0	0	1	1
	Secundaria incompleta	1	1	1	3
	Secundaria completa	68	0	15	83
	Profesional	27	2	25	54
Total		96	3	42	141

Nota. Elaboración propia (2024).

Informe					
----------------	--	--	--	--	--

Vigencia negocio en años					
Edad	Media	N	Desv. estándar	Mínimo	Máximo
16	17,00	1	.	17	17
19	22,00	1	.	22	22
21	19,67	3	3,512	16	23
22	21,40	5	4,037	16	27
23	27,00	5	9,460	19	43
24	20,86	7	5,047	16	29
25	20,50	6	5,206	17	30
26	24,43	7	4,353	16	29
27	25,17	6	3,971	20	30
28	24,14	7	11,335	17	49
29	19,50	2	,707	19	20
30	21,00	4	2,828	19	25
31	21,71	7	5,823	17	33
32	21,44	9	6,207	16	36
33	25,20	5	2,864	23	30
34	22,80	5	4,764	16	27
35	24,00	9	3,464	19	30
36	24,00	4	4,967	19	30
37	21,86	7	4,413	17	29
38	24,17	6	3,971	17	28
39	21,00	4	3,367	17	25
40	18,00	4	1,826	16	20
41	20,63	8	6,301	17	36
42	24,00	4	8,832	11	30
43	28,00	3	9,165	18	36
44	23,00	4	7,118	17	33
45	13,00	1	.	13	13
46	30,00	1	.	30	30
47	18,00	2	2,828	16	20
49	16,00	1	.	16	16
52	20,33	3	2,082	18	22
53	17,00	2	1,414	16	18
55	16,00	1	.	16	16
Total	22,34	144	5,672	11	49

Nota. Elaboración propia (2024).

Informe						
Edad inicio de negocio						
	Formación	Media	N	Desv. estándar	Mínimo	Máximo
Primaria completa		53,00	1	.	53	53
Secundaria incompleta		34,00	3	3,000	31	37
Secundaria completa		34,13	83	8,146	16	55

Profesional	31,78	54	7,578	19	52
Total	33,36	141	8,051	16	55

Nota. Elaboración propia (2024).

Fracaso empresarial

Informe formación-tiempo de duración negocio					
Duración negocio en años					
Formación del propietario	Media	N	Desv. estándar	Mínimo	Máximo
Primaria incompleta	1,0000	1	.	1,00	1,00
Primaria completa	,5000	1	.	,50	,50
Secundaria incompleta	1,5271	14	1,26221	,33	4,00
Secundaria completa	1,6252	112	,99215	,25	4,00
Profesional	1,6039	67	1,06689	,25	4,41
Posgrado	2,6160	5	,79280	2,00	3,83
Total	1,6272	200	1,03784	,25	4,41

Nota. Elaboración propia (2024).

Informe					
Duración negocio en años					
Para su situación particular, cual es la principal causa de cierre de su unidad de negocio.	Media	N	Desv. estándar	Mínimo	Máximo
Cambio de residencia u ocupación	1,2675	4	1,16726	,50	3,00
Cambios en el mercado	1,8504	28	1,04161	,58	4,00
Excesiva competencia	1,4590	31	,89091	,33	4,00
Falta de innovación	1,6797	35	1,06075	,25	4,41
Gestión administrativa	1,6341	29	1,03341	,25	3,83
Problemas de liquidez	1,6048	73	1,09334	,25	4,00
Total	1,6272	200	1,03784	,25	4,41

Nota. Elaboración propia (2024).

Informe					
Duración negocio en años					
Sector económico a que pertenecía el negocio	Media	N	Desv. estándar	Mínimo	Máximo
Comercio	1,6588	124	1,01984	,25	4,41
Industria	3,4700	3	,50269	3,00	4,00
Sector primario (minería, agricultura)	1,0000	2	,00000	1,00	1,00

Servicios	1,5118	71	1,02725	,25	4,00
Total	1,6272	200	1,03784	,25	4,41

Nota. Elaboración propia (2024).

Informe					
Duración negocio en años	Media	N	Desv. estándar	Mínimo	Máximo
Fuente financiación del emprendimiento					
Mixto (recursos propios y prestamos)	1,6423	97	,99009	,25	4,00
Prestamos	1,7213	68	1,13313	,25	4,41
Recursos propios	1,4026	35	,96742	,33	3,41
Total	1,6272	200	1,03784	,25	4,41

Nota. Elaboración propia (2024).

Informe					
Duración negocio en años	Media	N	Desv. estándar	Mínimo	Máximo
Edad en la que cerro negocio					
25	1,6529	7	1,01161	,66	3,00
26	1,4579	14	,89057	,25	3,00
27	1,5946	13	1,26030	,33	4,00
28	1,6921	19	,92078	,41	4,00
29	1,4450	14	,79028	,33	3,00
30	1,6050	6	1,33287	,25	3,50
31	1,7667	6	1,15355	1,00	4,00
32	1,4608	13	,91899	,25	3,00
33	,8000	5	,27386	,50	1,00
34	1,0000	1	.	1,00	1,00
35	1,7500	4	,95743	1,00	3,00
36	1,5820	5	,91029	,91	3,00
37	1,0000	1	.	1,00	1,00
38	1,2675	4	,85195	,41	2,00
39	,5000	1	.	,50	,50
40	1,3443	7	,85397	,58	3,00
41	2,4100	1	.	2,41	2,41
42	1,6117	6	1,09855	,50	3,00
43	1,5755	11	,85477	,33	3,00
44	,9700	3	,29614	,66	1,25
45	1,9620	5	1,20396	1,00	3,83
46	2,5375	4	1,61136	,33	4,00
47	1,2500	4	,50000	1,00	2,00
48	2,1875	8	1,25178	,50	4,00
49	2,3543	7	1,42905	,41	4,41
50	2,2000	5	,83666	1,00	3,00

51	1,8320	5	,85213	,66	3,00
52	,5660	5	,27254	,25	1,00
53	2,6667	3	1,52753	1,00	4,00
54	2,3333	3	1,52753	1,00	4,00
55	2,6025	4	1,73936	,41	4,00
56	,6100	3	,37590	,25	1,00
58	,7500	1	.	,75	,75
Total	1,6285	198	1,04179	,25	4,41

Nota. Elaboración propia (2024).

Tabla cruzada Para su situación particular, cual es la principal causa de cierre de su unidad de negocio. Formación del propietario

Recuento		Formación del propietario						Total
		Primaria incompleta	Primaria completa	Secundaria incompleta	Secundaria completa	Profesional	Posgrado	
Para su situación particular, cual es la principal causa de cierre de su unidad de negocio.	Cambio de residencia u ocupación	0	0	0	3	1	0	4
	Cambios en el mercado	0	0	2	15	11	0	28
	Excesiva competencia	0	0	2	18	11	0	31
	Falta de innovación	0	0	0	16	18	1	35
	Gestión administrativa	0	0	2	17	9	1	29
	Problemas de liquidez	1	1	8	43	17	3	73
Total		1	1	14	112	67	5	200

Nota. Elaboración propia (2024).

Tabla cruzada Para su situación particular, cual es la principal causa de cierre de su unidad de negocio. *Actividad posterior al emprendimiento

Recuento		Actividad posterior al emprendimiento					Total
		Desempleado	Empleado entidad privada	Empleado entidad pública	Independiente	Nuevo emprendimiento	
Para su situación particular, cual es la principal causa de cierre de su unidad de negocio.	Cambio de residencia u ocupación	1	1	0	1	1	4
	Cambios en el mercado	17	2	0	7	2	28
	Excesiva competencia	9	6	3	11	2	31
	Falta de innovación	4	10	4	14	3	35
	Gestión administrativa	9	3	5	8	4	29
	Problemas de liquidez	28	10	11	19	5	73
Total		68	32	23	60	17	200

Nota. Elaboración propia (2024).