

**FACTORES QUE HAN IMPEDIDO LA CONTINUIDAD DE LOS  
EMPRESARIOS EN EL MUNICIPIO DE FACATATIVÁ Y EL  
CORRESPONDIENTE IMPACTO EN LA ECONOMÍA LOCAL DURANTE LOS  
AÑOS 2019 Y 2020**

**SANDRA LILIANA SANCHEZ**

**CASTILLO**

**Monografía**

**UNIVERSIDAD DE  
CUNDINAMARCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECÓNICAS Y  
CONTABLES  
CONTADURIA PÚBLICA  
FACATATIVA  
2022**

**FACTORES QUE HAN IMPEDIDO LA CONTINUIDAD DE LOS  
EMPRESARIOS EN EL MUNICIPIO DE FACATATIVÁ Y EL  
CORRESPONDIENTE IMPACTO EN LA ECONOMÍA LOCAL DURANTE LOS  
AÑOS 2019 Y 2020**

**SANDRA LILIANA SANCHEZ  
CASTILLO**

**Trabajo de grado para optar al título de contador público  
Monografía**

**DIRECTOR**

**ARMANDO PIRAQUIVE CORTES  
ECONOMISTA CON MBA EN ADMINISTRACION**

**UNIVERSIDAD DE  
CUNDINAMARCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECÓNICAS Y  
CONTABLES CONTADURIA PÚBLICA  
FACATIVA  
2022**

**Nota de aceptación:**

---

---

---

---

---

---

**Firma del director**

---

**Firma del jurado**

---

---

**Firma del jurado**

**Facatativá, junio 06 de 2022**

## **DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS**

Mi trabajo de grado va dedicado a mi familia, especialmente a mis hijos que son los que me motivan a seguir adelante a pesar de las adversidades, además me motivan a ser cada día mejor y sobre todo a ser un ejemplo de vida para ellos.

A Dios que es el quien nos dota de su infinita sabiduría para lograr todas las metas que nos proponemos.

Agradezco a las personas que estuvieron ahí en algún momento del proceso dándome ánimo para no desfallecer hasta lograr el objetivo propuesto.

Agradezco a mis profesores y en especial a mi director de trabajo de grado el profesor Armando Piraquive por su apoyo incondicional.

## TABLA DE CONTENIDO

1. TITULO .....	9
2. PROBLEMA DE INVESTIGACION .....	12
2.1 Planteamiento del problema .....	12
2.1 Formulación .....	14
2.2 Sistematización .....	14
3. JUSTIFICACION.....	15
4. OBJETIVOS.....	17
4.1 Objetivo general.....	17
4.2 Objetivos específicos.....	17
5. AREA Y LINEA DE INVESTIGACION.....	18
6. LILMITACION DE LA INVESTIGACION .....	19
7. MARCO REFERENCIAL .....	21
7.1 Marco teórico .....	21
7.2 Marco conceptual.....	24
7.3 Marco Legal .....	27
7.4 Marco Geográfico.....	30
8. DISEÑO METODOLOGICO .....	33
8.1Tipo de investigación .....	33
8.2 Método de investigación.....	33
8.3 Estrategias de recolección de información.....	33
8.4 Fuentes de información.....	33
9. FACTORES ASOCIADOS AL FRACASO DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN EL MUNICIPIO DE FACATATIVÁ .....	35
10. LA POLÍTICA PÚBLICA DE EMPRENDIMIENTO COLOMBIANA Y EL IMPACTO EN LA CREACIÓN Y PERMANENCIA DE LAS EMPRESAS .....	53
11. IMPACTO SOCIAL Y ECONÓMICO PRODUCIDO POR LA PANDEMIA DEL COVID 19 EN LOS EMPRENDIMIENTOS DEL MUNICIPIO DE FACATATIVÁ .....	60
CONCLUSIONES.....	64
RECOMENDACIONES .....	66
REFERENCIAS.....	68

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Marco Legal .....	27
----------------------------	----

## LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Grafica 1. Porcentaje de emprendedores según sexo.....	29
Gráfica 2. Distribución porcentual de la edad de los emprendedores.....	34
Gráfica 3. Distribución porcentual del nivel de formación de los emprendedores	35
Gráfica 4. Distribución porcentual del origen del emprendimiento.....	36
Gráfica 5. Distribución porcentual de los tipos de emprendimientos.....	36
Gráfica 6. Distribución porcentual de las razones que motivaron el emprendimiento .....	37
Gráfica 7. Distribución porcentual de número de personas que hacen parte del emprendimiento .....	38
Gráfica 8. Distribución porcentual del número de clientes que atiende el emprendimiento .....	38
Gráfica 9. Distribución porcentual de la situación a enfrentar si se pierden los clientes actuales .....	39
Gráfica 10. Distribución porcentual de las causas que impiden el crecimiento de los emprendimientos .....	40
Gráfica 11. Distribución porcentual de la intención de abandonar el emprendimiento en algún momento .....	40
Gráfica 12. Distribución porcentual de las fuentes de emprendimiento.....	41
Gráfica 13. Distribución porcentual del registro contable de los emprendedores	42
Gráfica 14. Distribución porcentual de la existencia de planes de ahorro en los emprendedores .....	43
Gráfica 15. Distribución porcentual del reconocimiento de programas que impulsan el emprendimiento .....	43
Gráfica 16. Distribución porcentual de los emprendedores que han recibido algún tipo de estímulo .....	44
Gráfica 17. Razones por las que los encuestados no han accedido a programas para el fomento al emprendimiento .....	45
Gráfica 18. Distribución porcentual del acceso a capacitación en los últimos dos años por parte de los emprendedores .....	45
Gráfica 19. Distribución porcentual de la opinión de los emprendedores ante el cuestionamiento por si la capacitación le aporta al crecimiento de la empresa ...	46
Gráfica 20. Distribución porcentual de las necesidades de capacitación de los emprendedores .....	47
Gráfica 21. Distribución porcentual de las necesidades de capacitación de los emprendedores .....	48
Gráfica 22. Nivel de impacto negativo que produjo la pandemia ocasionada por el Covid 19 en su emprendimiento.....	48
Gráfica 23. Principal problema que ha debido enfrentar los emprendedores a raíz de la pandemia ocasionada por el Covid 19 .....	49

## ANEXOS

	Pág.
Anexo uno. Formato de encuesta para emprendedores del municipio de Facatativá.....	75

## **1. TITULO**

**FACTORES QUE HAN IMPEDIDO LA CONTINUIDAD DE LOS  
EMPRESARIOS EN EL MUNICIPIO DE FACATATIVÁ Y EL  
CORRESPONDIENTE IMPACTO EN LA ECONOMÍA LOCAL DURANTE LOS  
AÑOS 2019 Y 2020**

## INTRODUCCIÓN

Actualmente el emprendimiento “se ha convertido en una gran fuerza económica, en la que, personas encuentran oportunidades donde otros solo ven problemas, convirtiéndose en símbolo de la tenacidad, logro empresarial y fuente de transformación social” (Borja y Carvajal, 2020, p. 183). Siendo este un concepto que hace referencia a la capacidad crear para empresa o adelantar un proyecto a partir de la innovación o la adición de valor a un producto o proceso ya existente.

Desde estas consideraciones, el emprendimiento es asumido como un factor generador de desarrollo, ya sea económico, tecnológico o social, con incidencia en diversos contextos. Convirtiéndose en una herramienta que ha permitido enfrentar las épocas de crisis, de cambio y de incertidumbre a las que se someten las distintas sociedades, de ahí que los gobiernos conscientes de la necesidad e importancia de esta área, se interesen por establecer políticas y organizaciones para acompañar los procesos de generación de empresa, pues “en la medida en que existen relaciones causales entre el emprendimiento y el crecimiento de la productividad, se hace indispensable generar instrumentos para acelerar el proceso de desarrollo mediante la mejora de los incentivos y el apoyo a la innovación” (Lederman, Messina, 2014, p. 1).

En el caso colombiano, las iniciativas dirigidas a la creación de empresa, no se registran únicamente en las principales ciudades del país, cada vez se hacen más visibles historias de emprendedores en diferentes departamentos y municipios, con un impacto positivo en las regiones. Esto como “una ventana de escape ante las limitaciones de los sistemas productivos locales y regionales” (Innpulsa Colombia, 2018, p. 18).

No obstante, a pesar de este panorama las problemáticas siguen subsistiendo, y entre estas se destaca la falta de continuidad de los emprendimientos, esto porque la permanencia está atada a los contextos y problemáticas sociales y a las

políticas que las determinan, tal es el caso de la crisis ocasionada por el Covid 19, de la que se derivaron cierres parciales y totales, y con ello una incertidumbre que se mantiene hasta nuestros días. El municipio de Facatativá no ha estado ajeno a esta problemática, situación que se ha agudizado por la falta de fortalecimiento de los ecosistemas emprendedores, específicamente en lo concerniente a la financiación de proyectos, tributación, informalidad, generación de capital humano, desarrollo de redes de conocimiento que deriven en mejores prácticas durante el proceso de creación y establecimiento de empresas, la ausencia de herramientas tecnológicas e inclusive, la falta de articulación institucional que favorezca el aprovechamiento de las políticas públicas.

Desde estas consideraciones, surge el interés por establecer un análisis, recurriendo a las herramientas propias de la metodología descriptiva “caracterizando la realidad de las personas o grupos involucrados” (Niño, 2011, p. 34), a partir de un proceso de revisión y análisis bibliográfico y la aplicación de una encuesta a un grupo de emprendedores, en busca de respuestas a la pregunta por ¿Cuáles son las circunstancias que han impedido la continuidad de los emprendimientos en el municipio de Facatativá y el impacto en la economía local durante los años 2019 y 2020?, con el objeto de identificar tendencias y repercusiones de esta como actividad económica con impacto social.

El presente trabajo de investigación inicia con el planteamiento del problema y la definición de unos objetivos, seguidamente se aborda el marco referencial y se define la metodología del estudio. En un segundo momento se presentan los resultados del estudio, agrupados en tres capítulos así: factores asociados al fracaso de los emprendimientos en el municipio de Facatativá, la política pública de emprendimiento colombiana y el impacto en la creación y permanencia de las empresas y, por último, el impacto social y económico producido por la pandemia del Covid 19 en los emprendimientos del municipio de Facatativá

## 2. PROBLEMA DE INVESTIGACION

### 2.1 Planteamiento del problema

Ante el actual problema de desempleo que afronta el país, tras la pandemia ocasionada por el Covid 19, comienza a vislumbrarse como una oportunidad el autoempleo y, en consecuencia, el concepto de emprendimiento cobra mayor relevancia para nuestra sociedad, no obstante, los emprendedores en el país deben enfrentar un panorama bastante difícil, principalmente por el factor económico, y es que, de las empresas que surgen “el primer año subsisten 55% de ellas, el segundo el 41% y el tercero el 31%” (La República, 2017). A su vez, “naciones con características como las colombianas son 2 veces más propensos a la creación de nuevas empresas, pero 6 veces menos capaces de generar compañías con más de 50 empleados” (Forbes, 2020), circunstancia que imposibilitan que el sector obtenga resultados que favorezcan la permanencia en el tiempo.

Siendo el emprendimiento una de las banderas del gobierno nacional y uno de los principales pilares del crecimiento económico del país, quienes se involucran en este tipo de iniciativas tropiezan con importantes obstáculos. Una de las principales causas del desistimiento de los emprendimientos surge de “la falta de financiación para escalar las ideas, las cargas tributarias y las barreras regulatorias que le cierran el paso a la tecnología y la innovación” (Heredia y Dini, 2021, p. 49).

Según Connect Bogotá, “la tasa impositiva para las empresas en el país alcanza el 68%, siendo el promedio América Latina de 46,7%”, en donde Colombia alcanza un 20% más de tasa impositiva en relación con la región, situación que reviste un desequilibrio en relación con el desarrollo económico y social. A lo que se suma, una carga tributaria bastante alta, “si se suman todos los Impuestos que aplican

para Colombia a nivel nacional y territorial, se obtiene una tasa efectiva de tributación muy superior en comparación con la OCDE, llegando a un 70%” (Corredor, 2020, p. 23).

En el caso de Cundinamarca, “el desempleo, la inseguridad y la pobreza son los tres principales problemas que los pequeños empresarios identifican como negativos para el mantenimiento de los emprendimientos” (Cámara de Comercio de Bogotá, 2021). En el municipio de Facatativá, municipio de la región, no es la excepción, si bien no existen estudios que validen la situación de los emprendedores, la realidad no dista de las generalidades del resto del país, los emprendedores deben enfrentar múltiples obstáculos asistidos por la falta de recursos y de capacitación, problemas organizacionales y desconocimiento de normatividad, circunstancias que se vieron acrecentadas por la pandemia producida por el Covid -19, que obligó a replantear la forma en que se adelantaban las actividades y a sobrellevar cierres temporales con impacto negativo en las ganancias y en el mantenimiento de los colaboradores. Basta con hacer un recorrido por la cabecera municipal en la que ya no subsisten pequeñas empresas en su mayoría comerciales con el correspondiente impacto negativo en el empleo de los habitantes.

Al respecto, la Organización de las Naciones Unidas (2021), refiere que, “la pandemia ha producido un impacto muy profundo sobre la economía y la sociedad de América Latina y el Caribe, estimando el cierre del 21% de las microempresas de la región”. El mismo ente, plantea como esta situación obedece a la creciente especialización de las pequeñas empresas al sector del comercio, área altamente afectada por los problemas derivados del Covid 19.

A partir de estas consideraciones surge el interés por realizar una investigación que, permita identificar las circunstancias asociadas al desistimiento de los emprendimientos durante los años 2019 y 2020 en Facatativá, así como el

impacto que esta situación genera para la economía del municipio con impactos que trascienden al ámbito social, y que sirven de insumo para la generación de acciones que permitan fortalecer este sector.

## **2.1 Formulación**

¿Cuáles son las circunstancias que han impedido la continuidad de los emprendimientos en el municipio de Facatativá y el impacto en la economía local durante los años 2019 y 2020?

## **2.2 Sistematización**

¿Cómo establecer el número de emprendimientos que han dejado de subsistir en los dos últimos años en el municipio de Facatativá?

¿Por qué se debe determinar las circunstancias que ocasionan el desistimiento de los emprendimientos en el municipio de Facatativá?

¿Cuáles son las principales falencias que se presentan los emprendimientos en el municipio de Facatativá?

¿Qué políticas existen actualmente a nivel nacional y regional a las que puedan recurrir los emprendedores del municipio de Facatativá?

¿Cuál ha sido el impacto económico y social de la finalización de los emprendimientos en el municipio de Facatativá?

### 3. JUSTIFICACION

En las actuales economías los emprendimientos llegan a ser una fuente muy importante en la generación de empleo, por ende, los países basan sus modelos económicos, políticas e instituciones en fomentar la creación de empresas para, “obtener crecimiento y desarrollo económico, mediante la generación de riqueza y el mejoramiento de la calidad de vida en sus pobladores” (Crisien, 2006). De ahí la necesidad de dar valor a las nuevas ideas de negocios, y de generar esfuerzos desde el Estado, la academia y el sector privado para que los nuevos emprendimientos y los ya existentes no desistan, sino por el contrario se consoliden como fuentes generadoras de empleos y contribuyan en el desarrollo económico de las regiones.

En este contexto, se hace importante visibilizar la trascendencia del desistimiento de las empresas que, según cifras de Asociación de Emprendedores de Colombia son bastante altas y responden a múltiples factores derivados de circunstancias económicas, de planeación y de organización. Situación que para las pequeñas empresas es mucho más grave, dado que, “estas tienen menos probabilidad de sobrevivir, por la lentitud del crecimiento y la falta de estrategias innovadoras” (Taymaz y Köksal, 2006).

Según Montaña (2020), retomando informes de Acopi, “los ingresos de dos terceras partes de estas empresas se han reducido más del 50%, y un 20% de ellas está considerando la opción de acogerse a ley de Insolvencia”. En la capital del país y Cundinamarca cerraron el año 2020 un total de 449.455 empresas, 11 % menos frente al año anterior y en el caso de los municipios del departamento, el total de empresas cayó en este mismo periodo un 2%, de las cuales el 99% correspondió a Mipymes (Cámara de Comercio de Bogotá, 2021)

Desde estas consideraciones surge el interés por analizar los factores que han impedido la continuidad de los emprendimientos en el municipio de Facatativá y el correspondiente impacto en la economía local durante los años 2019 y 2020, reconocimiento que “la mayoría de las investigaciones relacionadas con las MiPymes se concentran en indagar los factores externos que afectan el funcionamiento organizacional, y “no se enfocan en estudiar otros factores que pueden ser determinantes en el éxito o fracaso” (Hernández y Sánchez, 2021, p. 18). A lo que se suma la ausencia de un estado del arte donde se validen las condiciones y desarrollo de los emprendimientos en el municipio, que brinde información efectiva para la toma de decisiones y para la generación de políticas públicas entorno a este sector de la economía.

Desde estas realidades, se adelanta esta investigación, respondiendo a la necesidad de generar información actualizada de los emprendimientos en el municipio de Facatativá. Esto como una forma de generar conocimiento desde la académica y ponerlo al servicio de la sociedad.

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1 Objetivo general**

Identificar cuáles son los factores que han impedido la continuidad de los emprendimientos en el municipio de Facatativá y el correspondiente impacto en la economía local durante los años 2019 y 2020.

### **4.2 Objetivos específicos**

1. Diagnosticar los factores asociados al fracaso de los emprendimientos en el municipio de Facatativá.
2. Realizar un análisis estadístico de la frecuencia en que los emprendedores del municipio de Facatativá desisten de sus iniciativas.
3. Analizar la política pública de emprendimiento colombiana y el impacto tanto positivo como negativo en la creación y permanencia de las empresas.
4. Establecer el impacto social y económico producido por la pandemia del Covid 19 en los emprendimientos del municipio de Facatativá.

## **5. AREA Y LINEA DE INVESTIGACION**

Este anteproyecto está basado según el acuerdo No. 002 de agosto de 2016 y Acuerdo No. 009 de agosto 2010 proferidos por el Consejo de Facultad y Consejo Superior de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables de La universidad deCundinamarca; que establecen los lineamientos y guía para Opciones de Grado.

**AREA:** Económica y Competitividad de las Empresas

**LINEA:** Crecimiento y Desarrollo Económico Regional.

## 6. LIMITACION DE LA INVESTIGACION

Para el desarrollo de la investigación es posible que se presenten limitaciones en aspectos como:

1. Reducido número de estudios sobre el comportamiento del emprendimiento en el municipio que, permita caracterizar las dinámicas y problemas que debe afrontar el pequeño empresario en el municipio de Facatativá. Siendo estos insumos que sirven de referente para caracterizar históricamente el comportamiento de este sector económico, y cuya ausencia hace más ardua la contextualización de la problemática.
2. Para el desarrollo del estudio se cuenta con un tiempo limitado de 4 meses, correspondiente al periodo académico de la Universidad. Siendo este un tiempo muy reducido, frente al arduo trabajo que demanda una investigación, en la que además de la búsqueda de referentes bibliográficos se incluye la aplicación de encuestas en campo.
3. La investigación demanda inversión en recursos tecnológicos, gastos de desplazamiento e insumos. Esto, en el sentido que, como lo refieren Mendivelso y Parra (2018), este es un país en el que, la investigación no cuenta con los recursos físicos, económicos y humanos necesarios para responder a las necesidades del contexto y las comunidades (p. 3).
4. Los gastos derivados del proceso de investigación corren por cuenta propia, lo que los hace limitados e insuficientes para alcanzar un mayor grado de profundidad y de impacto.

5. El acceso a información pública y privada es bastante restringido lo que limita la obtención de datos mucho más precisos, reales y por ende una mayor contextualización y análisis de la problemática.

## 7. MARCO REFERENCIAL

### 7.1 Marco teórico

El concepto emprendimiento, “surge dentro de la literatura en el siglo XVIII por el economista francés Richard Cantillon y hacía referencia a la capacidad para convertir una nueva idea en una innovación exitosa” (Fundación Innovati, 2018), época desde la que ha hecho parte del ámbito económico de todos los países del mundo. En Colombia, el emprendimiento ha cobrado importancia en las distintas comunidades académicas y gremiales que han visto esta, como una alternativa reconociéndola como una opción para el desarrollo del país, en la medida que ofrece la oportunidad de generar empleo y generar riqueza.

En las últimas décadas, el emprendimiento se ha convertido en una estrategia económica que propicia espacios para la generación de empleo y el fortalecimiento de las economías, apareciendo casos de éxito que, se convierten en agentes de motivación para emprender nuevas ideas de negocio. Según Querejazu (2020), en el caso de América Latina “quien inicia un nuevo negocio, sea innovador o no, lo hace para aprovechar una oportunidad identificada y lograr -en comparación con su actividad actual- una ganancia monetaria o una satisfacción personal, como independencia laboral o estatus social” (p. 78).

A pesar de este panorama, los retos para el país aún son enormes, subsisten dificultades de acceso a capacitación, en los que se obtengan los conocimientos, habilidades y experiencia básicos necesarios para emprender actividades de este tipo, a lo que se suma la permanencia de un régimen tributario, que si bien tiene avances, según lo refiere García (2018), “son regresivos, porque no distinguen contribuyentes, son estandarizados para todos, afectando seriamente la capacidad económica de la empresa, porque tiene que destinar una importante parte de sus recursos al pago de los impuestos” (p. 23). A su vez, ante la crisis provocada en los últimos años por el Covid 19 que, como sucedió alrededor del mundo, “en

Colombia hizo que muchas Pymes cerraran sus puertas durante periodos prolongados causando un importante déficit financiero y cierres definitivos” (López, 2021).

Según la Asociación de Emprendedores de Colombia (ASEC) (2021). “las empresas que emprenden, el primer año subsisten 55% de ellas, el segundo el 41% y el tercero el 31%”, haciendo de este un país altamente dispuesto para la creación de nuevas empresas, pero al mismo tiempo incapaces de permanecer en el tiempo. Esta situación, según Castro (2019), obedece a que, “la mayoría de las veces es tomada como una aventura para la subsistencia porque no se cuenta con más ingresos, se carece de innovación en el producto o servicio, planificación y deficiente monitoreo y administración de los riesgos del proyecto” (p. 5).

Entre los argumentos que refiere el Failure Institute, las razones por las que fracasan las empresas emergentes en Colombia son básicamente: Ingresos propios insuficientes para subsistir, problemas en la ejecución de lo planeado, problemas de financiamiento, punto de venta inadecuado, falta de desarrollo del personal (Failure Institute, 2015, p. 27). En donde, la falta de Ingresos suficientes para subsistir, tras la ausencia de un buen capital de trabajo, con un robusto plan de financiamiento, hace que no sea posible soportar el nivel de operaciones a que da lugar el negocio.

Y es que, los problemas de financiamiento en el país son uno de las principales limitantes a la hora de dar continuidad a las empresas, según Saavedra y Bustamante (2014), las razones por las que los pequeños emprendedores no recurren a los créditos bancarios se resumen en “altas tasas de interés, falta de garantías, trámites burocráticos” (p. 73). Aparecen también problemáticas como los puntos de venta inadecuados propios de la informalidad que en el país alcanza el 47% y que no sólo está en las calles, según Páez (2020) “también se camufla en las paredes de empresas que operan desde la ilegalidad y que no les

garantizan a sus trabajadores las condiciones mínimas”.

Otra situación compleja para los emprendedores, lo constituye la falta de desarrollo del personal, propios de una deficiente gestión y de la que se deriva un bajo rendimiento y productividad de los colaboradores. A estos problemas, se suman otros de tipo social, tecnológico y político, según la Universidad del Rosario (2019), en este tipo de empresas es característica “la baja productividad, lo cual limita la competitividad y produce graves consecuencias en términos de la desigualdad social frente a la competencia” (p. 3), y desde el ámbito tecnológico, se registra un rezago en la gestión de procesos, en comparación con las grandes empresas, “las Pyme utilizan un muy bajo nivel y alcance tecnológico que, se reduce a enlaces de pagos y microsítios, producto de cierta incapacidad para identificar, evaluar y seleccionar tecnología con criterios técnico-económicos” (Estrada y Cano, 2019).

Estas características son la que contribuyen a que, como lo advierte Contamos (2021), “solo el 35% de las empresas que se constituyen anualmente en el país lo hacen como sociedades, los demás lo hacen como personas naturales”. Esto porque la obtención de financiación para escalar las ideas, responder a las cargas tributarias y medios de regulación aún son limitados y de difícil acceso, obstaculizando el paso al crecimiento y fomentando el acceso a la innovación.

No obstante, y a pesar de estos limitantes, el auge del emprendimiento es una necesidad primordial para Colombia, acompañado de unas políticas cada benévolas y favorecedoras del pequeño empresario, haciéndolo el sector atractivo para las aceleradoras e inversionistas extranjeros. En este sentido como lo refiere Martínez (2017), “corresponde al Estado apalancar su crecimiento, asegurando, por un lado, que tengan acceso a diferentes alternativas de financiación y, por otro, apoyando su formación con el fin de hacerlas sostenibles en el tiempo” (p. 66), sólo así es posible concebir a los emprendimientos como verdaderos

promotores del desarrollo económico del país.

## **7.2 Marco conceptual**

Facatativá es un municipio que económicamente depende del sector agrícola, de producción y comercial, sectores que comparten participación. Según registro de la Alcaldía municipal (2020),

Por su ubicación, se ha convertido el municipio en un sitio de producción y suministro de alimentos para la capital del país y para las provincias vecinas. Su economía está conformada por tres sectores: primario, secundario y terciario. El primario, hace referencia a las actividades que están representadas con el sistema natural, razón por la cual, cubre la mayor parte del Municipio, un 97.28%. Los cultivos agrícolas se desarrollan en 2012 predios, con 3.450 propietarios y los principales cultivos son: flores, papa, arveja, maíz, hortalizas y algunos cultivos de fresa. El sector secundario, está representado especialmente por las empresas que producen alimentos, cosméticos, joyas, jabones, refinería y concentrados para animales; y el sector terciario, integra actividades que están relacionadas con el comercio, los servicios y el turismo, principalmente.

Desde estas consideraciones, los emprendimientos que se gestan en este municipio responden principalmente a estos sectores. No siendo ajena al panorama nacional que, da cuenta de un reducido número de emprendedores que subsisten en el tiempo, se destacan diferentes variables que, afectan la continuidad de los procesos, y que son considerados factores internos de alto significado para garantizar la permanencia, entre los que se destaca: el servicio postventa, la innovación, el talento humano y las alianzas con proveedores.

El servicio postventa como “el proceso comercial continuo más allá del acuerdo con el cliente y del cierre de la venta” (Navas y Gamboa, 2019, p. 4) y que, responde a las estrategias que se implementan con el fin de fidelizar al cliente

dándole valor a los productos o servicios. Por su parte, la innovación da cuenta de las tareas destinadas a estimular el crecimiento de la productividad, teniendo en cuenta que el mercado cambia cada vez con mayor frecuencia y rapidez, lo que produce que los consumidores sean más exigentes.

En cuanto al talento humano que hace parte de los emprendimientos, este debe contar con capacitación y el talento requerido para mantener el negocio en el mercado a lo largo del tiempo. Por último, el contar con alianzas con proveedores, es garantía de éxito, esto “al consolidar cadenas productivas para obtener relaciones que den lugar al intercambio de beneficios” (Buitrago y Rey, 2021, p. 3), siendo este un aspecto altamente benéfico al permitir la exploración de nuevos mercados y ampliar el ámbito de actuación.

Otros términos vinculados a los procesos de emprendimiento son:

**Apalancamiento:** Esta estrategia consiste en utilizar créditos o costes fijos con el objetivo de aumentar la rentabilidad de las inversiones.

**Capital semilla.** Se concibe como la inversión inicial destinada a la creación de una empresa o partida de una actividad con la que se pretende obtener unos objetivos.

**Economía informal:** Es tipo de economía en donde, las condiciones laborales no están adscritas a un marco legal o leyes laborales, es decir, los colaboradores no cuentan con derechos laborales. Las empresas de este tipo no pagan los impuestos correspondientes.

**Emprendimiento.** Es la acción a través de la que se inicia un proyecto o idea de negocio. De tal forma que se recurre a la creatividad, visión de futuro, constancia y exposición al riesgo, entre otras habilidades para hacer empresa.

**Emprendedor.** El término está vinculado al aprovechamiento de oportunidades, en donde la persona emprende nuevos retos o proyectos por sus propios medios, decisión que implica para las personas asumir retos, riesgos y obstáculos, tras analizar un nicho de mercado y reconocer una serie de oportunidades económicas.

**Empresa.** Se concibe como una organización de personas y recursos con el propósito de obtener un beneficio económico con el ejercicio de una actividad. Regularmente esta intencionalidad responde a la satisfacción de una necesidad del entorno.

**Fracaso empresarial.** Se presenta en el momento en que, no es posible cumplir con las obligaciones de los acreedores, esto por las condiciones económicas o del negocio.

**Idea de negocio.** Es el producto o servicio que se espera ofrecer al mercado, constituyéndose en una oportunidad para hacerla realidad y obtener un beneficio económico.

**Incubadora de empresa.** El concepto se le otorga a un centro generador de negocios, que surge para acompañar, asesorar y capacitar a emprendedores, transformando ideas en productos y servicios. Estas generalmente, son patrocinadas, apoyadas y operadas por compañías privadas, entidades gubernamentales o universidades.

**Innovación.** Es considerada como la capacidad para dar solución a un problema, desde soluciones creativas que permitan aplicar el conocimiento para generar nuevos productos, servicios o procesos.

**Insolvencia económica.** Se presenta en el momento en que, el total de los activos o bienes de una empresa o persona no alcanzan a cubrir el total de las deudas, esto por la falta de liquidez o ingresos para cumplir con las obligaciones.

**Liquidación de empresas.** Proceso para dar por finalizada una empresa, sociedad o negocio. En este la empresa salda todas las deudas pendientes frente a terceros, recauda los créditos pendientes frente a sus deudores y, hace la distribución del patrimonio entre los socios.

**Modelo de Negocio.** Corresponde a la planificación que realiza una empresa sobre los procesos a desarrollar para obtener los beneficios que pretende obtener. En este se definen las directrices a seguir para atraer clientes, definir ofertas de producto o servicios e implementar estrategias comunicativas.

**Pérdidas.** El término hace referencia a la reducción o pérdida del patrimonio de uno individuo o empresa, esto por diversos motivos o circunstancias.

**Startup.** Está vinculado al ámbito empresarial y se traduce como arrancar, emprender o simplemente iniciar un nuevo negocio y hace referencia, por lo que hace referencia a las ideas de negocio que apenas comienzan o están en fase de construcción.

### **7.3 Marco Legal**

Se presentan aquellos elementos vinculados a las bases legislativas que orientan el quehacer de las empresas en Colombia, haciendo especial énfasis en las pequeñas empresas. En el país, la actividad empresarial tiene fundamento en la constitución como ente rector que, se complementa con la legislación promulgada por el Congreso y la Presidencia de la República, a su vez, se destaca el Código de Comercio, como normativa que regula todos los actos de comercio, que son

definidos como la compra de mercancía para revender, ya sea de cualquier naturaleza, como semielaborados, elaborados o solo para alquilar o rentabilizar.

A su vez, se destacan las cámaras de comercio que, cumplen algunas funciones públicas como es el caso de los registros públicos: mercantil, proponentes y entidades sin ánimo de lucro, carácter privado que no pierden por el hecho de que hayan recibido el encargo de cumplirlas. Funciones que son expresamente señaladas en la ley y han de cumplirse en la forma taxativa. Otras regulaciones se presentan en la tabla 1.

Tabla 1. Marco Legal

<b>NORMA</b>	<b>EMISOR</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Constitución Política de Colombia	Congreso de la República de Colombia	Señala características de la actividad económica
Decreto 410 de 1971 o Código de Comercio	Senado de la República	Código de Comercio en Colombia
Ley 590 de 2000	Senado de la República	Promueve la creación de la pequeña y mediana empresa
Ley 1014 de 2006	Senado de la República	Define a las incubadoras encargadas de la promoción y creación de nuevas empresas. Esta es la ley de Emprendimiento
Ley 1150 de 2007	Senado de la República	Establece la oferta de bienes y servicios que pueden ofrecer las Pymes, así como los procesos de contratación con el Estado de acuerdo con Ley 80
Ley 1429 de 2010	Senado de la República	Se define el programa “Colombia se formaliza” en el cual se incentiva la generación de microempresas y empleo.
Decreto 4910 de 2011	Presidencia de la República	Por medio de esta norma se aclara la calidad de beneficiarios de la Ley 1429 de 2010 en materia del pago progresivo del impuesto de Renta y Complementarios.

NORMA	EMISOR	DESCRIPCIÓN
Decreto 1510 de 2013	Presidencia de la República	Incentivos a la contratación pública para las Pymes
Ley 1834 de 2017	Congreso de la República	Tiene como propósito desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas, es decir, aquellas que generan valor debido a sus bienes y servicios y se fundamentan en la propiedad intelectual.

Fuente: el autor a partir de CONFECOOP. Ley de Emprendimiento, Una ley para el fomento y desarrollo cooperativo y de la economía solidaria. 2020.

Cuando un emprendedor inicia un negocio, uno de los primeros pasos consiste en definir qué tipo de entidad comercial va a construir constituir y a partir de esta, establecer los requisitos impositivos para el adecuado ejercicio.

De otra parte, dentro del proceso de disolución de las empresas en el país, como acto jurídico mediante el que, las personas naturales o los socios deciden por común acuerdo, terminar con la existencia de la sociedad, el artículo 219 del Código del Comercio, establece que, la terminación de la sociedad se producirá entre los asociados y respecto de terceros, a partir de la fecha de expiración del término de su duración, sin necesidad de formalidades especiales. A su vez, artículo 218 del mismo Código, define como causales para disolución anticipada:

1. Vencimiento del término previsto para su duración en el contrato.
2. Imposibilidad de desarrollar la empresa social, por la terminación de la misma o extinción del objeto de explotación.
3. Reducción del número de asociados a menos del requerido en la ley para su funcionamiento o por exceso del límite máximo fijado.
4. Declaración de quiebra.
5. Por las causales expresadas en el contrato.
6. Por decisión de los socios.

7. Por decisión de autoridad competente (Decreto 470, 1971, Art. 2018).

A partir de estas causales, las empresas deben proceder a adelantar los procedimientos para liquidación de la empresa, en el que se incluyen el inventario y estados financieros, registrar el acta de cuenta final de liquidación ante la Cámara de Comercio solicitando formalmente la cancelación del registro mercantil y la solicitud de la cancelación del RUT ante DIAN. El cumplir con estos trámites legales y el seguimiento de un procedimiento, resulta de gran importancia para que la liquidación se realice de forma correcta y ajustada a la ley.

#### **7.4 Marco Geográfico**

Facatativá es un municipio ubicado en el departamento de Cundinamarca que, hace parte del Área Metropolitana de Bogotá DC, siendo la cuarta ciudad de Cundinamarca en cuanto a población y ubicada a 36 Km de Bogotá, capital de la República de Colombia. Cuenta con una extensión de 15.8274 Hectáreas de las cuales 583,14 Ha son área Urbana (4% del total del área) y 15.244,92 Ha son Rurales (96% del área, contiene los centros poblados), con una altitud de 2.600 metros promedio sobre el nivel del mar y con un potencial de expansión importante para un municipio que cuenta con un área rural de importantes dimensiones en comparación con otros municipios de la región (Alcaldía de Facatativá, 2020, p. 38). En el aspecto social, el municipio cuenta con 155,978 habitantes, con una distribución de 51.62% hombres y 48.38% mujeres, consolidándose como uno de los municipios con más habitantes de la región (Alcaldía Municipal de Facatativá, 2020).

Gráfica 1. Ubicación del municipio de Facatativá con relación al departamento colombiano de Cundinamarca.



Fuente: BELTRÁN MOYA, Johana. Economía de Facatativá. Universidad Corporación Uniminuto. 2014.

El municipio se caracteriza por una economía basada en el agro, cultivando principalmente flores, papa, arveja, maíz, hortalizas, producción de leche y algunos cultivos de fresa, siendo estos comercializados en los municipios cercanos y en la capital del país. En el ámbito industrial se destacan las empresas dedicadas a la transformación de alimentos, cosméticos, joyas, jabones, refinería y concentrados para animales, según Piraquive-Cortés (2017), la participación del escenario empresarial de los municipios de la región, entre los que se incluye Facatativá, “ha sido histórica y paulatina, es decir, ha evolucionado junto con la dinámica demográfica” (p. 119).

En el sector urbano se destaca el comercio, del que hacen parte 4247 establecimientos que generan alrededor de 11.908 empleos en áreas como la producción de calzado y vestuario, fabricación de productos primarios de hierro y acero, audiovisuales y similares, así como la venta de productos alimenticios, agrícolas, farmacéuticos, de construcción y combustibles, entre otros, también se cuenta con empresas dedicadas a la prestación de servicios como: asesorías, consultorías, interventorías y servicios profesionales (Alcaldía de Facatativá, 2020, p. 59).

Se destaca la producción de alimentos, por la fertilidad de sus tierras y por contar con mano de obra calificada. Estos alimentos en su mayoría, son utilizados para consumo del municipio como de los sectores aledaños, pero también son procesados industrialmente, según Celis y Tovar (2017), la comercialización de los productos se ve beneficiada “por la ubicación estratégica del municipio para el desarrollo industrial, comercial y de servicios por la cercanía a la capital y las demás localidades que dependen la economía de bienes y servicios producidos” (p. 23).

Desde el ámbito económico el municipio fue certificado por el DANE, a 30 de julio de 2019, en el primer grupo, denominado grandes Municipios, grado de importancia dos (2), con un monto de \$2.763,4 millones de pesos de valor agregado, que corresponde al consumo de los insumos (materias primas, materiales auxiliares, envases y empaques, electricidad, y otra diversidad de bienes y servicios) utilizados en los procesos productivos y de distribución. Aportando un 5.56% del total del valor agregado del Departamento (Alcaldía Municipal de Facatativá, 2020, p. 72).

A pesar de todo este panorama, Facatativá hace parte de las regiones más golpeadas por la crisis económica que trajo consigo la pandemia del Covid-19, esto debido a que, “el Departamento tiene una importante participación en actividades como el comercio, reparación de vehículos, transporte, alojamiento y servicios de comida, las cuales sufrieron contracción por las medidas tomadas para contrarrestar la crisis de sanitaria” (Cámara de Comercio de Bogotá, 2020).

## **8. DISEÑO METODOLOGICO**

### **8.1 Tipo de investigación**

Se recurre al tipo de investigación descriptivo para identificar y examinar los elementos involucrados en las prácticas vinculadas al problema planteado, es decir, se desarrolla un estudio a partir de, “una unidad de análisis e identificando las cualidades específicas en relación con el todo” (Rojas, 2015).

### **8.2 Método de investigación**

La investigación se aborda desde el método mixto, mediante “la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una fotografía más completa del fenómeno” (Cedeño Viteri, 2012, p. 19). Condición que permite, el identificar las características, componentes y particulares de la problemática planteada.

### **8.3 Estrategias de recolección de información**

Se recurre a la búsqueda y recolección de información desde la técnica de investigación documental, con el objetivo tanto de sustentar los hallazgos de la investigación, como para la obtención de referentes conceptuales, el abordaje del estudio desde esta estrategia permite “analizar, apropiar, aplicar y contextualizar referentes teóricos y procedimentales sobre la problemática planteada” (Barbosa y Rodríguez, 2013). Adicionalmente aplican encuestas con el fin de establecer un diagnóstico de los factores los factores sociales y económicos asociados, que influyen en los emprendimientos en el municipio.

### **8.4 Fuentes de información**

Encuesta: A partir de este tipo de instrumento se limitan las respuestas a las preguntas de un cuestionario preparado con anterioridad. “Esta es una herramienta eficaz para desentrañar significaciones, las cuales fueron elaboradas por los sujetos mediante sus discursos, relatos y experiencias” (Troncoso y Amaya, 2017, p. 329).

Revisión documental: Se procede a la búsqueda y recolección de material bibliográfico, específicamente artículos de revista producidos en los últimos 10 años, con el objetivo de “analizar, apropiar, aplicar y contextualizar referentes teóricos y procedimentales sobre la problemática planteada” (Barbosa y Rodríguez, 2013, p. 102).

## 9. FACTORES ASOCIADOS AL FRACASO DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN EL MUNICIPIO DE FACATATIVÁ

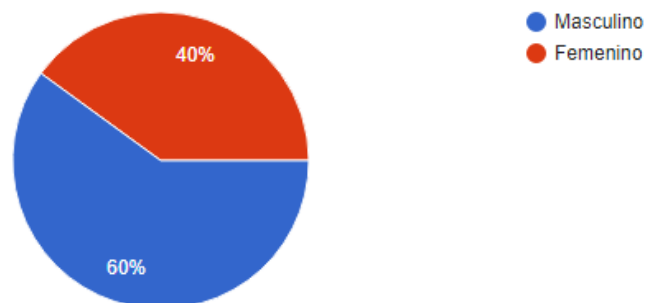
Con el propósito de diagnosticar los factores asociados al fracaso de los emprendimientos en el municipio de Facatativá, se aplican 15 encuestas (según anexo 1), a emprendedores mediante recursos online, logrando obtener los primeros hallazgos sobre la realidad del sector de las microempresas. Con la aplicación de esta, se validan cinco elementos que, se considera tienen gran impacto para el mantenimiento de las iniciativas: identificación de los emprendedores, características del emprendimiento, aspectos contables y financieros, relación con programas y proyectos para el fomento del emprendimiento y capacitación.

Los resultados se presentan a continuación:

### Identificación de los emprendedores

Se identifican las características particulares de los emprendedores, el género, la edad, y el nivel de formación.

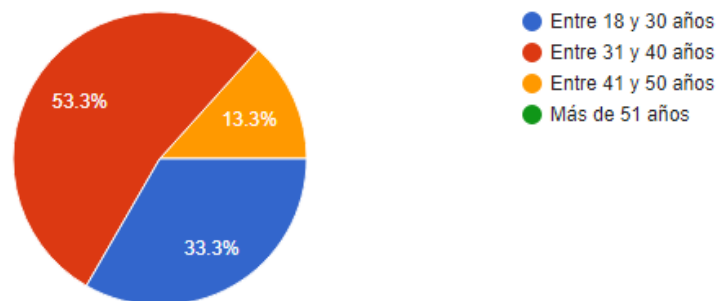
Grafica 2. Porcentaje de emprendedores según sexo



Fuente: el autor.

Dentro del grupo de emprendedores encuestados se destaca la población masculina con un 60% frente al 20% de las mujeres. Factor que demuestra el cómo, aún se carecen de estrategias de inclusión que den espacio a la mujer como generadoras de empresa en la región.

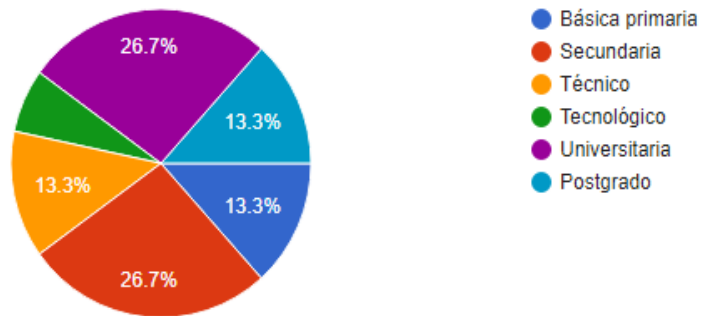
Gráfica 3. Distribución porcentual de la edad de los emprendedores



Fuente: el autor.

Respecto a la edad de los emprendedores encuestados, aparecen en primer lugar aquellos que oscilan entre los 31 y 40 años con 53.3%, seguido de un grupo que tiene entre 18 y 30 años, 33.3 %, un tercer grupo con edades entre 41 y 50 años que corresponden al 13.3%. Estos resultados dan cuenta de cómo la población en edad joven y media se inclinan por establecer ideas de negocio propias.

Gráfica 4. Distribución porcentual del nivel de formación de los emprendedores



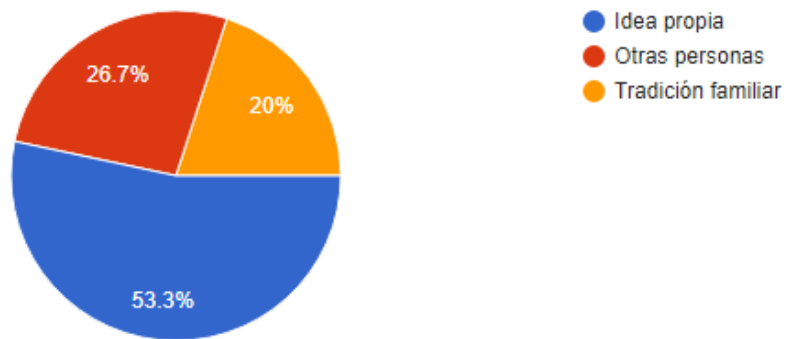
Fuente: el autor.

Al indagar por el nivel de escolaridad de los encuestados se ubican en un 26.7% dos grupos, quienes cuentan con formación universitaria y aquellos con básica secundarios. A su vez en un 13.3 % se agrupan dentro de la encuesta aquellos emprendedores que tienen formación técnica, básica primaria, y de postgrado.

### **Características del emprendimiento**

En este apartado se identifican las características particulares de los emprendimientos tales como: origen de la idea de negocio, el sector de la economía al que pertenecen, las razones que lo motivaron, el número de personas que se benefician laboralmente de estos, el número aproximado de clientes a los que atiende, el que pasará si pierde los clientes actuales y las causas que impiden el crecimiento o expansión.

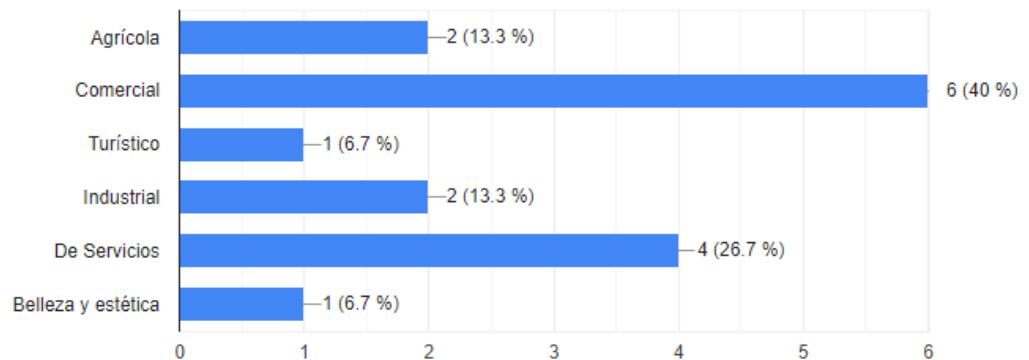
Gráfica 5. Distribución porcentual del origen del emprendimiento



Fuente: el autor.

Para el grupo de encuestados las ideas o iniciativas son propias en un 53.3%, le siguen aquellas que son de otras personas en un 26.7% y en un tercer grupo con un 20%, las que datan de una tradición familiar.

Gráfica 6. Distribución porcentual de los tipos de emprendimientos

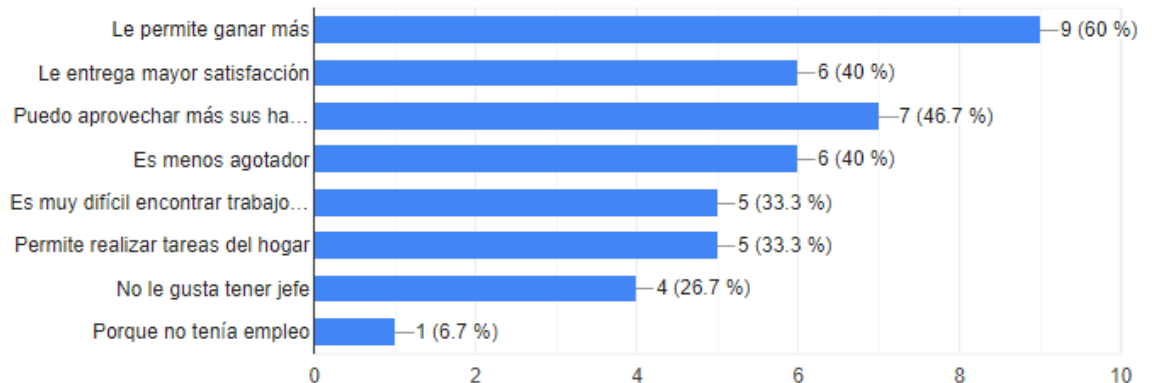


Fuente: el autor

Entre los sectores de la economía en los que se ubican los emprendimientos encuestados en orden descendente están: comercial 40%, de servicios 26,7%, agrícola e industrial 13.3%, turístico, y de belleza y estética 6,7%. Se destaca el área comercial y de servicios como sectores de mayor demanda en el municipio

aspecto que está directamente vinculado al ámbito turístico que empieza a gestarse en la región en la que se circunscribe.

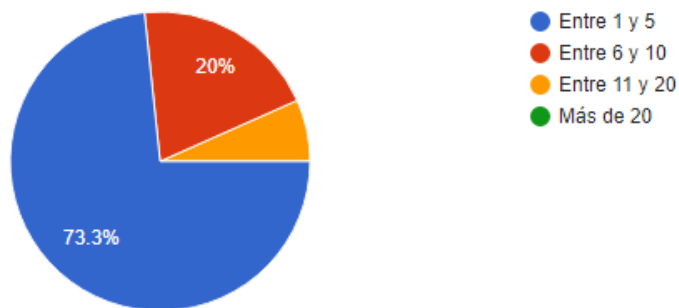
Gráfica 7. Distribución porcentual de las razones que motivaron el emprendimiento



Fuente: el autor.

Las razones que motivaron los emprendimientos son distribuidas en: Le permite ganar más dinero 60%, puede aprovechar más sus habilidades 46,7%, es menos agotador 40%, es muy difícil encontrar trabajo y permite realizar tareas del hogar 33.3%, no le gusta tener jefe 26, 7%, porque no tenía empleo 6.7%. En sí, estos son emprendimientos que surgen del interés por poner en práctica las habilidades que se posee, de generar autosuficiencia y el deseo por ejercer el control sobre la actividad a desarrollar.

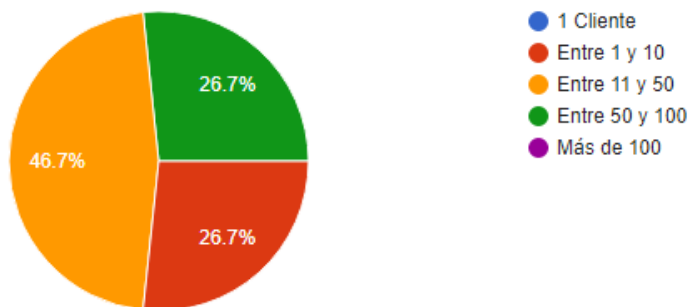
Gráfica 8. Distribución porcentual de número de personas que hacen parte del emprendimiento



Fuente: el autor.

El número de personas que se benefician laboralmente de los emprendimientos está distribuido así: 73.3% entre 1 y 5, y 20% entre 6 y 10. Estas cifras dan cuenta de empresas bastante pequeñas con un impacto laboral que tiende a desarrollarse entre un círculo cercano o familiar.

Gráfica 9. Distribución porcentual del número de clientes que atiende el emprendimiento

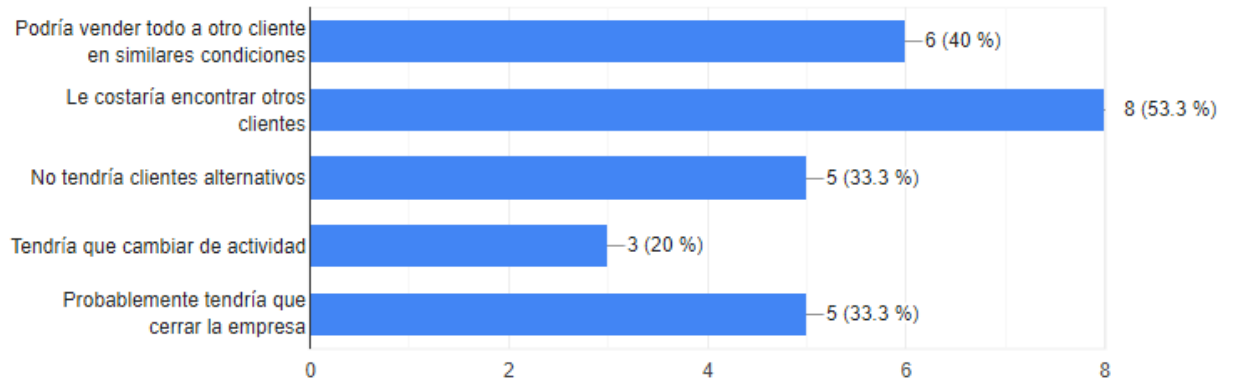


Fuente: el autor.

El número de clientes correspondiente a los emprendimientos encuestados está distribuido porcentualmente de la siguiente manera: 47.7% tienen entre 11 y 50 clientes, 26.7 % tienen entre 50 y 100, y entre 1 y 10 respectivamente. Este resultado da cuenta del gran impacto que tiene en el municipio los

emprendimientos al abastecer un amplio número de necesidades de los habitantes.

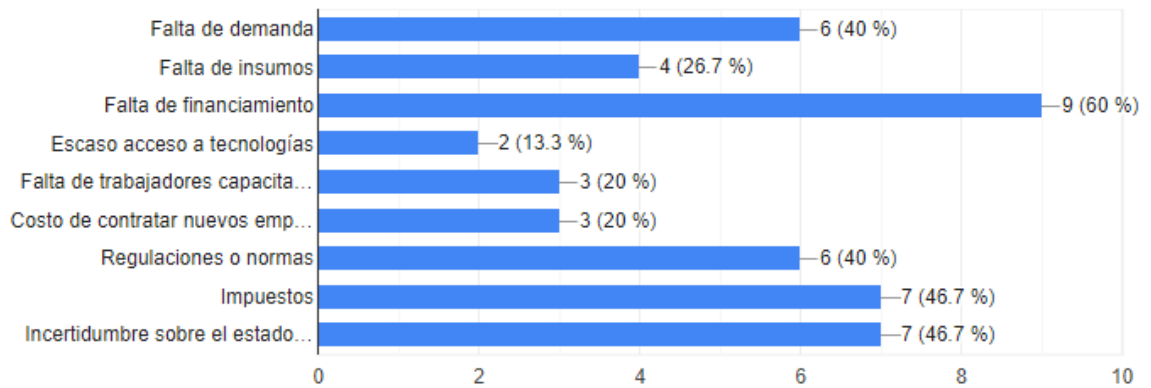
Gráfica 10. Distribución porcentual de la situación a enfrentar si se pierden los clientes actuales



Fuente: el autor

Al indagar dentro del grupo de encuestados sobre qué pasaría en el caso hipotético de que sus clientes principales dejaran de hacer uso de los productos o servicios que provee, manifestaron lo siguiente: le costaría encontrar otros clientes 53.3%, podría vender a otro cliente en condiciones similares, 40%, no tendría clientes alternativos y probablemente tendría que cerrar la empresa 33.3%, tendría que cambiar de actividad un 20%. Este es un aspecto de gran trascendencia dado que demanda la necesidad que tienen los encuestados de generar estrategias en las que se incluya el mercado de los productos y servicios para garantizar la permanencia en el tiempo.

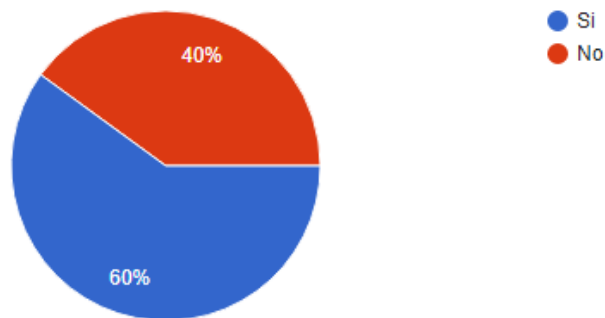
Gráfica 11. Distribución porcentual de las causas que impiden el crecimiento de los emprendimientos



Fuente: el autor.

Los encuestados conciben entre las causas que impiden el crecimiento del emprendimiento en los siguientes aspectos: la falta de financiamiento, impuestos e incertidumbre sobre el estado de la economía, falta de demanda y regulaciones o normas, falta de insumos, falta de trabajadores capacitados y costo de contratar nuevos empleados y por último escaso acceso a tecnología.

Gráfica 12. Distribución porcentual de la intención de abandonar el emprendimiento en algún momento



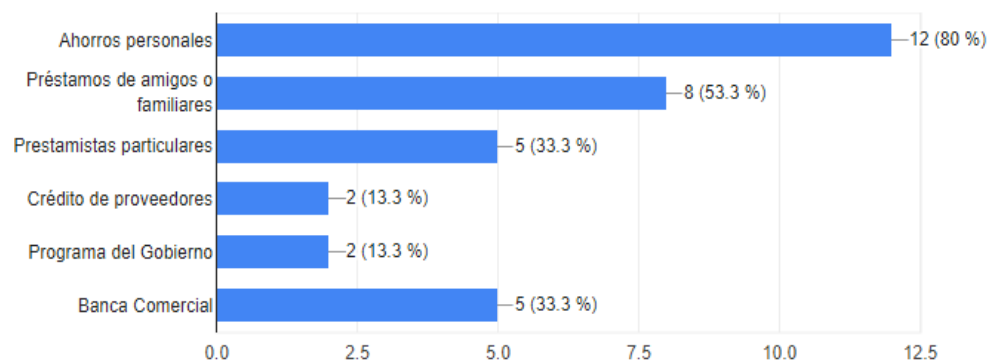
Fuente: El autor

El 60% de los encuestados manifiesta que ha pensado en abandonar el emprendimiento, frente a un 40% que no lo ha considerado. El hecho de que se piense o abandone los emprendimientos según Henao (2020), está asociado a “la falta de conocimientos administrativos, educación financiera y al no estar respaldados por políticas educativas y socioeconómicas que solventen la situación, dado que, la mayor educación emprendedora deriva de la autoformación” (p.15).

### Aspectos contables y financieros

Se indaga a los encuestados sobre los factores financieros que han influido o influyen en el emprendimiento, en tal razón se pregunta por las fuentes, la aplicación de registros contables y la incorporación de planes de ahorro.

Gráfica 13. Distribución porcentual de las fuentes de emprendimiento

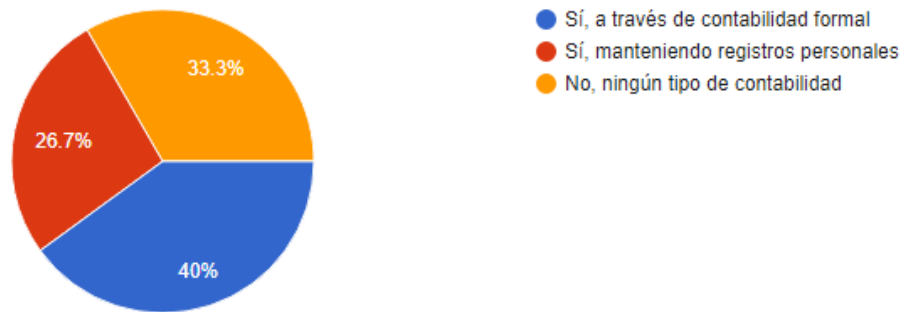


Fuente: el autor.

Las fuentes de financiamiento a las que han recurrido los emprendimientos son variadas, en primer lugar, están los ahorros personales, seguido de préstamos de amigos o familiares, prestamistas particulares y la banca comercial ocupan el mismo lugar, así como crédito de proveedores y programas del gobierno en el

último lugar.

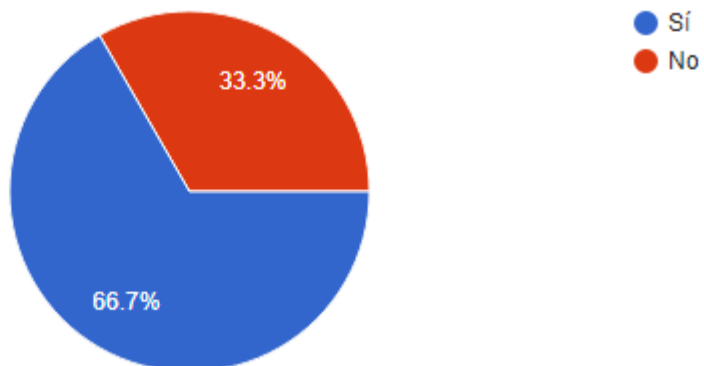
Gráfica 14. Distribución porcentual del registro contable de los emprendedores



Fuente: el autor

Respecto a si se hace uso de la contabilidad dentro de los procesos, se ha establecido entre los encuestados que el 40% lleva una contabilidad formal, el 33.3% no lleva ningún tipo de sistema contable y el 26.7% lleva registros personales.

Gráfica 15. Distribución porcentual de la existencia de planes de ahorro en los emprendedores.



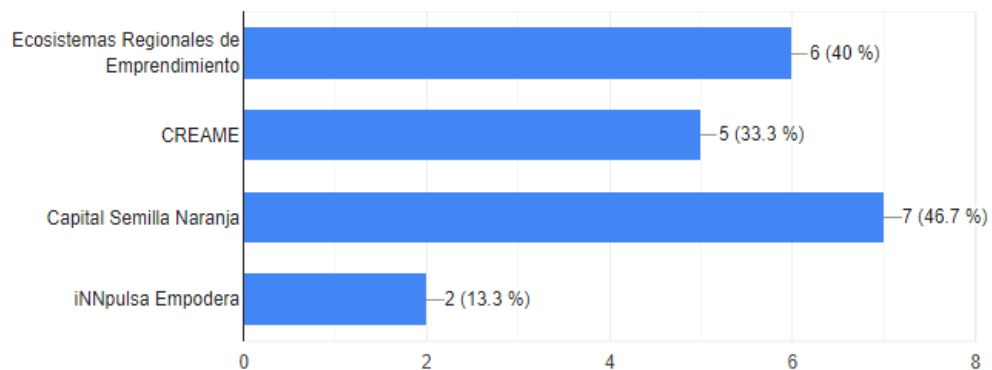
Fuente: el autor.

El 66% de los encuestados manifiestan contar con algún plan de ahorro, mientras el 33.3% niegan hacerlo. Estas cifras dan cuenta de cómo los emprendedores son conscientes de la necesidad e importancia del ahorro, siendo este un factor de gran importancia para mantener el equilibrio financiero y para proyectarse a futuro y lograr la adquisición o pago de bienes.

### **Relación con programas y proyectos para el fomento del emprendimiento**

Desde el gobierno nacional se ha propendido por generar programas para el apoyo y fortalecimiento de los emprendedores, en tal razón se examina, el reconocimiento, el acceso o las razones por las que no han accedido a estos.

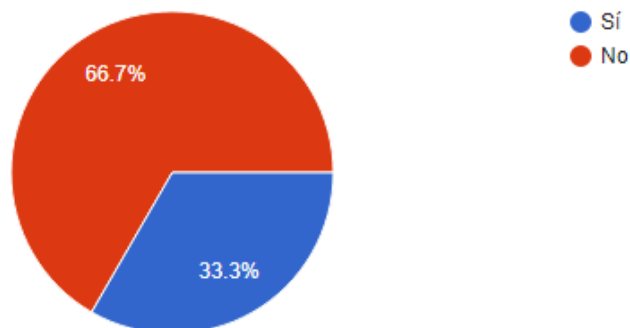
Gráfica 16. Distribución porcentual del reconocimiento de programas que impulsan el emprendimiento



Fuente: el autor.

Al consultar si conocen algunos de los programas del gobierno para el fomento al emprendimiento se registraron los siguientes porcentajes en las respuestas: el programa capital semilla naranja lo conoce el 46.7%, los ecosistemas regionales de emprendimiento el 40%, CREAME un 33.3% e iNNpulsa empodera un 13.3%.

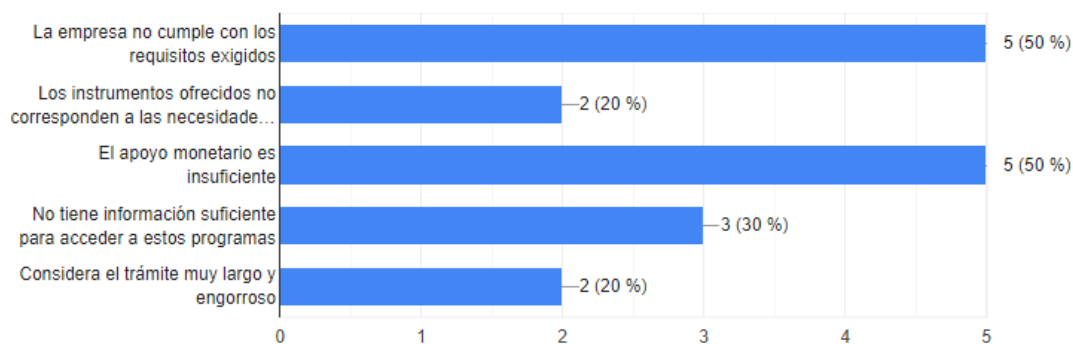
Gráfica 17. Distribución porcentual de los emprendedores que han recibido algún tipo de estímulo



Fuente: el autor

La participación en estímulos provenientes de algún programa estatal la ha tenido el 33.3% de los encuestados, mientras el 66.7% niega haber accedido a este tipo de beneficios. Se registra una baja participación de los emprendedores en los programas y apoyos que ofrece el Estado, situación que debilita el sector, cuando una de las problemáticas a las que se enfrentan al iniciar los negocios, es la falta de capital y muchos no saben a qué entidades acudir para conseguir apoyo.

Gráfica 18. Razones por las que los encuestados no han accedido a programas para el fomento al emprendimiento



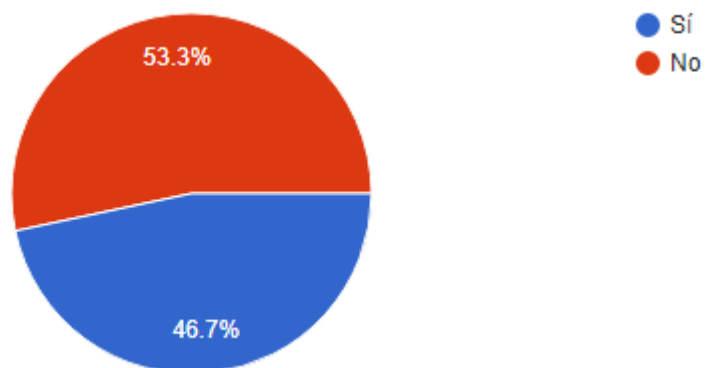
Fuente: el autor.

Al grupo de encuestados que manifestaron no participar de programas del gobierno, se les consulto las causas por las que no han accedido a estos y comparten el primer lugar que la empresa no cumple con los requisitos y que el apoyo monetario es insuficiente, seguidamente se encuentra el que no cuenta con información suficiente, y por último que lo ofrecido no corresponde a sus necesidades y la consideración de que el trámite es muy largo y engorroso.

### Capacitación

Se dedica un espacio a consultar sobre el acceso a capacitaciones por parte de los emprendedores, si consideran este factor importante para las empresas y las temáticas en las que tienen interés en recibir preparación.

Gráfica 19. Distribución porcentual del acceso a capacitación en los últimos dos años por parte de los emprendedores

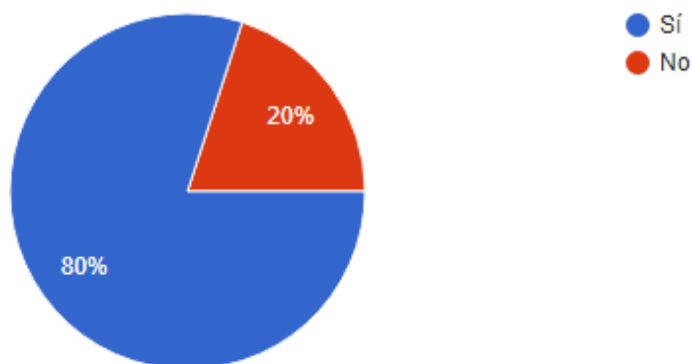


Fuente: el autor

El 53.3% de los encuestados manifiesta no haber recibido ningún tipo de

capacitación en los últimos dos años, mientras el 46.7% manifiesta que sí. El bajo nivel de capacitación da cuenta de cómo muchas personas consideran que para hacer empresa solo se requiere de financiamiento, sin tener conciencia de que, para permanecer en el mercado, más que poner productos y servicios al alcance de los clientes, se requiere desarrollar planes de negocio, conocer el nicho en el que se incursiona, tener formación empresarial, en sí tener cultura emprendedora, factores que es posible alcanzarlos con capacitación.

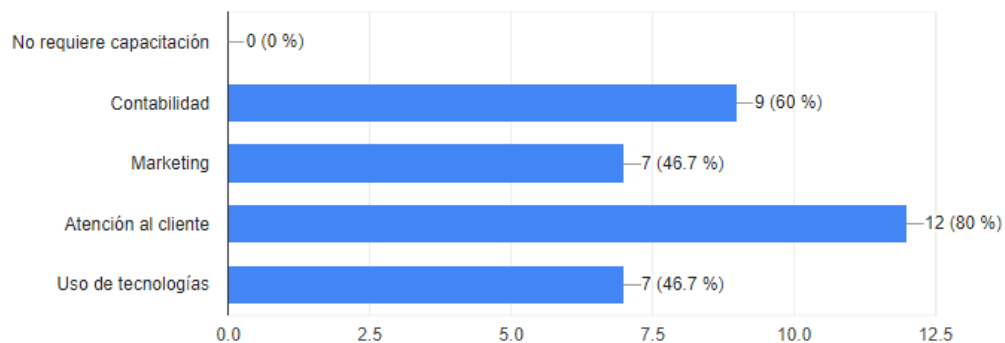
Gráfica 20. Distribución porcentual de la opinión de los emprendedores ante el cuestionamiento por si la capacitación le aporta al crecimiento de la empresa



Fuente: El autor

En la misma línea de la pregunta anterior, se indaga con los emprendedores sobre su opinión sobre si considera que la capacitación le aporta al crecimiento de la empresa y el 80% manifiesta que sí, mientras que el 20% considera que no. Se está frente a un grupo de personas que es consciente de la importancia de la formación y de las implicaciones que tiene esta para consolidar y ampliar el alcance de las empresas.

Gráfica 21. Distribución porcentual de las necesidades de capacitación de los emprendedores



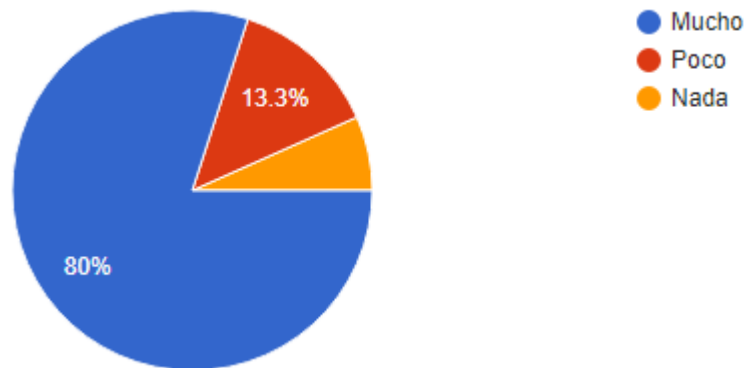
Fuente: el autor.

Los temas en los que los encuestados muestran interés frente a capacitaciones en orden de prioridad están: atención al cliente, contabilidad, marketing y uso de tecnologías.

### Otros

La pandemia ocasionada por el Covid 19 ocasiono un impacto negativo en gran parte de los sectores económicos del país y por ende de las regiones, en tal razón se indaga a los encuestados sobre esta problemática y los resultados se presentan en las gráficas 21 y 22.

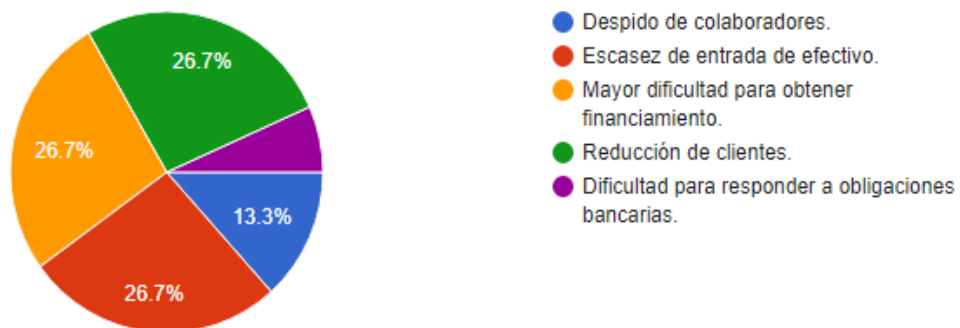
Gráfica 22. Nivel de impacto negativo que produjo la pandemia ocasionada por el Covid 19 en su emprendimiento



Fuente: el autor

Los resultados validan que un 80% de los encuestados manifiesta un alto nivel de impacto en los emprendimientos ocasionado por la pandemia del Covid 19. Situación que como lo refiere Vargas (2021), demanda que, “las instituciones de apoyo a los emprendedores definan con mayor precisión a los tipos de emprendedores y sus realidades particulares para diseñar mecanismos de soporte que atiendan de manera certera sus necesidades”.

Gráfica 23. Principal problema que ha debido enfrentar los emprendedores a raíz de la pandemia ocasionada por el Covid 19



Fuente: el autor.

De destacan tres problemas que encabezan las situaciones que han debido enfrentar los encuestados a partir de la pandemia del Covid19: la escasez de entrada de efectivo, la dificultad para obtener financiamiento y la reducción de clientes. Estas como lo refiere la CEPAL (2020), son consecuencia de una crisis económica que impacta tanto la oferta como la demanda, con efectos que difieren entre sectores, siendo este más importante en áreas cuyas actividades implican aglomeración, mientras que ha sido menor en aquellos que se han considerado indispensables tales como alimentos, artículos de limpieza, medicamentos e insumos y equipos médicos (p.3).

A partir de la aplicación de la encuesta a emprendedores ubicados en el municipio de Facatativá en la que se incluyeron participantes de diversos sectores económicos es posible concluir que, las personas que recurren a este tipo de iniciativas corresponde a un grupo de edad en edad intermedia, prevalece este como un espacio laboral para el género masculino, siendo este el reflejo de que aún hay que destinar esfuerzos como lo refiere la OIT (2011), por “incrementar su capacidad para promover el emprendimiento de las mujeres y la igualdad de género en los servicios de apoyo empresarial para grupos desfavorecidos” (p. 9). Los niveles de formación superan la básica secundaria y con un importante número de personas con postgrado 13%.

Se hacen relevantes aspectos como, un 40% de los encuestados en algún momento ha pensado en desistir del emprendimiento, hecho que no es aislado si se tiene en cuenta que, “en medio de la pandemia por covid-19, cerraron 509.370 micronegocios en Colombia” (Periódico la República, 2021). Otro factor que reviste gran importancia es el vinculado a los clientes que atienden estas empresas, un 53% refiere que le sería complejo acceder a nuevos clientes si pierde los ya existentes, por lo tanto, es evidente la necesidad de generar estrategias para la retención y ampliación, dado que, “los negocios se debe en gran medida a los clientes, siendo ellos quienes consumen o adquieren productos, servicios

o bienes” (Valenzuela y Buentello, 2019, p. 19).

Un elemento a destacar es el acceso a los programas gubernamentales para el apoyo a los emprendimientos, el nivel de participación da cuenta de un 33%, un porcentaje que es bastante bajo y como lo refiere Vesga (2020), puede ser la respuesta a “una ausencia de flujo de información y divulgación, así como la falta de confianza”. A su vez, la encuesta entre los resultados refiere que, un 53% de emprendedores se ha capacitado, cifra que es bastante baja si se tiene en cuenta que, “esta factora está directamente vinculada al éxito de los negocios” (Chong, 2017, p. 3), en este sentido, los encuestados son conscientes de que necesitan formación principalmente en áreas de servicio al cliente, mercado de productos y servicios.

## **10. LA POLÍTICA PÚBLICA DE EMPRENDIMIENTO COLOMBIANA Y EL IMPACTO EN LA CREACIÓN Y PERMANENCIA DE LAS EMPRESAS**

Para un país como Colombia, la importancia del emprendimiento radica en la capacidad que tienen las PYMES para generar empleo y para convertirse en un motor para la economía. Para la época reciente la pandemia del covid-19 ha obligado a las personas a explotar nuevas facetas y formas de negocio, siendo este un momento ampliamente retador, pero que también ha servido de impulso para innovar y es ahí donde los emprendedores ganan relevancia, desarrollando soluciones que contribuyen a solventar necesidades básicas según al nuevo contexto.

Y es que el emprendimiento, se ha convertido en una opción de vida para cientos de miles de colombianos, a muchos de estos los mueve la intención de convertirse en su propio jefe y generar empleo, por necesidad o por elección, pero que demanda determinación y unos objetivos concretos. Para el proceso de consolidación como empresa, cada iniciativa varía, según las singularidades, no obstante, el entorno y las condiciones derivadas de las políticas públicas, “vistas como acciones y toma de decisiones de los servidores públicos” (Perdomo y Arias, 2013, p. 183), juegan un papel trascendental para construir un tejido empresarial potente y sólido.

Más allá del auge del emprendimiento como opción económica y como estrategia para crear empresa, este sector está llamado a ser objeto de políticas que generen un entorno viable para crecer y fortalecerse en el tiempo. Según Innpulsa Colombia (2020), en Colombia, al término de cinco años permanecen en operación el 54,3 % de las empresas constituidas, porcentaje que desciende al 40,5 % al décimo año, es decir, cada cinco empresas que se crean, dos prevalecerán pasados los diez años (p. 30), ejemplo de este fenómeno es que, “entre enero y septiembre de 2019, se registraron 259.026 nuevos negocios, y cerca del cerca de 50 % deja de operar en el mercado en ese periodo” (López,

2021, p. 4), condición que imposibilita el logro de objetivos que, favorezcan el crecimiento y la consolidación a nivel local, regional y nacional, pero también el ser competitivos con un mercado altamente demandante y fluctuante.

En este contexto, la definición de políticas públicas que fortalezcan los emprendimientos y los lideren la construcción de empresa, con estrategias claras que posibiliten el acompañamiento y orientación necesaria, pensado en la generación de ingresos y capaz de jalonar el crecimiento de la economía del país. Política que contribuya a mejorar las condiciones para emprender y hacer crecer las empresas, que lidere preocupaciones y desafíos de los emprendedores para que sean escuchados y haga más sencillos los procesos a adelantar, es decir, con la que, se generen las condiciones para la permanencia en el tiempo.

Uno de los elementos importantes para la consolidación de las políticas públicas, es la promulgación de una legislación que regule y determine las pautas para la actividad emprendedora y para la creación de empresas, alineadas con la Constitución Política de Colombia de 1991. Teniendo en cuenta la obligación que tiene de propiciar su promoción y consolidación, además de salvaguardar el cumplimiento tanto de los deberes como de las obligaciones emanadas por este cuerpo normativo.

Uno de los avances más importantes en materia legislativa dirigido al emprendimiento es la Ley 2069 de 2020, que tiene por objeto “establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad” (Congreso de Colombia, Ley 2069, 2020), cuyo contenido delinea también, un enfoque regionalizado de acuerdo con las realidades socioeconómicas.

La consolidación de los esfuerzos surgidos desde el gobierno nacional, en materia de fortalecimiento de la actividad emprendedora, lo define la Política Nacional de

Emprendimiento, aprobada mediante el documento CONPES 4011 del 30 de noviembre de 2020, con la que, según el Departamento Nacional de Planeación (2021), “se plantean estrategias para atender las necesidades de los emprendedores en temas como capacitación, acceso a mecanismos de financiamiento, comercialización, innovación y desarrollo tecnológico, y el fortalecimiento de una arquitectura institucional que brinde las mejores condiciones al ecosistema emprendedor”. Esta política está enfocada a 5 ejes orientadores: cultura emprendedora, acceso a la financiación, redes y comercialización, tecnología e innovación y arquitectura institucional.

Este es un instrumento que contiene mejoras a las directrices que le antecedieron para incrementar la actividad emprendedora. Se introduce el concepto de gradualidad y proporcionalidad, con garantías para que las empresas adelanten los procesos de formalización, con beneficios fiscales, a la vez que, se crea una contabilidad simplificada, a lo que se suma la construcción de redes empresariales para la conexión con otros mercados y el apoyo a la innovación.

Alineado con estas iniciativas legislativas, surge la Ley Naranja que, “busca incentivar y fortalecer las empresas e industrias creativas. La idea es que, desde la política local, regional y nacional, se promueva la creación de dichas empresas” (Congreso de Colombia, Ley 1834, 2017). Siendo esta una de las banderas del gobierno actual, con fundamento en la promoción y el desarrollo económico a partir de ideas de negocio enfocadas en el ofrecimiento de bienes y servicios que tienen origen en la herencia cultural, y cuyo valor agregado viene dado por el aporte intelectual de cada individuo.

A partir de este marco, se han empezado a desarrollar un conjunto de lineamientos para apalancar la innovación empresarial y con ello los emprendimientos. Alineados con estas directrices han surgido las redes regionales de emprendimiento, desde el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con el

objetivo de interrelacionar a todas las entidades del territorio para apoyar la actividad emprendedora.

Puesto que, las pequeñas empresas representan más de la mitad de los puestos de trabajo formales y su participación en el empleo total es comparable a la de las grandes empresas, en el país, según lo refiere el Ministerio de trabajo (2019), las Pymes representan más del 95 por ciento de las empresas nacionales, generando más del 35 por ciento de la producción y cerca del 65 por ciento del empleo. A causa de esto, se vienen generando iniciativas desde el sector financiero, auspiciadas por el gobierno nacional y encaminado a fortalecer los emprendimientos potencializarlos.

Bancóldex, por ejemplo, otorga créditos a través de intermediarios financieros, y a las Pymes que trabajan con el sector exportador, les otorga promoción, capital de trabajo, inversión en activos fijos y diferidos, leasing, creación, adquisición y capitalización de empresas, entre otras modalidades. Por su parte el Servicio Nacional de Aprendizaje coordina el fondo emprender, con el que se financian los proyectos empresariales de aprendices, practicantes universitarios y profesionales (ACOPI y FAEDPYME, 2020)

Por su parte, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ofrece asesoría y capacitación a emprendedores en desarrollo, a través de escenarios como: La Semana del Empresario y el Exportador, El Plan Padrino, Jóvenes Emprendedores y los Consejos Regionales de Apoyo a las Pymes. Las Cámaras de Comercio con presencia en todo el territorio nacional también brindan asesoría y acompañamiento a los empresarios que requieren recursos para el crecimiento de sus ideas de negocio (ACOPI y FAEDPYME, 2020), a su vez, por medio de Bancóldex, se lanzó una línea de crédito directa con la cual las Mipyme pueden

solicitar créditos hasta por \$2.500 millones con hasta tres años de plazo y con una reducción del interés de cinco puntos porcentuales (Ministerio de Comercio, 2020).

Estos instrumentos normativos, y líneas estrategias de trabajo desde el gobierno nacional, se constituyen en importantes esfuerzos para ofrecer a la población una gama de alternativas de progreso tanto individual como colectivo, sin embargo, urge la necesidad de hacer que estas trasciendan el plano legislativo y se hagan efectivas, a la vez que sean ampliamente reconocidas por las partes interesadas, porque justamente el desconocimiento o falta de orientación, influyen negativamente en la apropiación y aplicación de estas. El gran reto consiste entonces en orientar a los emprendedores a participar de estos mecanismos y aprovechar los beneficios en materia financiera para el crecimiento como empresa.

Teniendo en cuenta que, en cabeza del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo está la función de articular la referida política de emprendimiento, esta entidad “aún no le ha dado al sector la importancia que merece, porque el organismo tiene demasiadas funciones, generando en consecuencia, una falta de coordinación y articulación entre los actores” (Guzmán, 2014, p. 31). A su vez, más allá de una política de emprendimiento, el país demanda programas en conjunto, entre el Estado, la empresa privada y la academia que permitan reducir los índices de finalización de las nuevas empresas, con una política pensada a largo plazo, con continuidad y basada en acciones reales.

Si bien se cuenta con legislación para regular la creación y ejercicio, la dificultad radica en que, se concibe el emprendimiento como una necesidad, no como una oportunidad, en aras de generar dividendos económicos y empleo. Sólo cuando se ve el emprendimiento como una oportunidad se abre un panorama de posibilidades que, auguran crecimiento y de supervivencia en el tiempo, lo que trae consigo un alto potencial de desarrollo y mayor generación de empleo a largo

plazo, en este sentido, “urge acelerar y escalar emprendimientos con potencial de Crecimiento, reasignar recursos en función de su productividad, y apalancar a las empresas que se constituyen y se mantienen en el mercado con modelos de negocio innovadores” (Innpulsa Colombia, 2020, p. 46).

Uno de los pilares de una política pública de emprendimiento está llamado a ser el acompañamiento a los emprendedores, en tal sentido, el Estado debe convertirse en el soporte durante la totalidad de la cadena de emprendimiento y el seguimiento a la consolidación de la idea de negocio hasta que se haga sólida. El problema principal está en que, las iniciativas gubernamentales se han concentrado en ofrecer esencialmente financiación para los nuevos proyectos y negocios, dejando a un lado el acompañamiento y el soporte que se le debe ofrecer a un emprendedor hasta que estén establecidos, de tal forma que se brinden las condiciones necesarias para que, los apoyos financieros den los frutos esperados y no se pierdan, según López y Moncada (2020), “la falta de seguimiento y evaluación de las políticas, denota la incapacidad del Estado de asistir a largo plazo a los emprendedores, así como el descuido de la base científica que permita entender en qué y para qué se deben invertir los recursos” (p. 125).

Entre los grandes retos, en materia de sostenibilidad financiera, está la reducción de los diversos riesgos en que pueden incurrir los emprendedores, “déficit de liquidez, incorrecta planeación del presupuesto, costos fijos elevados, falta de reinversión, exceso de deuda, entre otros” (Agudelo y García, 2016, p. 5). En este sentido los emprendedores deben sustentar su quehacer en una efectiva buena planeación financiera que le permita organizar, de manera inteligente los recursos y mantenerse en el mercado y esto solo es posible con capacitación.

Y es que a pesar de contar con un robusto plan en materia legislativa y una política para el emprendimiento en Colombia, los emprendedores deben afrontar la

volatilidad, la incertidumbre, la complejidad y la ambigüedad de la época actual, después de salir de la crisis ocasionada por los ceses de actividades propios de la pandemia del Covid 19. Ante este panorama los emprendedores tienen la obligación, desarrollar capacidades gerenciales, transformaciones culturales y mecanismos operacionales diferentes, incluyendo la aplicación de los lineamientos emanados desde el Estado, siendo proactivos y estando preparados para para hacer lo necesario desde el punto de vista estratégico, legislativo, tecnológico, administrativo, financiero y operativo para aprovechar la oportunidad de negocio.

## **11. IMPACTO SOCIAL Y ECONÓMICO PRODUCIDO POR LA PANDEMIA DEL COVID 19 EN LOS EMPRENDIMIENTOS DEL MUNICIPIO DE FACATATIVÁ**

La propagación masiva del nuevo coronavirus ha causado un profundo impacto en la salud, pero también en los ámbitos social y económico, desatando desafíos abrumadores quienes hacen pequeña empresa en Colombia. Dejando en evidencia que más allá del factor competitivo y la generación de ideas innovadoras, los emprendimientos son altamente influenciados por el contexto.

En el momento en que empezaron a adelantarse los aislamientos y cierres temporales de las empresas, para evitar el contagio por coronavirus, los emprendedores del municipio de Facatativá, como ocurrió en todo el territorio nacional, empezaron a sentir la desesperación, la inseguridad y la frustración por lo incierto del futuro. Siendo este un sector en el que las inversiones, recursos e infraestructura son limitados, el empezar a asumir un impacto financiero negativo, disminución de los ingresos por ventas debido a la disminución de clientes y la necesidad de adaptar nuevas formas de llevar a cabo los procesos se constituyó en un fenómeno inédito y lleno de desafíos.

En este nuevo contexto también aparecieron oportunidades con las que empezaron a replantearse las ideas de negocio, la reinención de servicios, nuevas formas de trabajo, cambios en el modelo de empresa y un comercio soportado en los medios electrónicos y en la prestación de servicios a domicilio, con cambios que repercutieron directamente en los diferentes segmentos de mercado a la par de los nuevos escenarios de consumo de la sociedad. Con “cambios en los ámbitos socio-económicos y políticos, que podrían ser persistentes en el tiempo” (Martín y Reyes, 2020, p. 713).

Un tipo de fenómeno como este, demanda la necesidad de generar respuestas y estrategias inmediatas para permanecer en el mercado y esto justamente es lo

que factores adversos a los emprendimientos como la falta de tecnología, formación y déficit financieros, desarrollados en capítulos anteriores, juegan en contra. Para emprendedores como los entrevistados para el desarrollo de este estudio, dedicados a pequeños negocios como: panaderías, peluquerías, venta de equipos tecnológicos o a la agricultura, aún emergentes en el mercado, las consecuencias de la pandemia causaron un efecto altamente negativo que, representó el cierre definitivo o en su defecto crisis en indicadores de desempeño como ventas, empleo o flujo de caja.

Entre los factores asociados a la crisis en el municipio se destacan: la informalidad, la exclusión financiera y la escasa digitalización de los procesos, si bien los diversos programas gubernamentales impactaron positivamente en la bancarización y el acceso a recursos económicos para fortalecer las microempresas, el acceso a estos estuvo restringido por la alta informalidad, el elevado costo de llevar servicios financieros a las zonas rurales, la falta de conectividad en las regiones, la carga tributaria, los numerosos trámites, así como el poco alcance de los programas del Gobierno se cuentan entre las principales causas para que el microcrédito no tenga mayor cobertura.

Este tipo de situaciones afecta directamente un amplio número de emprendedores, dado que la Cámara de Comercio de Facativá “tiene una participación del 31,89% en el departamento de Cundinamarca y entre los años 2016 a 2018, presentó un incremento del 2.8% en los registros” (Cámara de Comercio de Bogotá, 2021). Siendo este un tejido empresarial compuesto principalmente por microempresas, y siendo las tres principales actividades, comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas, seguido de alojamiento y servicios de comida e industrias manufactureras.

Y es que de la coyuntura que enfrentó el mundo con la pandemia de la COVID-19,

no estuvieron ajenos los municipios. En Facatativá las estrictas medidas de confinamiento establecidas para evitar la propagación obligaron al cierre de empresas y establecimientos de comercio, lo que implicó una significativa reducción de la oferta laboral y en consecuencia produjo un aumento en las tasas de desempleo e inseguridad.

En este sentido, gran parte de las pérdidas estuvieron dirigidas a pequeñas empresas que, a diferencia de las grandes, no cuentan con fuentes de ahorro, acceso a créditos bancarios o mercados de capitales, a su vez, muchas de las empresas afectadas por la crisis sanitaria estaban ubicadas en los sectores más vulnerables, como es el caso de Facatativá, una ciudad intermedia. Con la desaparición de estos emprendimientos se produce una afectación estructural que va a hacer muy complejo que la economía pueda compensar, porque significa menores empresas, menor cantidad de inversión, y un aspecto de gran trascendencia, poca capacidad de generar empleos.

Desde el aspecto financiero, el mercado de las pymes en Colombia está integrado principalmente por entidades formales vigiladas por la Superintendencia Financiera: bancos comerciales, compañías de financiamiento y cooperativas financieras. En este contexto, aunque existen diversos productos financieros cuyo acceso debe evaluarse para personas naturales y para las firmas, el producto base de referencia es el crédito bancario, esto bajo la modalidad de libre inversión o dirigido a líneas especialmente diseñadas para las pequeñas empresas, adicionalmente, estas entidades de financiamiento realizan la captación de los dineros a plazos, con créditos que son otorgados a los diferentes sectores económicos sin distinción alguna en este sentido.

Facatativá cuenta con los tres tipos de entidades de financiamiento señaladas, la dificultad radica en la desidia de los emprendedores para acceder a este tipo de apoyos, situación que como lo refiere la Banca de las Oportunidades (2019)

obedece a “la falta de educación financiera, patrones culturales, falta de confianza al sistema financiero y la voluntad de los empresarios de querer mantener la deuda del negocio controlada” (p. 5). En este aspecto, el gran desafío está el fortalecimiento de la educación financiera que le permita a los emprendedores del municipio, realizar una adecuada planeación financiera, identificar los costos reales de apalancarse y tomar decisiones financieras responsables e informadas que respondan a sus características particulares y a las necesidades y a los contextos que les impactan directamente.

Actualmente, el municipio dentro del Plan de Desarrollo Municipal 2020 - 2024 se ha planteado, “generar desarrollo económico correcto para todos los Facatativeños, a través de estrategias de emprendimiento, productividad y empleabilidad, sostenibles y sustentables que permitan el mejoramiento de la calidad de vida de cada uno de los habitantes del municipio” (Alcaldía de Facatativá, 2020). Para alcanzar este objetivo, la administración municipal se ha trazado como metas, fortalecer y hacer seguimiento a veinte (20) emprendimientos productivos en el cuatrienio, crear e implementar un (1) proceso de economía solidaria como factor de innovación y crecimiento y realizar asistencia técnica a los procesos productivos que se adelantan en el sector rural, y ha creado a partir del decreto 162 de 2021, el Banco de Promoción Social, integrado a la escuela de emprendimiento del municipio, que ofrecen servicios de asistencia técnica y administrativa, apoyo en la ubicación de fuentes de financiamiento, capacitación y acercamiento a nuevos mercados (Alcaldía de Facatativá, 2021, Decreto 161).

## CONCLUSIONES

El emprendimiento va más allá de crear una empresa y generar dividendos, quienes le apuestan a hacer empresa, están llamados a dar solución a las necesidades de las personas, entendiendo el contexto y recurriendo a la innovación, pues cuando se lleva una idea el ámbito empresarial se está aportando a mejorar la vida de una comunidad y al desarrollo económico de un país. Justamente es mediante los emprendimientos que se ha contribuido al desarrollo económico de Facatativá, ofreciendo la posibilidad a las comunidades de sostenerse y lucrarse, sin embargo, la permanencia es un factor crucial para los pequeños empresarios.

A partir del estudio realizado se evidenció que, el fracaso de los emprendedores en el municipio está asociado a la baja capacidad financiera, la falta de formación para aprovechar las oportunidades de los negocios, mantener los clientes y aprovechar los potenciales, en sí para apalancar y hacer crecer las empresas. Factores que demandan la necesidad de dar continuidad y fortalecer las políticas municipales contempladas en el plan de desarrollo 2020-2024 que se vienen adelantando, para evitar que naufraguen en el primer intento por hacer empresa.

Es de reconocer que, si bien el país cuenta con una robusta política pública de emprendimiento con escenarios que en los últimos años se han visto fortalecidos. Esto por el uso y apropiación de las tecnologías emergentes y la atención que están ganando los nuevos negocios a nivel nacional e internacional, así como la el fortalecimiento del ecosistema emprendedor y se han reforzado los estímulos a los emprendimientos, aspecto en que las Cámaras de Comercio han influido desde su quehacer, haciendo más accesibles los procesos para la creación de empresa, a las que se han sumado iniciativas públicas y privadas que proveen capacitación, recursos y créditos a bajas tasas de interés que favorecen especialmente el pequeño y mediano, el impacto aún es limitado, esto porque en el país subsiste

una cultura emprendedora muy local, sin mayor proyección y crecimiento, que se queda en la satisfacción de las necesidades básicas y que no logra apalancarse lo suficiente para responder los momentos de incertidumbre que suelen presentarse.

Justamente, problemáticas como la ocasionada por el Covid 19, obligo a muchos de los emprendimientos del municipio de Facatativá a abandonar sus iniciativas, con el impacto económico que esto representa para las familias que dependían económicamente de estos, generando desempleo y limitaciones para satisfacer necesidades básicas de los hogares, situación que se agrava, al ser esta una ciudad pequeña, sin muchas oportunidades laborales. Ocasionando un importante retroceso en los avances que se habían alcanzado en el municipio en términos de estabilidad económica y social, soportada en la oferta laboral.

## RECOMENDACIONES

Para que los emprendimientos subsistan en el municipio de Facatativá y desarrollen capacidades que les permita contrarrestar los efectos ocasionados por la Pandemia producida por el Covid 19, se hace necesario:

Hacer una adaptación a los nuevos comportamientos de los consumidores, tras el periodo de asilamiento emergieron nuevas formas de negocios impulsadas por el uso de las tecnologías de la información, siendo este un factor clave para el mantenimiento de los emprendimientos. Esta nueva forma de mercado requiere el uso de los canales electrónicos tanto para la provisión de insumos como para la comercialización, en donde la transformación digital es un insumo fundamental para adaptarse a este momento y construir las bases para el futuro.

La adecuada administración de los emprendimientos es fundamental para saber realmente que se tiene y hasta donde se puede llegar en un periodo determinado, un correcto control de los gastos e inversiones que generen rentabilidad a corto plazo son condiciones indispensables para asegurar la permanencia en el tiempo. Específicamente es indispensable, elaborar un presupuesto que facilite identificar gastos y reducir aquellos que sean innecesarios; aprovechar los beneficios que en materia de créditos otorga el Gobierno Nacional y hacer reinversiones o liquidar las deudas, sobre todo las de mayor monto y mayores tasas de interés; captar dinero de los clientes con mayor inmediatez que lo que se paga a los proveedores; convertir la mayor cantidad de costos fijos en costos variables esto con el fin de aliviar la carga de la caja y por último optimizar los recursos con un modelo de negocio que permita la generación de rendimientos de mayor valor económico y social.

La promoción y marketing también se constituyen actualmente en tareas imprescindibles para dar visibilidad a las empresas, aprovechar los recursos tecnológicos que de forma gratuita o a un muy bajo costo permiten promocionar los productos y servicios se convierten en una gran aliada para los procesos de comercialización y para la captación de nuevos clientes.

## REFERENCIAS

- ACOPI, FAEDPYME. Reflexiones y propuestas para la reactivación y fortalecimiento de las Mipymes en Colombia en el marco del covid-19. 2020.
- AGUDELO, Luz., GARCIA, Norma. Por qué fracasan las pymes en Colombia. Cali: Fundación Universitaria Católica. 21 p.
- ALCALDIA DE FACATATIVÁ. Decreto 162 de 2021 por medio del cual se crea e implementa la escuela de emprendimiento de Facatativá.
- ALCALDÍA DE FACATATIVÁ. Plan de Desarrollo Municipal. 2020. 416 p.  
<https://www.efr-cundinamarca.gov.co/sites/default/files/efr-pdf/19176-facatativa-correcta-un-proposito-comun-20202024-c.pdf>
- ASOCIACIÓN DE EMPRENDEDORES DE COLOMBIA (ASEC). Cifras de Emprendimiento en las empresas Colombianas. Revista Empresarial & Laboral. 2021.
- BANCA DE LAS OPORTUNIDADES. Financiamiento de las MiPymes en Colombia. 2019.  
[https://www.bancadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2019-02/Financiamiento%20MiPymes.Vf\\_.pdf](https://www.bancadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2019-02/Financiamiento%20MiPymes.Vf_.pdf)
- BARBOSA, W., RODRÍGUEZ, M. Revisión y análisis documental para estado del arte: una propuesta metodológica desde el contexto de la sistematización de experiencias. Investigación bibliotecológica, 2013, Vol. 27, No. 61. p. 83-105.  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0187-358X2013000300005](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2013000300005)
- BORJA, Amarilis, CARVAJAL, Héctor. Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. Revista Espacios, Vol. 41, No. 24, 2020. P. 183 – 196. <http://www.revistaespacios.com/a20v41n24/a20v41n24p15.pdf>
- BUITRAGO, Jonathan, REY, Juliana. Alianzas estratégicas, innovación y sostenibilidad, revisión y exploración de futuras investigaciones. Bogotá: Universidad EAN. 2021.

CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. Al cierre de 2020 las empresas de Bogotá y la Región cayeron 11 %. <https://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias-Fortalezca-su-empresa/2021/Al-cierre-de-2020-las-empresas-de-Bogota-y-la-Region-cayeron-11>

CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. Dinámica empresarial: indicador de empresas creadas. 2021. <https://www.ccb.org.co/observatorio/Dinamica-Empresarial/Dinamica-empresarial/Indicador-empresas-creadas>

CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. El empresariado de Bogotá y la región: fortaleza y resiliencia en tiempos de crisis. 2021.

CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. Balance de la economía de la región Bogotá – Cundinamarca. 2020. 136 p.

CASTRO, Juan Carlos. Exploración de las actividades de planificación en los emprendimientos de subsistencia. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada, 2019. 17 p.

CEDEÑO VITERI, Narcisa. La investigación mixta, estrategia andragógica fundamental para fortalecer las capacidades intelectuales superiores. 2012. <https://biblio.ecotec.edu.ec/revista/edicion2/LA%20INVESTIGACION%20MIXTA%20ESTRATEGIA%20ANDRAGOGICA%20FUNDAMENTAL.pdf>

CHONG, Elizabeth. Importancia de la administración de los negocios en las mujeres emprendedoras. Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática, Año 6. No. 17, 1- 20. <https://recai.uaemex.mx/article/view/8997/7850>

CELIS, Oscar, TOVAR, Gabriel. Descripción del crecimiento del sector industrial en el municipio de Facatativá. Facatativá: Universidad de Cundinamarca. 2017. 63 p.

CEPAL. Sectores y empresas frente al COVID-19: emergencia y reactivación. 2020.

[https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45734/4/S2000438\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45734/4/S2000438_es.pdf)

CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 2069 de 2020 por medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia.

CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 1834 de 2017 por medio de la cual se fomenta la economía creativa Ley Naranja.  
<https://www.mineducacion.gov.co/portal/normativa/Leyes/381639:Ley-1834-de-mayo-23-de-2017>

CONNECT BOGOTÁ. (2018). Impuestos, el mayor dolor de cabeza de los emprendedores en Colombia. <https://connectbogota.org/impuestos-el-mayor-dolor-de-cabeza-de-los-emprendedores-en-colombia/>

CORREDOR, Jorge. Carga tributaria de Colombia a nivel nacional, eficiencia del recaudo y logro del objetivo final en su destinación. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada, 2020. 44 p.

ENTREPRENEURSHIP MONITOR. estudio de la actividad emprendedora y empresarial de la ciudad de Bogotá. 2018.  
<https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50430>

ESTRADA, Salvador, CANO, Karen. ¿Cómo se gestiona la tecnología en las pymes? Diferencias y similitudes entre micro, pequeñas y medianas empresas. Contaduría y Administración, vol. 64.  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0186-10422019000200009](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422019000200009)

FAILURE INSTITUTE. ¿Por qué los negocios fracasan en Colombia? Why Entrepreneurs Fail in Colombia? 2015. <https://thefailureinstitute.com/wp-content/uploads/2015/11/Fracaso-emprendimiento-Colombia.pdf>

FORBES COLOMBIA. ¿Colombia forma emprendedores? 2020. <https://forbes.co/2020/08/21/emprendedores/colombia-forma-emprendedores/>

FUNDACIÓN INNOVATI. Breve Historia del Emprendimiento. 2018. <http://fundacioninnovati.org/wp2016/2018/07/24/9-maneras-de-hacer-crecer-tu-emprendimiento/>

GARCIA, Argenis. Principales causas tributarias de quiebre de las pymes en Colombia. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada, 2018. 27 p.

GUZMAN, Juan Pablo. La regulación en materia de emprendimiento en Colombia: ¿letra muerta?. Bogotá: Universidad de los Andes. 46 p.

HENAO, Sonia Lucia. Emprendimiento en Colombia, principales dificultades y consideraciones para sortearlas. Bogotá: Universidad Libre. 18 p.

HEREDIA, Andrea, DINI, Marco. Análisis de las políticas de apoyo a las pymes para enfrentar la pandemia de COVID-19 en América Latina. CEPAL, 2021. 118 p.

INNPULSA COLOMBIA. Colombia incrementó su tasa de actividad emprendedora en 2020. 2021. <https://innpulsacolombia.com/innformate/colombia-incremento-su-tasa-de-actividad-emprendedora-en-2020>

INNPULSA COLOMBIA. Emprendimiento dinámico y Supervivencia Empresarial en Colombia. Ministerio de Comercio, 2020. 96 p.

INNPULSA COLOMBIA. Mapeo e infografía ecosistemas regionales del emprendimiento en Colombia. 2018. [https://innpulsacolombia.com/sites/default/files/documentos-recursos-pdf/2.2\\_mapeo\\_e\\_infografia.pdf](https://innpulsacolombia.com/sites/default/files/documentos-recursos-pdf/2.2_mapeo_e_infografia.pdf)

LA REPÚBLICA. Solo 55% de las empresas sobreviven el primer año. <https://www.larepublica.co/especiales/emprendimiento/solo-55-de-las-empresas-sobreviven-el-primer-ano-2560248>

LEDERMAN, Daniel, MESSINA, Julián. El emprendimiento en América Latina Muchas empresas y poca innovación. Washington, D.C.: Banco Mundial, 2014. 38 p.

LÓPEZ, Ingrid. Deficiencias del emprendimiento en Colombia. Bogotá: Universidad Católica, 2021. 13 p.

LÓPEZ, Luis Felipe. Pequeñas empresas, grandes impactos: Apoyando a las PYMES productivas como motor de la recuperación en ALC. Organización de las Naciones Unidas.  
<https://www.latinamerica.undp.org/content/rblac/es/home/presscenter/director-s-graph-for-thought/small-businesses--big-impacts--supporting-productive-smes-as-an-.html>

LÓPEZ, Oscar, MONCADA, Víctor. La política del emprendimiento naranja en Colombia, nuevas formas de control de la población. Revista Republicana Núm. 29, julio-diciembre, 2020. <http://www.scielo.org.co/pdf/repbl/n29/2256-5027-repbl-29-107.pdf>

MARTIN-FIORINO, Víctor, REYES, Giovanni E. Desafíos y nuevos escenarios gerenciales como parte de la herencia del Covid-19. Revista Venezolana de Gerencia, vol. 25, núm. 90, pp. 710-722, 2020.

MARTÍNEZ, Orlando. La nueva dimensión de las pequeñas y medianas empresas en la economía colombiana. Civilizar de empresa y economía, 2017, vol. 13, No. 1. p. 47-70.  
<https://revistas.usergioarboleda.edu.co/index.php/ceye/article/view/921/1148>

MENDIVELSO, Magda, PARRA, José. La investigación en la universidad colombiana, retos para el futuro. Bogotá: Universidad Cooperativa de Colombia.

MINISTERIO DE COMERCIO. Gobierno lanza 12 herramientas para impulsar la reactivación económica de las Mipyme del país por \$19 billones. 2020.

<https://colombiasiguedelante.mincit.gov.co/prensanot/noticias/herramientas-para-impulsar-la-reactivacion>

MINISTERIO DE TRABAJO. MiPymes representan más de 90% del sector productivo nacional y generan el 80% del empleo en Colombia. 2019. <https://www.mintrabajo.gov.co/prensa/comunicados/2019/septiembre/mipymes-representan-mas-de-90-del-sector-productivo-nacional-y-generan-el-80-del-empleo-en-colombia-ministra-alicia-arango>

MONTAÑA, Camila. El difícil trance de hacer empresa en Colombia. <https://estacionindustria.com/el-dificil-trance-de-hacer-empresa-en-colombia/4792/>

NAVAS, Walter, GAMBOA, Elías. El Servicio Post Venta. Revista Estudio Idea. 2019. 12 p.

NIÑO ROJAS, Víctor Miguel. Metodología de la investigación. Bogotá: Ediciones de la U, 2011. 156 p.

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAD. Mipymes y el COVID-19. 2021. <https://www.cepal.org/es/euromipyme/mipymes-covid-19>

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO. Género y Emprendimiento Guía de formación para mujeres empresarias. S.L: OIT, 2011. 239 p.

PÁEZ, Magda. La informalidad laboral está en las calles, pero también en algunas empresas. 2020. <https://www.urosario.edu.co/Investigacion/UCD/Articulos/La-informalidad-laboral-esta-en-las-calles-pero-tambien-en-algunas-empresas/>

PERDOMO, Geovanny, ARIAS, José Enrique. Las políticas públicas de desarrollo Empresarial e innovación desde la perspectiva de la nueva gestión pública y la gobernanza: caso CREAME. Revista Apuntes del CENES, vol. 32, núm. 56, julio-diciembre, 2013, pp. 175-204.

PERIODICO LA REPUBLICA. En medio de la pandemia por covid-19, cerraron 509.370 micronegocios en Colombia. (24 febrero 2021).

<https://www.larepublica.co/economia/en-medio-de-la-pandemia-por-covid-19-cerraron-509370-micronegocios-en-colombia-3130382>

PIRAQUIVE-CORTÉS, Armando. Análisis empresarial en crecimiento y desarrollo regional de Bogotá DC y municipios estratégicos de Cundinamarca. *In Vestigium Ire*, Vol. 11, No. 2, 2018. P. 113-131. <http://revistas.ustatunja.edu.co/index.php/ivestigium/article/view/1553>

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Decreto 410 de 1971 por el cual se expide el Código de Comercio.

HERNÁNDEZ, David, SÁNCHEZ, Nicole. Principales factores que influyen en el éxito o fracaso de las empresas MiPymes, constituidas en los municipios de Facatativá, Madrid y Mosquera, durante los años 2018 a 2020. Facatativá: Universidad de Cundinamarca. 2021. 113 p.

QUEREJAZU, Claudia. Aproximación teórica a las causas del emprendimiento. *Economía Teoría y Práctica*, 2020, año 28, número 52. p. 69 – 97. <http://www.scielo.org.mx/pdf/etp/n52/2448-7481-etp-52-69.pdf>

ROJAS CAIRAMPOMA, N. Tipos de Investigación científica: Una simplificación de la complicada incoherente nomenclatura y clasificación. *REDVET*, 2015, Vol. 16, No. 1. p. 1-14

SAAVEDRA, María Luisa, BUSTAMANTE, Sara. El problema de financiamiento de la PYME y el sistema nacional de garantías en Colombia. *Contaduría Universidad de Antioquia*, No. 62, 2014, p. 69-88.

TRONCOSO, C., AMAYA, A. Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación. *Revista de la Facultad de Medicina de Universidad Católica de la Santísima Concepción*, 2017, Vol. 65, No. 2. p. 329-332. doi: <http://dx.doi.org/10.15446/revfacmed.v65n2.60235>.

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO. Desafíos actuales de las empresas en Colombia. Bogotá: Universidad del Rosario.2019. [https://www.urosario.edu.co/urosario\\_files/ee/ee035291-3f52-4d8a-8eb4-c5d3d22914e5.pdf](https://www.urosario.edu.co/urosario_files/ee/ee035291-3f52-4d8a-8eb4-c5d3d22914e5.pdf)

VALENZUELA, Nemecio, BUENTELLO, Clara. La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios. Revista GEON (Gestión, Organizaciones y Negocios.), 2019, Vol. 6, No. 2, 18- 24.

VARGAS, Anafina. Impacto del COVID-19 en los ecosistemas de emprendimiento de América Latina y el Caribe. Universidad Católica Andrés Bello, 2021.

VESGA, Rafael. Emprendimiento e innovación en Colombia: ¿qué nos está haciendo falta? Bogotá: Universidad de los Andes, 2020. <https://web.unillanos.edu.co/docus/Emprendimiento%20e%20innovacion.pdf>

## ANEXOS

Anexo uno. Ficha técnica y Formato de encuesta para emprendedores del municipio de Facatativá.

### FICHA TÉCNICA

Encuestador	Sandra Liliana Sánchez Castillo
Tipo de estudio	Diagnóstico de los factores asociados al fracaso de los emprendimientos en el municipio de Facatativá.
Fecha	Inicio: 20 agosto 2021. Finaliza: 22 octubre 2021
Población objeto	Emprendedores del municipio de Facatativá.
Tamaño de la muestra	15 encuestados entre los que se incluyen emprendimientos del sector comercial, de servicios, alimentos y agrícolas.
Procedimiento de selección de encuestados	Aleatorio
Método de recolección	Encuesta virtual con una duración aproximada de 10 minutos

## FORMATO DE ENCUESTA

**Objetivo:** Identificar las características de los emprendimientos que se desarrollan actualmente en el municipio de Facatativá

**Características de los emprendedores**

1. Sexo

Masculino

Femenino

2. Edad

Entre 18 y 30 años

Entre 31 y 40 años

Entre 41 y 50 años

Más de 51 años

3. Nivel de escolaridad

Básica primaria

Secundaria

Técnico

Tecnológico

Universitaria

Postgrado

**Características del emprendimiento**

4. De dónde surge la idea de emprendimiento

Idea propia

Otras personas

Tradición familiar

otro

¿Cuál? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

5. Tipo de emprendimiento

Agrícola

Comercial

Turístico

Industrial

De Servicios

otro

¿Cuál? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

6. Razones por las que decidió trabajar como independiente

Le permite ganar más

Le entrega mayor satisfacción

Puedo aprovechar más sus

habilidades

\_Es menos agotador

\_Es muy difícil encontrar trabajo asalariado

\_Permite realizar tareas del hogar

\_No le gusta tener jefe

7. Número de colaboradores

\_ Entre 1 y 5

\_ Entre 6 y 10

\_Entre 11 y 20

\_Más de 20

8. Número de clientes

\_1 Cliente

\_Entre 1 y 10

\_Entre 11 y 50

\_Entre 50 y 100

\_Más de 100

9. Si sus clientes principales dejan de comprarle los productos o servicios

\_Podría vender todo a otro cliente en similares condiciones

\_ Le costaría encontrar otros clientes

\_No tendría clientes alternativos

\_Tendría que cambiar de actividad

\_Probablemente tendría que cerrar la empresa

10.Cuál de estos aspectos considera le impide el crecimiento del emprendimiento

\_Falta de demanda

\_Falta de insumos

\_Falta de financiamiento

\_Escaso acceso a tecnologías

\_Falta de trabajadores capacitados

\_Costo de contratar nuevos empleados

\_Regulaciones o normas

\_Impuestos

\_Incertidumbre sobre el estado de la economía

\_otro \_¿Cuál?

11. Ha pensado en abandonar el emprendimiento

\_Si

\_No

### **Aspectos contables y financieros**

12. Fuentes de financiamiento del emprendimiento

\_Ahorros personales

\_Préstamos de amigos o familiares

\_Prestamistas particulares

\_Crédito de proveedores

\_Programa del Gobierno

\_Banca Comercial

\_otro \_¿Cuál? \_\_\_\_\_

13. Lleva el registro contable

\_Sí, a través de contabilidad formal

\_Sí, manteniendo registros personales

No, ningún tipo de contabilidad  
 Otro \_\_\_\_\_ ¿Cuál?

14. ¿Cuenta con algún plan de ahorro?

Si  
 No

**Relación con programas y proyectos para el fomento del emprendimiento**

15. Conoce alguno de los siguientes programas nacionales que impulsan el emprendimiento

Ecosistemas Regionales de Emprendimiento  
 CREAME  
 Capital Semilla Naranja  
 iNNpulsa Empodera  
 Otro ¿Cuál?

16. Ha recibido estímulos de algún programa para el fomento del emprendimiento

Si  
 No

17. Si la respuesta anterior es negativa. ¿Por qué razón no ha accedido a programas que fomentan el emprendimiento?

La empresa no cumple con los

requisitos exigidos

Los instrumentos ofrecidos no corresponden a las necesidades de mi empresa

El apoyo monetario es insuficiente  
 No tiene información suficiente para acceder a estos programas

Considera el trámite muy largo y engorroso

**Capacitación**

18. Ha recibido algún tipo de capacitación en los últimos dos años

Si  
 No

19. ¿Considera que la capacitación le aporta al crecimiento de su empresa?

Si  
 No

20. En qué temas requiere capacitación para usted o sus colaboradores

No requiere capacitación  
 Contabilidad  
 Marketing  
 Atención al cliente  
 Uso de tecnologías

Otro  
 ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**Otros**

21. Cuál es el nivel de impacto negativo que produjo la pandemia ocasionada por el Covid 19 en su emprendimiento?

\_Mucho

\_Poco

\_Nada

22. Señale el principal problema que ha debido enfrentar a raíz de la pandemia ocasionada por el Covid 19.

\_Despido de colaboradores.

\_Escasez de entrada de efectivo.

\_Mayor dificultad para obtener financiamiento.

\_Reducción de clientes.

-Dificultad para responder a obligaciones bancarias.