

# Análisis de perdurabilidad del emprendimiento empresarial en el sector comercio de la Comuna 9 de Villavicencio

**Jhon Alexander Ruano Marulanda**


*Universidad de los Llanos, Facultad de Ciencias Económicas, Escuela de Administración y Negocios, Villavicencio, Colombia*

✉ [jhon.ruano@unillanos.edu.co](mailto:jhon.ruano@unillanos.edu.co)

**Robert Osorio Perdomo**

*Universidad de los Llanos, Facultad de Ciencias Económicas, Escuela de Administración y Negocios, Villavicencio, Meta, Colombia*

✉ [rosorio@unillanos.edu.co](mailto:rosorio@unillanos.edu.co)

 Fecha de recepción: 29/03/2022 – Fecha de aceptación: 24/06/2022

**Cómo citar este artículo:** Ruano Marulanda, J. y Osorio Perdomo, R. (2023). Análisis de perdurabilidad del emprendimiento empresarial en el sector comercio de la Comuna 9 de Villavicencio. *Revista Perspectivas de las Ciencias Económicas y Jurídicas*. Vol. 13, N° 1 (enero-junio). Santa Rosa: FCE-yJ (UNLPam); EdUNLPam; pp. 119-132. ISSN 2250-4087, e-ISSN 2445-8566. <http://dx.doi.org/10.19137/perspectivas-2023-v13n1a09>

**Resumen:** Diversos factores han dificultado la apertura de nuevas empresas en Villavicencio y su consolidación en el mercado por más de cinco años, lo que aumenta los índices de desempleo, pobreza y desigualdad. A partir de allí, se pretende generar estrategias que aumenten la probabilidad de subsistencia de los actuales y futuros emprendimientos en Villavicencio a través de un estudio de tipo censal, aplicado bajo un modelo de encuesta, a 257 empresas del sector comercio de la Comuna 9 de Villavicencio. Los resultados obtenidos permiten realizar un análisis estadístico descriptivo de las principales causas de este problema.

El propósito de este artículo es generar alternativas de solución que coadyuven a mitigar la deserción empresarial e incentive el emprendimiento a gran escala. Se estima que una vez que se creen mesas de trabajo entre el gobierno, las



Licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)

instituciones de educación superior (IES), la banca, la administración de impuestos y los gremios económicos, se puede llegar a la construcción de planes y políticas que favorezcan la creación y consolidación del tejido empresarial y su sostenibilidad en el tiempo.

**Palabras claves:** empresa; innovación; capital; tributación; políticas públicas.

### ***Analysis of perdurability of business entrepreneurship in the commerce sector of the nueve community of Villavicencio***

**Abstract:** Several factors have hindered the opening of new companies in Villavicencio and their consolidation in the market for more than five years. This increases the rates of unemployment, poverty, and inequality. From there, it is intended to design a strategic plan that increases the probability of subsistence of current and future ventures in Villavicencio, through a census-type study, applied under a survey model to 257 companies in the commercial sector of the commune nine of Villavicencio. The results obtained allow a descriptive statistical analysis of the main causes of this problem.

The purpose of this article is to generate alternative solutions that help mitigate business desertion and encourage large-scale entrepreneurship. It is estimated that once worktables are created between the government, banks, economic unions, and the business fabric, for the construction of public policies that favor entrepreneurship in the region, the productive sector and society in general will be able to perceive an economic acceleration and a greater welfare state.

**Keywords:** business; innovation; capital; taxation; public policies.

### ***Análise da perdurabilidade do empreendedorismo de negócios no setor de comércio da comunidade de nueve de Villavicencio***

**Resumo:** Vários fatores dificultam a abertura de novas empresas em Villavicencio e sua consolidação no mercado por mais de cinco anos. Isso aumenta as taxas de desemprego, pobreza e desigualdade. A partir daí, pretende-se gerar estratégias que aumentem a probabilidade de subsistência dos atuais e futuros empreendimentos em Villavicencio, através de um estudo tipo censo aplicado sob um modelo de pesquisa a 257 empresas do setor de comércio da comuna de Villavicencio nove. Os resultados obtidos permitem uma análise estatística descritiva das principais causas deste problema.

O objetivo deste artigo é gerar alternativas de solução que ajudem a mitigar a deserção de negócios e incentivar o empreendedorismo em larga escala. Estima-se que uma vez criadas mesas de trabalho entre governo, instituições de ensino superior (IES), bancos, administração fiscal e associações econômicas, é possível chegar à construção de planos e políticas que favoreçam a criação e consolidação do negócio tecido e sua sustentabilidade ao longo do tempo.

**Palavras-chave:** negócios; inovação; capital, tributação; políticas públicas.

## **1. Introducción**

Según fuentes de la Cámara de Comercio de Villavicencio (CCV), el departamento del Meta cuenta con 48.819 empresas, de las cuales 28.487 se encuentran ubicadas en la ciudad de Villavicencio. De estas últimas, 20.576 son establecimientos de producción y comercialización, y de estos, 772 pertenecen al sector comercio, al mismo tiempo que forman parte de la comuna 9 de dicho

municipio, cuyos barrios comprenden principalmente a Ciudad Porfía y Urbanización la Madrid (R. O. Perdomo, comunicación personal, 15 de octubre de 2021).

Villavicencio se caracteriza por ser una ciudad agrícola y ganadera, cuyos habitantes son personas aguerridas y emprendedoras. Sin embargo, muchos de los emprendimientos que allí se crean fracasan en un período de tiempo menor a cinco años como resultado de diversos factores, entre ellos: el desconocimiento del sector en el que operan; el exceso de cargas tributarias por parte del Estado; la falta de innovación y de valor agregado en las ideas de negocio; las recesiones económicas; el capital insuficiente producto de la falta de financiación; entre otras.

Por consiguiente, la implementación de políticas públicas que favorezcan el espíritu emprendedor es de suma importancia para poder ver un impacto en la práctica en un entorno real. Es por esto que el objetivo de esta investigación se centra en la recolección, tabulación y análisis de datos sobre la situación actual del emprendimiento empresarial en el sector comercio de Villavicencio, buscando identificar las principales causas del problema que aqueja y generando estrategias de sostenibilidad.

El análisis de los resultados permitirá generar sugerencias o recomendaciones de mejora que coadyuven a la creación de nuevas empresas, reduzcan la probabilidad de cierre de estas mismas en un período de tiempo menor a cinco años e incentiven el espíritu emprendedor en la ciudad de Villavicencio, con miras a consolidarse como una ciudad altamente competitiva a nivel nacional.

## 2. Contexto teórico

Los estudios sobre emprendimiento fueron iniciados por Richard Cantillon en 1755, quién definió al emprendedor como “un individuo que asume riesgos en condiciones de incertidumbre” (cfr. “Historia del emprendimiento”, s.f.).

Por otro lado, se puede definir al emprendimiento como la forma en que se llevan a cabo ideas viables de negocio partiendo de una necesidad de mercado, con el fin de obtener utilidades por medio de una administración efectiva. Se presume que el ser humano, por naturaleza, nace con espíritu de emprendedor. Sin embargo, por falta de apoyo, de recursos, de credibilidad y hasta por desconocimiento de las oportunidades que se tienen, muchas veces este no llega a materializarse. También es menester resaltar que algunas regiones del país se han visto mayormente privilegiadas ante inversiones públicas y privadas en materia empresarial, ya que de acuerdo con Rubén Darío Vásquez (2011) en la revista *Uniciencia*:

El emprendimiento nace en Colombia a mediados de la década de los setenta como una actividad económica, sin embargo, hubo mayor influencia y desarrollo en algunas regiones como en el centro del país. Algunas instituciones como Innpulsa, incentivaron el emprendimiento en quince departamentos de Colombia, entre ellos, el Meta. (p. 24)

Así mismo, a mediados de la década de los 70 en Colombia, algunas familias se arriesgaron con pequeños ahorros personales y familiares, algunos reunieron un pequeño capital, otros recurrieron a fuentes informales de financiación, y de esta forma crearon sus pequeños emprendimientos, en su mayoría dedicados a actividades económicas tradicionales para la época.

Actualmente, y desde 1987, el Instituto Colombiano de Estudios Superiores de Incolda (ICESI) “realiza el Congreso Latinoamericano de Espíritu Empresarial, con más de 16 versiones en las que han participado más de 4 mil personas, principalmente estudiantes de pregrado” (Vásquez, 2011, p. 25). Este ha sido un paso importante para el fomento de la cultura hacia el emprendimiento; tanto así que tres años más tarde, es decir hacia 1990, según fuentes del Censo Económico Nacional del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (citado por Vásquez, 2011), “Colciencias, contando con la posterior Ley de Ciencia y Tecnología, viene adelantando importantes actividades en materia de emprendimiento, como promover incubadoras de empresas de base tecnológica, por ejemplo” (p. 26).

Sin embargo, de acuerdo con Ana María Choquehuanca, presidenta de la Asociación de Gremios de la Pequeña y Mediana Empresa (PYME) de Perú, “actualmente, en países como Colombia, Salvador y Paraguay, menos del 10% de las pequeñas empresas invierten en digitalización” (Gutiérrez Nuñez, 2021). Este se considera un dato preocupante teniendo en cuenta que estamos en la era de la modernidad y la revolución tecnológica.

Otro factor decisivo en el cierre de las empresas son las recesiones económicas, esto teniendo en cuenta que, de acuerdo con el DANE (2020), ante la inminente crisis económica producto de la emergencia sanitaria por Coronavirus, en Colombia, “para el año 2020 cerraron 509.370 micronegocios, así mismo el 82,9% de estas unidades económicas disminuyó sus ventas en este año” (p. 3).

Del mismo modo, según la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB), “el 96% de las empresas que liquidan al año son microempresas dedicadas al comercio (35%), alojamiento y servicios de comida (14%), e industrias manufactureras (10%)” (Concejo de Bogotá, 2021). Se cree que esto sucede porque “estas organizaciones tienen menor sostenibilidad, adaptación a la competencia y capacidad de respuesta a los cambios del mercado (Ogliastri, 2020). Sin embargo, de acuerdo con León y Caicedo (2011, citado en Cárdenas, 2017), este fenómeno ocurre por:

El uso inadecuado de las regalías, las cuales no se emplean para favorecer la creación de empresas, direccionándolas en gastos muchas veces innecesarios, como la celebración de costosas festividades; olvidando que el llamado “oro negro” es un recurso no renovable que dejará de existir dentro de unos años, dejando altos índices de pobreza, daños ambientales y problemas sociales, entre otros. (p. 14)

De acuerdo con Barrios Trujillo (2017), “existen diferentes razones por las cuales este fenómeno ocurre, se abarca desde el financiamiento, hasta los pocos recursos con los que cuenta un emprendedor para crear y mantener su empresa” (p. 10).

Se cree también que Villavicencio, la capital del departamento del Meta, es un municipio predilecto al auge del emprendimiento desde el sector primario, pues goza de buena agricultura, ganadería, minería y de explotación petrolera. A pesar de esto, “en los últimos años ha aumentado el índice de desempleo y trabajo informal, considerando este último como el mayor generador de empleo en la ciudad; situación ocasionada por el desconocimiento de los mecanismos y entidades para emprender” (Caicedo y León, 2011, citado en Cárdenas, 2017, p. 14).

Sin embargo, el desconocimiento de la norma y, más aún, la falta de implementación de políticas públicas que favorezcan e incentiven el emprendimiento son barreras que el Estado colombiano puede controlar, pero que, sin embargo, continúan impidiendo la apertura y consolidación de nuevos emprendimientos. Es por esto que, de acuerdo con Buitrago Nova (2014),

... [e] análisis de las políticas públicas y las leyes implementadas para favorecer el espíritu emprendedor es importante para poder ver el impacto en la práctica dentro de un contexto real, generalmente, el desconocimiento de las normas y de las oportunidades, así como de los deberes y derechos, que se le presentan al individuo es el primer obstáculo para realizar las ideas emprendedoras que se tienen. (p. 11)

A partir de lo anterior, se puede resaltar que si en la ciudad de Villavicencio no se crean con urgencia políticas públicas que favorezcan e incentiven el emprendimiento a gran escala; se continúa la mala inversión de recursos provenientes de regalías e impuestos; no se dan facilidades a los emprendedores para financiar sus proyectos y subsanar la carga tributaria; y no se incentiva el interés por la innovación y la creación de empresas sostenibles desde las aulas de clase, se seguirán obteniendo los mismos resultados que hasta ahora.

### **3. Contexto jurídico**

Cuando se habla de la normatividad del emprendimiento empresarial en Colombia, se puede mencionar a la Constitución política de 1991, además de leyes y decretos que juegan un papel fundamental en la creación y consolidación de nuevas empresas. A continuación, procederemos a enumerar algunas de ellas, de mayor a menor jerarquía, según la pirámide de Kelsen.

#### **3.1. Constitución política de Colombia (1991)**

La Carta política de 1991, en su art. 38, menciona que “... se garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad”. Asimismo, el art. 333 de la Carta Magna promulga que:

El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial. El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional. La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación.

Los artículos allí expuestos constituyen la base para la libertad económica y la libertad de asociación en Colombia.

### 3.2. Ley 2069 (2020)

Esta ley tiene por objeto establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento como también la consolidación y la sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad. Dicho marco delinearé un enfoque regionalizado de acuerdo con las realidades socioeconómicas de cada región.

### 3.3. Ley 1014 (2016)

Esta ley tiene como fin fomentar el espíritu emprendedor a través de vínculo entre el Estado, las empresas, las instituciones educativas y la sociedad en general, buscando, entre otras cosas, según el art. 2°:

- a) Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley;
- b) Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas;
- c) Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas;
- (...)
- e) Crear un vínculo entre el sistema educativo y el sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, laborales, ciudadanas y empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento (...) a fin de desarrollar la cultura de emprendimiento.

### 3.4. Otra normatividad colombiana sobre el emprendimiento

Además de las normas antes citadas, existe otra normativa sobre los emprendimientos, las cuales se mencionan en la tabla que sigue a continuación.

**Tabla 1.** Leyes colombianas en relación al emprendimiento

Ley 1607 (2012)	Decreto 934 (2003)	Ley 590 (2000)
Especifica la exoneración de los aportes que sobre la nómina se efectúan al SENA, al ICBF y los obligatorios de salud; todos a cargo del empleador.	Brinda las especificaciones para el funcionamiento del Fondo Emprender.	A través de ella se brinda apoyo para la creación de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes).

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos de la página web de la Secretaría del Senado y de la Presidencia de la República.*

## 4. Características de la investigación

Con el propósito de llevar a cabo una investigación de tipo descriptiva y concluyente, se realizó un estudio con un enfoque cualitativo. De esta forma, se hizo una revisión y consulta de las fuentes existentes y disponibles en bases de datos

como, por ejemplo, artículos en revistas indexadas, tesis, monografías, el Plan de Desarrollo de Villavicencio y del departamento del Meta, informes de la CCV y de Fenalco, entre otros. Asimismo, para la recolección de datos de fuentes primarias se aplicó un modelo de encuesta a una muestra de 257 empresas, las cuales corresponden al 33% de la población objeto de estudio.

La encuesta se desarrolló de forma presencial con material de papelería y de forma electrónica bajo el formato de encuesta de Google Forms. Los mismos fueron tabulados con la ayuda del paquete estadístico SPSS, y a partir de allí se realizaron los análisis correspondientes, llegando así a las conclusiones y recomendaciones finales. Para efectos prácticos, se generaron alternativas de solución para las causas principales del problema. Allí se determinaron factores críticos de éxito y estrategias a implementar por parte de las partes interesadas en un horizonte de tiempo menor a cinco años. Esto, con el fin de aumentar las probabilidades de éxito del emprendimiento en Villavicencio y acelerar el aparato productivo y el sistema económico.

## 5. Análisis de los resultados

El estudio se llevó a cabo en 257 empresas, y de estas, el dato que más predomina en cuanto a objeto social es la tienda de abarrotes. Al respecto, 44 empresarios manifestaron tener constituido este tipo de empresa ante la Cámara de Comercio. Seguidos de esta, se encuentran las droguerías o tiendas de farmacéuticos, con un total de 29; también se contaron 26 tiendas de tecnología; 22 restaurantes; 21 tiendas de ropa; 16 supermercados; 15 panaderías y pastelerías; 15 licorerías; 12 papelerías y cacharrerías; 11 ferreterías; 9 tiendas de alimentos sin procesar y 5 de alimentos procesados; 7 tiendas de productos de belleza; 5 de venta de repuestos para vehículos y piezas de autopartes; 5 viveros de plantas; 4 veterinarias y tiendas de productos para animales; 3 tiendas de muebles y productos para el hogar; y 3 salsamentarias.

El hecho de que el número de negocios que más predomine en este sector sean las tiendas de barrio o tiendas de víveres y abarrotes guarda una relación de causalidad, teniendo en cuenta que el director del programa Fenaltiendas, de la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco), Juan Ernesto Parra (citado en Rojas, 19/11/2017), argumenta que:

Las tiendas de barrio comercializan el 52% de las categorías de productos, y el comercio moderno, el 48%; sin embargo, si se tiene en cuenta la canasta básica familiar, las tiendas de barrio pueden llegar a abastecer hasta el 80 por ciento de estos, esto es porque los consumidores todavía buscan la cercanía con personas que sepan su nombre, que conozcan la familia y, sobre todo, que fíen.

Asimismo, es normal que otro de los negocios más frecuentes en esta zona sea el de las droguerías, ya que en Colombia, de acuerdo con la revista *Portafolio*, “el 2,5% de los locales comerciales son droguerías, y el 1% de ese sector está ubicado en Bogotá, donde hay una droguería por cada 2245 habitantes” (“En Colombia 2,5% de los locales comerciales son droguerías”, 22/09/2014).

Cabe señalar que del total de personas a quienes se aplicó el modelo de encuesta, 148 de ellas forman parte del sexo femenino, mientras 109 pertenecen al sexo masculino. Sin embargo, se refleja un alto grado de similitud entre la proporción de ambos sexos con relación al tiempo de perdurabilidad de sus empresas. Se analiza que el 51% del total de encuestados ha logrado permanecer en el mercado por más de 5 años, lo que se considera una proporción por encima de lo estimado, partiendo de la hipótesis producto del informe de la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio (Confecámaras), donde se argumenta que “solo 3 de cada diez nuevas empresas logran sobrevivir luego de sus primeros 5 años” (“Solo 3 de cada 10 nuevas empresas logran sobrevivir”, 05/09/2016).

Del total de las personas encuestadas, solo el 30% cuenta con estudios de nivel superior técnico, tecnológico o de pregrado en áreas afines a la gestión administrativa, como administración, contabilidad, finanzas, *marketing*, talento humano, gerencia de proyectos, producción, logística, entre otras. El porcentaje es ligeramente mayor en el sexo masculino, quienes dicen contar con estudios de nivel superior en el 33% de los casos, mientras que en las mujeres este porcentaje es de apenas el 28%; esto último puede deberse, principalmente, a la cultura de machismo que impregna algunas regiones de Colombia y a la falta de oportunidades para las mujeres.

Se evidencia, asimismo, que el 58% de los encuestados tuvo en alguna instancia de su vida un fracaso empresarial. Inicialmente, esto podría atribuirse a su formación académica. Sin embargo, de las personas que dicen tener formación académica, el 65% de ellos fracasaron en sus negocios, mientras que aquellos que dijeron no contar con estudios de nivel superior en áreas administrativas, tan solo el 55% manifiesta haber cerrado para siempre sus empresas. Esto puede significar tan solo una casualidad, pero se puede apreciar que la relación entre el nivel de estudios de una persona promedio de la comuna 9 de Villavicencio y el fracaso o éxito en sus negocios no guarda precisamente una relación de proporcionalidad; por el contrario, según se puede interpretar, los habitantes de esta zona del país parecen haber obtenido éxito en sus emprendimientos de forma empírica, mientras que aquellos que han tenido la oportunidad de continuar con sus estudios de nivel avanzado han corrido con menos suerte en sus empresas.

Así mismo, según la información que se tiene, tan solo el 32,8% de esta población considera que cuenta con capital suficiente para la gestión y el crecimiento de sus empresas. Empero, si se hace una comparación entre el capital existente y la facilidad de acceso a fuentes de financiación, se aprecia que tan solo el 26% de quienes dicen contar con recursos insuficientes tienen facilidades de acceso a fuentes de financiación, mientras que el 74% de los mismos dicen no contar con ayuda económica por parte del Estado ni de las entidades financieras para el desarrollo de sus empresas; o, en el peor de los casos, se ven obligados a pagar altas tasas de interés, lo que disminuye el retorno sobre la inversión. Esto demuestra, hasta ahora, que una de las principales razones por la que fracasa



una gran proporción de empresas en esta zona del país es por la falta de apalancamiento financiero.

Tanto es así que cuando se hizo un análisis de proporcionalidad entre las principales causas de fracaso de los habitantes de la comuna 9 de Villavicencio versus el tiempo que habían operado en el mercado hasta el momento en que vieron cerrar sus empresas, se observó que, en un alto porcentaje de los casos, su fracaso se produjo en mayor parte por la falta de liquidez y de apalancamiento financiero, producto, además, de una mala administración de los recursos. Como segunda y tercera causas más comunes en el fracaso de este grupo de empresarios se encuentran las elevadas cargas tributarias y la recesión económica, respectivamente. Lo anterior es perfectamente comprensible si se parte del hecho de que en Colombia las empresas están obligadas a pagar el impuesto a la renta, al valor agregado (IVA), la retención en la fuente, el impuesto al patrimonio, el ICA, el gravamen a los movimientos financieros y los aportes a los parafiscales resultantes de la nómina. Además de esto, un emprendimiento comercial que busca formalizarse en la ciudad de Villavicencio debe pagar el impuesto de registro ante la Cámara de Comercio, la autenticación en Notaría, el formulario de registro, el derecho de inscripción, el certificado de existencia y la inscripción en los libros. Todo esto imposibilita a aquellas personas que no cuentan con los medios suficientes para que puedan crear y registrar formalmente su empresa y aspirar a sostenerse por un período de tiempo mayor a cinco años. Por su parte, la insuficiencia de conocimiento técnico y legal, la falta de asesoramiento administrativo, la escasez de tecnología e innovación en los procesos y el personal improductivo fueron otras causas con las que se sintieron identificados, aunque en menor grado, los encuestados. Por otro lado, hubo 13 personas que manifestaron reconocer como la causa principal del fracaso de sus emprendimientos otras variables como la poca experiencia en el sector económico y en el área geográfica, así como la poca red de contactos.

Así mismo, es menester resaltar, que pese a que el Código de Comercio, en su art. 19, indica que “todos los comerciantes se encuentran obligados a llevar la contabilidad regular de sus empresas, teniendo en cuenta todas las prescripciones legales”, solo 95 personas –es decir, el 36,3% de las personas encuestadas– llevan un registro contable de sus operaciones comerciales. Esto debe sus razones principalmente a la falta de cultura en la ciudad de Villavicencio hacia el registro sistemático de sus entradas y salidas de dinero, el poco conocimiento en el sector, así como la falta de innovación y sistematización de la información contable; tanto es así que, según lo afirma Carlos León (citado en Portafolio, 2020):

Muchos empresarios empiezan sus negocios grandes o pequeños con bastante ánimo, con una excelente idea y un excelente plan, pero se enfocan más en el mercadeo y en las ventas, descuidando el control de sus gastos e ingresos, es decir sin llevar una contabilidad adecuada.

Este argumento guarda gran relevancia con el estudio hecho a esta población, teniendo en cuenta que casi la mitad de los encuestados afirman que su mayor inversión la hacen en lo que puede ser considerado como el área de *marketing*

y ventas. No obstante, esto puede resultar apenas lógico tratándose de microempresas comerciales que, incluso, en muchos casos no cuentan con una estructura organizacional ni una planeación estratégica y, cuyos gerentes con formación empírica desconocen la fundamentación teórica en el saber administrativo. Incluso, solo el 14,4% llevó a cabo un estudio de prefactibilidad a la hora de poner en marcha su negocio, lo que significa que el 85,6% de los villavicenses de la comuna 9 se lanzan al mercado sin siquiera identificar los riesgos y necesidades de su entorno.

Otro factor que inevitablemente influyó en el cierre de múltiples empresas en varias zonas del país fue la crisis económica que dejó la emergencia sanitaria del Coronavirus. En el caso de los empresarios de Villavicencio a los que se encuestó, 224 de ellos manifestaron haber sufrido complicaciones económicas que los llevaron, incluso, a pensar en la posibilidad de cierre de sus negocios. Sin embargo, a pesar de las adversidades, ninguna de estas empresas optó por la vía fácil. Asimismo, tan solo 33 empresarios de este sector manifestaron no haber sufrido el golpe económico producto de la pandemia, lo que representa tan solo el 12,8% de los casos.

Sin lugar a duda, otra de las variables a considerar del por qué las empresas fracasan en Villavicencio puede ser el hecho de que muchos empresarios no se toman el trabajo de analizar el mercado y proyectar sus metas en el corto, mediano y largo plazo. Tanto es así que tan solo 50 del total de las empresas a las que se les aplicó el instrumento de investigación cuentan con una plataforma estratégica con la que poder llevar un seguimiento periódico de los resultados.

Igualmente, se observa que la mayor inversión que realizan los empresarios de esta comuna, con un 37% de los casos, es el pago de arrendamiento de la infraestructura para el desarrollo de sus operaciones comerciales; seguido de este, se encuentra la materia prima e insumos, que representan el 28,4%; particularmente, esto se da en el caso de los restaurantes y las panaderías o en quienes llevan a cabo un proceso de producción. A continuación, se encuentra la nómina como uno de los mayores costos de inversión en el 22,5% de los casos, el recurso tecnológico con un 7,4% y los servicios públicos con solo el 4,7% de personas que manifestaron tenerlo en cuenta como el mayor de sus costos.

Se analiza también que el número máximo de sucursales de las distintas empresas encuestadas es 4, mientras que el número de empleados tiene un rango de 0 a 7, siendo aquella única empresa con 4 sucursales la que contrata 7 personas. Del resto de empresas, se observa que el 71,5% cuenta con un único punto de venta y son atendidas en un 29,9% de los casos por un solo empleado; en el 13,2% de los casos, estas son administradas por dos empleados; 12 de los mismos encuestados dijeron contar con 3 empleados, 2 de ellos con 4 y 1 con 5; mientras 58 personas expresaron no tener personal contratado en la empresa, de manera que administran su negocio ellos mismos. Asimismo, 15 personas afirman contar con 3 sucursales: 4 de estos dicen tener 3 empleados; otros 4

dicen tener el apoyo de 5 trabajadores; 3 expresan tener a su cargo 4 personas; otros 3 manifiestan tener 6 empleados; y tan solo una de estas personas que gestiona 3 sucursales afirma tener contratados a 2 colaboradores.

Una vez registrados los datos en el paquete estadístico SPSS, se observa un coeficiente de correlación bilateral Rho de Spearman de 0,618 entre el número de empleados y el número de sucursales de las distintas empresas, lo que significa que, a mayor diversificación y penetración en el mercado por parte de los empresarios de la comuna 9, mayor es el empleo que estos generan.

Según se aprecia también, de acuerdo con los datos registrados, el mayor número de empresas constituidas en el sector comercio de la comuna 9 de Villavicencio lo representan las sociedades anónimas simplificadas (SAS). 25 de estos empresarios dicen seleccionar a su personal a través de una convocatoria mediante una agencia pública de empleo; 8 lo hacen mediante medios de comunicación y redes sociales; 6 dicen contratar a familiares y amigos primero; y 10 hacen todo el trabajo por ellos mismos; mientras tanto, 13 de estos dicen no saber realmente cómo seleccionan a su personal o no son ellos mismos quienes lo hacen, y 1 persona dice hacer un procedimiento distinto a lo habitual. Las empresas unipersonales representan el 21,4% de los casos; 19 de los empresarios dicen tener constituida su empresa como comandita por acciones; 27 personas tienen registrada su empresa como sociedad limitada; 30 personas no tienen presente el tipo de sociedad al que pertenecen; y 6 reconocen tener una sociedad colectiva.

El resultado es el que se esperaba, teniendo en cuenta que, desde la entrada en vigor de la ley 1258 de 2008, el 54% de las empresas que se han creado en Colombia, lo han hecho bajo la figura SAS (Acevedo A., 2010, párr. 3). Esto lo hacen presumiblemente porque este tipo de empresa permite a los emprendedores iniciar su proyecto con un bajo presupuesto. Además, son muchos los beneficios que ofrece este tipo de sociedad respecto a la carga fiscal, la tramitología y los requisitos necesarios para su constitución.

Finalmente, cuando se encuestó a los empresarios sobre las estrategias que implementarían como políticas públicas para minimizar el fracaso empresarial si estuviera dentro de su alcance, 110 personas manifestaron que, en una alianza entre el sector público y el sector privado, aumentarían los fondos de financiación para pequeñas empresas y emprendedores; 95 de ellos reducirían las cargas tributarias; 44 crearían entidades donde se capacite a los emprendedores con asesoría personalizada o aumentarían los fondos de capital semilla de Fondo Emprender; 4 aumentarían la inversión en investigación, ciencia y tecnología por medio del Ministerio de las Ciencias; y 2 de estas personas buscarían simplificar la tramitología para la apertura de nuevas empresas.

## **6. Conclusiones**

El fracaso empresarial en Villavicencio, particularmente en el sector comercio de la comuna 9, obedece a malas prácticas habituales en la antesala de un

proyecto como la falta de un estudio de prefactibilidad, la ausencia de planes, modelos de negocios y estudios de mercado que determinen la rentabilidad y la sostenibilidad proyectada en el tiempo de sus operaciones comerciales; incluso, también, la falta de creación e implementación de planes estratégicos, tácticos y operativos que permitan a la empresa alcanzar sus objetivos en el corto, mediano y largo plazo.

No obstante, a diferencia de lo que se esperaba, se descubrió que en el sector comercio de la comuna 9 de Villavicencio son más los proyectos que logran permanecer en el mercado por más de cinco años que aquellos que fracasan. Aun así, la perdurabilidad de los emprendimientos empresariales en esta zona del país no obedece a factores de formación académica, como se presume, sino más bien a las habilidades empíricas que desarrollan los empresarios, puesto que tan solo el 30% de los encuestados cuenta con algún tipo de formación académica para la gestión empresarial, como en administración, contabilidad, *marketing* u otros. Sin embargo, el 65% de ellos manifestó haber tenido un fracaso empresarial por lo menos una vez durante algún momento de su vida, mientras que de las personas que dijeron no contar con formación académica de nivel superior, solo el 55% manifestó haber fracasado en alguna de sus empresas.

No obstante, se evidencia una alta relación entre el fracaso empresarial y la falta de acceso a fuentes de financiación, puesto que tan solo el 33,5% de los encuestados consideran que cuenta con los medios suficientes para sostener sus empresas sin tener que recurrir a préstamos bancarios. Sin embargo, solo el 21,7% tiene facilidades de acceso a fuentes de financiación, es por esto que la falta de capital y apalancamiento financiero es la causa número uno de fracaso en esta región. Esto demuestra lo complejo que resulta sostenerse en el mercado por un largo período de tiempo en Villavicencio, más aún cuando no se cuenta con los medios suficientes ni con la ayuda económica por parte del Estado ni de los bancos, quienes en algunos casos prestan su apoyo, pero a un grupo reducido de personas o imponiendo condiciones como tasas de interés hasta del 28% EA o propiedades de respaldo. A partir de lo anterior, se considera que una alianza entre el Gobierno nacional y el Fondo Nacional del Ahorro, para determinar una tasa de interés del 13% EA para las pymes y para aquellas empresas que deseen emprender durante sus primeros 3 años, además de un aumento del 15% en la cobertura de capital semilla para quienes ostenten ideas de negocio innovadoras y con un alto impacto social ante Fondo Emprender, podrían resultar estrategias viables con el fin de acelerar el crecimiento económico.

La segunda mayor causa de fracaso empresarial son las altas tasas impositivas y la burocracia estatal; esto teniendo en cuenta que en Colombia las empresas están obligadas a pagar un alto porcentaje de sus excedentes en impuestos, lo que imposibilita que muchos empresarios tengan éxito en sus negocios, por lo que se ven obligados a cerrar sus operaciones comerciales o, incluso, a pasarse en muchos casos a la informalidad. Es por esto que el 80% de los empresarios consideran que las políticas de gobierno en materia empresarial deben

centrarse en la reducción de las cargas tributarias y en el aumento de cobertura a fuentes de financiación, incluso para aquellas personas que no cuentan con activos de respaldo.

De manera que otra de las posibles estrategias de solución a este problema sería la reducción de las tarifas de registro en la Cámara de Comercio en un 35% y de los parafiscales para las mipymes durante sus primeros 3 años en un 18%. También, con el fin de subsanar los problemas internos de las organizaciones relacionados con el manejo del tiempo y la productividad, se recomienda capacitar a los emprendedores del sector comercio de la comuna 9 de Villavicencio y a sus colaboradores en herramientas tecnológicas para la gestión administrativa, así como en logística operacional, innovación y en el uso e implementación de medios y plataformas digitales para la comercialización de sus productos, por medio de una alianza entre los gremios económicos, el gobierno y las instituciones de educación superior (IES).

Pese a todo lo anteriormente dicho, se presume que por factores culturales seguirán existiendo barreras que imposibiliten a los emprendedores permanecer en el mercado por un largo período de tiempo, como la falta de registro de sus operaciones contables, la articulación de planes de *marketing* con estrategias publicitarias que faciliten la apertura de nuevos mercados, la forma en que se selecciona al personal hasta, incluso, factores externos que difícilmente se van a poder controlar, como las crisis económicas. De esta forma, se puede concluir que emprender no solo en Villavicencio, sino en cualquier parte de Colombia, es una de las actividades cada vez más riesgosas y con mayor probabilidad de caer en el fracaso; sin embargo, por medio de la implementación de estrategias y políticas públicas que favorezcan e incentiven el emprendimiento a gran escala a través de un acuerdo entre las partes interesadas, es probable que se generen alternativas viables de solución en pro del desarrollo económico y de la productividad del país.

## Referencias bibliográficas

- Acevedo A., J. C.** (2010). Importancia de la sociedad por acciones simplificada - SAS. [juancaa22.blogspot.com/2010/11/importancia-de-la-sociedad-por-acciones.html](http://juancaa22.blogspot.com/2010/11/importancia-de-la-sociedad-por-acciones.html)
- Barrios Trujillo, M. d. M.** (2017). ¿Qué pasa con el emprendimiento en Colombia? [repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/16761/BarriosTrujilloMariaDelMar.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/16761/BarriosTrujilloMariaDelMar.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Buitrago Nova, J. A.** (2014). Emprendimiento en Colombia. *Administración & Desarrollo*, 43(59), pp. 7-21. doi.org/10.22431/25005227.101
- Cárdenas, L.** (2017). *Identificación de las principales causas que limitan la capacidad de emprendimiento en los habitantes de la comuna no. 4 de la ciudad de Villavicencio, Departamento del Meta, bajo el enfoque de marco lógico*. [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Colombia]. [repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/59854/Informe%20final%20definitivo.pdf?sequence=1](http://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/59854/Informe%20final%20definitivo.pdf?sequence=1)

**Concejo de Bogotá.** (2021). Anales del Concejo de Bogotá, D. C. Proyectos de Acuedo. concejodebogota.gov.co/cbogota/site/artic/20211028/asocfile/20211028103243/edicio\_\_n\_3260\_pa\_515\_516\_de\_2021.pdf

**Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE].** (2020). *Estudio de necesidades de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) en el marco de la emergencia sanitaria en Colombia por la COVID-19.* www.r4v.info/sites/default/files/2021-09/MiPymes%20%283%29%20%281%29.pdf

**Gutiérrez Núñez, A.** (2 de diciembre de 2021). Menos de 10% de las pequeñas empresas en Colombia invierten en digitalización. *La República.* www.larepublica.co/globoeconomia/menos-de-10-de-las-pequenas-empresas-en-colombia-invierten-en-digitalizacion-3271124

“Historia del emprendimiento”. (s.f.). *Aprender a emprender.* aprenderaemprender.wordpress.com/evolucion-historica-del-emprendimiento-3/

**Ogliastri, M.** (2020). ¿Cuántas empresas han quebrado en Colombia por la pandemia? blog.marcelaogliastri.com/2020/11/cuantas-empresas-han-quebrado-en.html

**Portafolio.** (17 de octubre de 2020). La mala gestión, entre las causas de cierre de las Pymes. *Portafolio.* www.portafolio.co/economia/la-mala-gestion-entre-las-causas-de-cierre-de-las-pymes-545746

**Rojas, J. C.** (19 de noviembre de 2017). Las tiendas reinan de lejos entre negocios de barrio. *El Tiempo.* www.eltiempo.com/economia/sectores/las-tiendas-de-barrio-representan-la-mayoria-de-los-negocios-de-comercio-al-detall-152784

“Solo 3 de cada diez nuevas empresas logran sobrevivir luego de sus primeros 5 años”. (5 de septiembre de 2016). *El Tiempo.* www.eltiempo.com/economia/sectores/empresas-en-colombia-47477

**Vásquez, R. D.** (2011). Antecedentes del emprendimiento - caso colombiano. *Unaciencia. Revista de Estudio e Investigaciones*, 4(7), pp. 24-32. revistas.unac.edu.co/ojs/index.php/unaciencia/article/view/64

## Referencias normativas

**Colombia. Código de Comercio.** (2006). Disponible en: leyes.co/codigo\_de\_comercio.htm

**Constitución Política de Colombia.** (1991). Disponible en: normativa.archivogeneral.gov.co/constitucion-politica-1991/?pdf=28

**Colombia. Decreto 934.** (2003). Disponible en: funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=7596#:~:text=DECRETO%20934%20DE%202003%20%28Abril%2011%29%20Por%20el,40%20de%20la%20Ley%20789%20de%202002%2C%20y

**Colombia. Ley 590.** (2000). Disponible en: www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=12672

**Colombia. Ley 1014** (2006). Disponible en: secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\_1014\_2006.html

**Colombia. Ley 1607.** (2012). Disponible en: www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=51040

**Colombia. Ley 2069.** (2020). Disponible en: funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=160966