

Sección: Administración y Gestión

Artículo de revisión derivado del proyecto “Caracterización de las MiPymes área de influencia del programa de administración de empresas – Extensión Facatativá, asesoradas en los núcleos temáticos de diagnóstico organizacional y estrategia gerencial en el periodo 2015-2020”, Universidad de Cundinamarca

Impactos en Pymes inactivas asesoradas entre 2015 y 2020 por el programa de administración de empresas de la Universidad de Cundinamarca, Facatativá

Impacts on inactive SMEs advised between 2015 and 2020 by the business administration program of the University of Cundinamarca, Facatativá

Impactos nas PMEs inativas assessoradas entre 2015 e 2020 pelo programa de administração de empresas da Universidade de Cundinamarca, Facatativá

Recibido:07/03/2023 Aprobado: 20/03/2024

Doi: 10.53995/23463279.1421

Omar Fernando Muñoz Dimaté¹; Javier David González Buitrago² & Fabio Orlando Cruz Páez³



Resumen

El presente artículo deja apreciar el estudio cuyo objetivo es conocer el estado en el que se encuentran pequeñas y medianas empresas - Pymes que estuvieron inactivas entre 2015 y 2020 en la provincia Sabana de Occidente, Cundinamarca. La metodología de investigación

¹ Magíster en gestión de la calidad de la educación superior, Universidad de Cundinamarca. Contacto: omarf@ucundinamarca.edu.co, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4368-9904>

² Administrador de Empresas, Universidad de Cundinamarca. Contacto: javierdgonzalez@ucundinamarca.edu.co, orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5994-5063>

³ Magíster en Administración de Organizaciones, Universidad de Cundinamarca. Contacto: fcruz@ucundinamarca.edu.co, orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7834-2762>

es de tipo y enfoque cuantitativo, diseño descriptivo no experimental, transeccional y de campo, alcance descriptivo y se aplicó una encuesta a 35 Pymes. Así, se establece como hipótesis que las Pymes cierran y se liquidan por la ausencia de recursos financieros propios y de terceros que benefician otras empresas, debido a los requisitos para obtener esas fuentes de financiación. Así, finalmente, se logró identificar que la principal causa del cierre de Pymes fue la falta de recursos y apoyo económico por parte de entidades gubernamentales y algunas de ellas decidieron iniciar gestionando sus emprendimientos con una nueva razón social.

Palabras Clave: Asesoramiento, Empresa, Estrategia, Pyme.

Abstract

This article allows us to appreciate the study whose objective is to know the state of small and medium-sized enterprises - SMEs that were inactive between 2015 and 2020 in the province of Sabana de Occidente, Cundinamarca. The research methodology is of a quantitative type and approach, descriptive non-experimental, cross-sectional and field design, descriptive scope and a survey was applied to 35 SMEs. Thus, it is established as a hypothesis that SMEs close and are liquidated due to the absence of their own and third-party financial resources that benefit other companies due to the requirements to obtain these sources of financing. Thus, it was finally possible to identify that the main cause of the closure of SMEs was the lack of resources and economic support from government entities and some of them decided to start managing their ventures with a new corporate name.

Keywords: Advice, Business, Strategy, SME.

Resumo

Este artigo apresenta o estudo cujo objetivo é conhecer a situação das pequenas e médias empresas - PMEs que estiveram inativas entre 2015 e 2020 na província de Sabana de Occidente, Cundinamarca. A metodologia da pesquisa é de tipo e abordagem quantitativa, descritiva não experimental, transeccional e de campo, escopo descritivo e foi aplicado um levantamento em 35 PMEs. Assim, estabelece-se a hipótese de que as PME fecham e são liquidadas pela ausência de recursos financeiros próprios e de terceiros que benefician outras empresas devido às necessidades de obtenção destas fontes de financiamento. Assim, foi finalmente possível identificar que a principal causa do encerramento das PME foi a falta de recursos e apoio económico por parte das entidades governamentais e algumas delas decidiram começar a gerir os seus empreendimentos com uma nova denominação empresarial.

Palavras chave: Assessoria, Negócios, Estratégia, PME.

Código JEL: M19, L32, L10, L11

Introducción

La importancia de las Pymes en Colombia en la actualidad es realmente necesaria para el desarrollo económico, político y social del país. Por lo tanto, en el desarrollo de este proyecto de investigación se tuvo muy en cuenta la descripción y la gestión de las organizaciones que fueron correctamente asesoradas por los docentes y estudiantes en los núcleos temáticos de Diagnóstico Organizacional y Estrategia Gerencial, durante el periodo de tiempo 2015-2020, para un mayor entendimiento de la importancia de estas Pymes y las asesorías que fueron brindadas por parte de la Universidad de Cundinamarca, por lo tanto, se plantean los siguientes objetivos que permitieron dar alcance a la investigación.

El problema es: ¿Cómo las Pymes inactivas asesoradas por la Universidad de Cundinamarca enfrentan el mercado de influencia de la cobertura de la Extensión Facatativá? Siendo el objetivo el análisis de la inactividad en el mercado de Pymes asesoradas por el programa de Administración de empresas de la Extensión Facatativá. Así, la metodología utilizada en la investigación es mixta con el fin de obtener datos estadísticos y analizar las apreciaciones de las empresas inactivas que fueron asesoradas.

Marco teórico

Asesoramiento

La asesoría que se da por parte de las universidades a las empresas es inherente al eje de crecimiento con relación a la innovación que se puede establecer y generar con la ayuda de expertos docentes y estudiantes, junto con las personas que a ellas pertenecen. Manrique y Quintana (2020) afirman que las entidades de educación superior ayudan a optimizar los procesos de emprendimiento y/o empresariales a través de la innovación y gestión de recursos, tanto tecnológicos como de servicios e investigación, para fortalecer a las empresas, ya sean Pymes o grandes entidades (pp. 10-11).

La asesoría que se genera desde las universidades, según Haro et al. (2016), ayuda a promover el crecimiento empresarial desde la consultoría especializada que se da en la relación de docentes universitarios y empresarios con el apoyo de los estudiantes de programas de pregrado (p. 43). La asesoría especializada, según Álvarez y Jiménez (2020), debe ser parte de las empresas con el propósito de seguir creciendo como organizaciones, a través de visiones más claras desde la innovación, penetrando nuevos mercados gracias a la experticia de los asesores (p. 260).

Básicamente la asesoría facilita que las empresas sean más competitivas en el contexto local, nacional e internacional. Así mismo, las empresas para mantenerse en el contexto global competitivo deben ser innovadoras; respecto a esto afirman Muñoz y Díaz (2014) que la asesoría empresarial a través de coaching ayuda a promover la mejora continua en procesos a nivel organizacional (pp. 64-65). Así mismo, García (2017) afirma que la asesoría que brindan los socios de una empresa es aquella que mantiene los emprendimientos (p. 56) y, por supuesto, que se puede dar de esa manera, siempre que estos tengan el conocimiento y experticia para satisfacer las necesidades de clientes reales y potenciales.

Empresa

La Cámara de Comercio de Bogotá (2023) define la empresa como un grupo u organización de personas naturales que se agrupan para constituir una persona jurídica (p. 1). Las empresas, independientemente del tamaño de cada una de ellas, son entidades que satisfacen necesidades a clientes reales y potenciales, lo cual es aprovechado por el emprendedor o empresario en diferentes contextos de la economía. Pitre et al. (2021) afirman que la mayoría de las empresas que se crean en Colombia son Pymes y que, del sostenimiento de estas depende, en gran parte, la economía del país (p. 557).

Las empresas, con el fin de poder mantenerse en el mercado, es vital que sean asesoradas efectivamente y así realizar innovaciones con cada persona inmersa en la empresa para la entidad en general. Hernández et al. (2021) infieren que el emprendimiento innovador es base de la creación de empresas y el ingreso al mundo de las Pymes tanto de emprendedores del contexto profesional como el empírico asesorado por profesionales (p. 50). Según Gutiérrez et al. (2014) la empresa, cuando realiza alianzas con las universidades, facilita fortalecerse a ella misma y a los futuros profesionales, al igual que a la universidad a través de procesos de investigación aplicada en procesos organizacionales (pp. 150-151).

En las empresas se debe gestionar organizacionalmente la planeación y ejecución de actividades que satisfagan a la sociedad, empresas y países en general; es por ello por lo que los recursos de las empresas deben ser gestionados continuamente en pro del mejoramiento empresarial. Por ejemplo, Kato (2019) afirma que la falta de recursos, incluidos los tecnológicos, no permiten generar innovaciones que guíen a las empresas a ser competitivas (pp. 39-40). De la misma manera, se debe tener en cuenta el desarrollo empresarial como eje conductor de las empresas; según Villavicencio et al. (2022) se genera con creatividad, cultura organizacional, liderazgo y proactividad de todas las personas que hacen parte de una entidad, con el fin de mejorar la estructuración de estrategias empresariales que impacten positivamente la competitividad en el mercado de cada ente.

Estrategia

La estrategia empresarial se concibe desde el diagnóstico estratégico hacia la planeación estratégica, la cual se realiza en y a las empresas por parte de personas expertas y con el apoyo de estudiantes que se estén formando profesionalmente, con el fin de gestionar asertivamente cada acción en la entidad; según Gómez (2020) la estrategia es parte fundamental de la empresa, ya que la planeación estratégica está directamente relacionada con cada actividad, la cual debe cumplir con indicadores que se deben lograr y medir continuamente para ser mayormente competitiva en el contexto global (pp. 21-22).

Noguera et al. (2014) afirman que las empresas, más que competitivas, deben ser gestoras organizacionales de cambio en el entorno, y esto se puede dar gracias a la cooperación empresarial con el entorno y a las alianzas estratégicas que se dan entre diferentes actores involucrados en el contexto (pp. 156-158); así cada empresa, con base en la estrategia de cooperación empresarial con personas naturales y jurídicas, puede alcanzar los objetivos estratégicos que se proponga para el fortalecimiento empresarial.

En la provincia Sabana de Occidente de Cundinamarca, Colombia, las Pymes generan mayor competitividad desde la estrategia gestionada con la responsabilidad social empresarial, siendo que se debe abrir la planeación y ejecución de actividades con *stakeholders* internos y externos, con la finalidad de ser más competitivos en el territorio (Zipasuca et al. 2019, p. 21). Cabrera y Prieto (2021) afirman que las empresas pueden llegar a generar mayor competitividad con base en la localización en la que se encuentren en los territorios y su cercanía a otras empresas que ofrezcan los mismos productos (p. 3). Igualmente, dentro de las principales estrategias empresariales se debe contemplar la gestión de la calidad con el fin de ser mayormente competitivas y mantenerse en el mercado (Ormaza y Guerrero, 2021, p. 320).

Pymes

Las pequeñas y medianas empresas en Colombia son parte vital de la economía del país, ya que son creadas por emprendedores que desean crecer y, así mismo, beneficiar a otras personas naturales y/o jurídicas, pero algunas de ellas se ven en la obligación de abandonar el mercado debido a diferentes razones de fracaso usualmente. Según Perilla (2015) las Pymes en Colombia no pueden continuar por la falta de experiencia y de competencia frente a empresas ya posicionadas en el mercado y por ello quiebran (p. 18).

Según Romero et al. (2015) el fracaso de una empresa puede entenderse de diferentes formas, entre ellas, dificultades financieras, declarada en quiebra, liquidada voluntariamente, etc.; de este modo, las Pymes en Colombia que han fracasado y desaparecen del mercado afectan la economía del país (pp. 30-31), y de esa manera afectan, tanto a quienes emprendieron como a todos los actores involucrados colaboradores, proveedores, clientes, principalmente, como al Estado y la sociedad civil.

Mojica y Ordoñez (2020) afirman que la única forma de mantenerse por parte de las Pymes en el mercado es emitir capital con el fin de dar sostenibilidad empresarial (p. 22). También, otra de las formas de sostener una empresa es poder acceder a créditos financieros, pero según Franco y Urbano (2019) en Latinoamérica para las Pymes es difícil acceder a créditos de manera rápida debido a la falta de competitividad de estas para sostenerse en el mercado (p. 83). Es por eso por lo que las Pymes también deben ser competitivas y generar estrategias en cada proceso organizacional de la entidad, con el fin de seguir siendo parte del sector empresarial y no desaparecer con el transcurrir del tiempo (Mora et al., 2014, p. 83). Con el fin de ser mayormente competitivas las Pymes pueden aprovechar las oportunidades que brinda Colombia desde la Ley 905 de 2004, con el fin de beneficiarse de las estrategias que tiene en marcha el país con los diferentes entes públicos, privados, mixtos del orden nacional, regional y local, como también se aprecia en la Ley 2069 de 2020, la cual impulsa el emprendimiento de Pymes en Colombia.

Metodología

La investigación es cuantitativa (Hernández y Mendoza, 2018), igualmente es de tipo descriptivo porque se busca especificar las propiedades, las características y la información y los procesos de las Pymes objeto de estudio, el cual se somete a un análisis. Es decir, que solamente se pretende mensurar o recolectar información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, cuyo objetivo no es indicar cómo se relacionan estas variables ni profundizar el porqué de estas (Cruz y Mera, 2022).

El diseño es no experimental según Hernández et al. (2014), ya que no se realiza manipulación deliberada de las variables, sino que se indagan y analizan desde la realidad objeto de estudio (p. 40). Es transeccional y de campo, ya que se realiza directamente con la población en un único momento sin realizar seguimiento en el tiempo (Hernández y Mendoza, 2018).

El alcance es descriptivo, ya que se indagó el cómo inciden las categorías de las variables en la población (Cruz et al., 2019; 2020; 2022; Hernández y Mendoza, 2018; Hernández et al. 2010).

Las variables utilizadas en la investigación fueron asesoramiento, estrategia, empresa y Pymes.

Fuentes de Información

Las fuentes de información fueron:

Primarias: 35 encuestas aplicadas a los empresarios objeto de estudio.

Secundarias: Informes finales de Diagnóstico Organizacional y Estrategia Gerencial, bases de datos, textos, informes gremiales e investigaciones relacionadas con el tema (Hernández et al., 2014).

Población y muestra

Se tomó como población objeto de estudio; fue un universo de 300 Pymes que fueron asesoradas en los núcleos temáticos de Diagnóstico Organizacional y Estrategia Gerencial en el periodo 2015-2020. De estas 300 empresas se realizó una primera investigación para indagar sobre las empresas que se encuentran activas, de las cuales 245 se encontraron en un estado de actividad en sus operaciones, mientras que las 55 empresas restantes se encuentran en un estado de inactividad empresarial. Es de esta manera que de las empresas inactivas se indagó la segunda parte de la investigación, la cual se realizó por censo a empresas que la aplicaron voluntariamente (35 aplicaciones) realizando, de esta manera, un muestreo no probabilístico (Hernández et al., 2014).

Resultados de la aplicación del instrumento

A continuación, se evidenciarán los resultados de la aplicación del instrumento a los respectivos representantes de las empresas objeto de estudio. De las 55 empresas que se encuentran en un estado de inactividad aplicaron el instrumento a voluntad 35 empresas y de ellas se apreció lo siguiente:

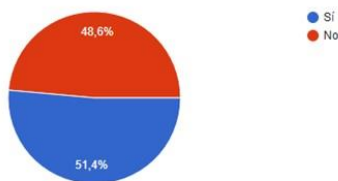
- De las 55 empresas objeto de estudio, 18 empresas en la actualidad se encuentran inactivas definitivamente.
- De las 55 empresas objeto de estudio, 17 empresas volvieron a reactivar sus operaciones; sin embargo, lo hicieron bajo otra razón social, en un periodo de tiempo no mayor a 18 meses según resultados de la encuesta.
- De las 55 empresas objeto de estudio, lastimosamente con 20 empresas no se logró concretar la respectiva comunicación y, por ende, no aplicaron el instrumento de investigación.

Empresa

A la pregunta No. 1 ¿La empresa sigue estando inactiva?, los encuestados contestaron lo siguiente:

Figura 1

Empresas Activas e Inactivas.



Fuente: elaboración propia.

Del 100% de las empresas en estudio y que dieron respuesta a la presenta encuesta, se puede observar que el 51,4 % están inactivas, mientras que el 48,6 % continúan sus actividades económicas. Por lo que se puede analizar que, a pesar de permanecer inactivas por ciertos periodos, ha habido una continuación en sus labores, debido tal vez a la reactivación económica que se dio lugar en todo el territorio nacional. De la misma manera se puede resaltar el esfuerzo de los emprendedores de la región por seguir vigentes en sus mercados a pesar de las diferentes dificultades.

(Si contestó NO responda las siguientes preguntas, si contestó SÍ pase a la pregunta 6)

Como se pudo observar, 17 empresas de las encuestadas respondieron que su empresa no sigue estando inactiva, por lo tanto, las siguientes preguntas 2, 3, 4, 5 hacen referencia al por qué se encuentran activas. Igualmente, a estas 17 empresas también se les hizo el interrogante del por qué en su momento tuvieron que cerrar sus actividades económicas, interrogantes que también se evidenciarán.

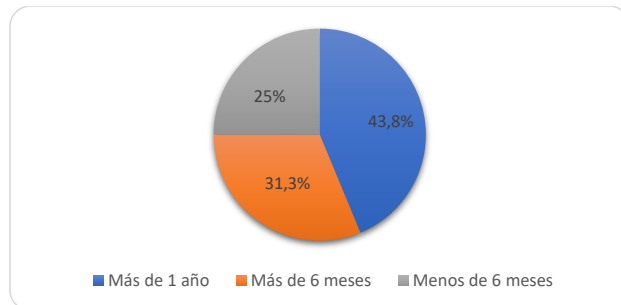
A continuación, se presentan los resultados a estas preguntas:

Empresa

A la pregunta No. 2 ¿Desde cuándo inicio de nuevo actividades?, los encuestados contestaron lo siguiente:

Figura 2

Inicio de Actividades Después de *Inactiva*.



Fuente: elaboración propia.

Del 100 % de las empresas que dieron respuesta al presente instrumento de recolección de información, se puede observar que el 43,8 % de estas respondió que inició nuevamente sus actividades desde hace más de 6 meses, el 31,3 % inició hace menos de 6 meses y el 25 % hace más de un año. Por lo que se puede evidenciar que ha sido importante dar continuidad a las actividades de los empresarios de la región ya que, de estos negocios, se desprenden algunos factores vitales para la economía misma, como la generación de empleo y el bienestar de la comunidad involucrada.

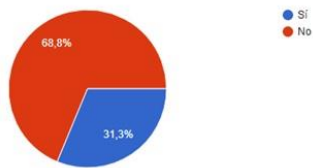
Comentado [H1]: En diagramación poner tilde a la palabra Más que aparece en la figura tres veces.

Comentado [FC2R1]: Debajo del presente gráfico se colocó el ajustado

A la pregunta No. 3 ¿Sigue siendo la misma razón social?, los encuestados contestaron lo siguiente:

Figura 3

Cambio de Razón Social.



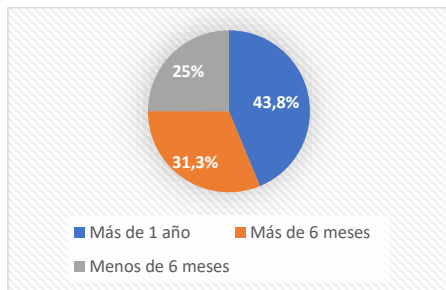
Fuente: elaboración propia.

Según los datos obtenidos, se puede observar que el 68,8 % de los encuestados respondió que la razón social de su empresa tuvo que cambiar, mientras que el 31,3 % afirma que esta sigue siendo la misma. Por lo que se puede analizar que, en Colombia, existen diferentes factores que permiten darle continuidad a una empresa en sus actividades económicas y, una de ellas, es el cambio de razón social y la previa liquidación de la anterior para fines tributarios, dejando en evidencia que, a pesar de las diferentes situaciones a nivel nacional y mundial, el empresario de la región ha buscado la manera de seguir operando y aportando a la economía del municipio o localidad.

A la pregunta No. 4 ¿Cuánto tiempo duró inactiva la empresa?, los encuestados contestaron lo siguiente:

Figura 4

Tiempo de Duración Inactiva.



Fuente: elaboración propia.

Según los datos obtenidos, se puede observar que el 43,8 % de los encuestados respondió que su empresa estuvo inactiva más de 1 año, el 31,3 % respondió que su empresa estuvo inactiva por más de 6 meses y el 25 % restante respondió que menos de 6 meses. Pudiéndose analizar

Comentado [H3]: En diagramación poner tilde a la palabra Más que aparece en la figura tres veces.

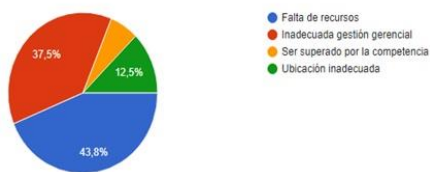
Comentado [FC4R3]: Se colocó la gráfica ajustada debajo de esta

que la mayoría tuvo que hacer un cierre por algunos meses y por distintas razones. Sin embargo, todas tuvieron una reapertura, pese a las condiciones que enfrentó el país en su momento, dejando en evidencia la importancia de seguir operando.

A la pregunta No. 5 ¿Por qué razones permaneció inactiva?, los encuestados contestaron lo siguiente:

Figura 5

Razón de Inactividad.



Fuente: elaboración propia.

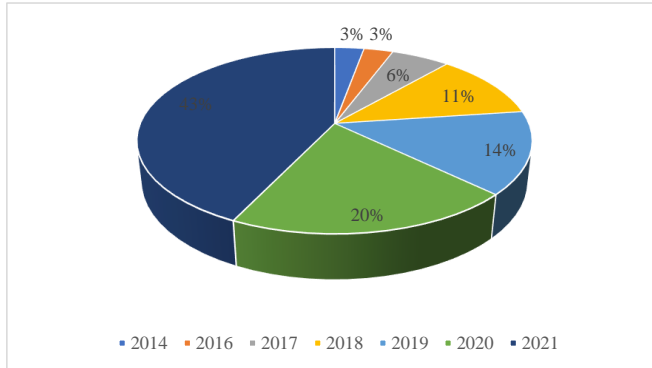
Del 100% de los encuestados, se puede observar que el 43,8 % afirmó que tuvo que cerrar su empresa por falta de recursos, el 37,5 % afirmó que fue por una inadecuada gestión gerencial (administrativa), el 12,5 % afirmó que fue por su ubicación inadecuada y el 6,2 % afirmó que fue por la superación de la competencia. Por lo que se puede analizar que son los recursos los más fundamentales a la hora de darle continuidad a una empresa, mientras que la gestión administrativa también juega un papel importante en la confrontación de crisis.

Seguido a estas preguntas en donde se evidenciaron los periodos y los motivos por los cuales las 17 empresas retomaron sus actividades, ahora se evidenciarán mediante las preguntas 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, los factores tiempo de finalización, motivo por el cual debió haber clausurado la empresa, que acciones realizó antes de clausurar su empresa, si su registro mercantil fue cancelado o no, si algún trabajador de la empresa era estudiante de la universidad, si hubo aceptación de la asesoría, cómo consideró pertinente la asesoría realizada por los estudiantes de los núcleos temáticos de Diagnóstico Organizacional y Estrategia Gerencial, y si, de alguna forma, la asesoría influyó en la decisión de clausurar la empresa. Por lo tanto, a continuación, se evidenciarán los resultados obtenidos de estos interrogantes aplicados a los representantes de estas empresas.

A la pregunta No. 6 ¿En qué año dejó de operar?, los encuestados contestaron lo siguiente:

Figura 6

Año de Finalización.



Fuente: elaboración propia.

Según los datos obtenidos, se puede observar que el año 2021 fue donde más hubo incidencia en la inactividad de las empresas, con un 43% de empresas que finalizaron actividades. El 2020 fue otro año de mayor incidencia en este factor con un 20% de cierres. Datos que se contrastan con los anteriores a la pandemia, como el 2019 donde hubo cierres no más del 14%, en el 2018 del 11%, en el 2017 del 6% y entre los años 2014 y 2016 del 3% respectivamente. Por lo que se puede analizar que, en los últimos años, las empresas han venido afrontando una serie de dificultades que año a año ha ido aumentando de manera casi exponencial, por lo que son los factores económicos externos (nacionales e internacionales) los que podrían tener mayor relación en este fenómeno de impacto negativo en la economía local.

A la pregunta No. 7 ¿Cuál(es) fue(ron) el(los) motivo por el cual la organización tuvo la necesidad de cerrar?, los encuestados contestaron lo siguiente:

Figura 7.

Motivo de Clausura.



Fuente: elaboración Propia.

Se puede observar mediante esta figura que el 46 % de las empresas encuestadas cerraron por motivos personales, siendo este el factor más determinante para la clausura de su organización; igualmente, el otro motivo más importante y el que también se debe tener en cuenta son los motivos económicos (20 %); esto puede estar acompañado de la pandemia Covid-19 (14 %) que tuvo y tiene el país en este momento y que trajo consigo estas decisiones que no fueron las mejores para sus dueños. La mala administración (14 %) fue otro de los motivos por los cuales también los empresarios tomaron la decisión de terminar con sus actividades.

A la pregunta No. 8 ¿Qué acciones realizó para mantener a flote la empresa antes de cerrar?, los encuestados contestaron lo siguiente:

Figura 8.

Acciones Preclausura.



Fuente: elaboración Propia.

En la transición de la clausura de sus empresas, los empresarios tuvieron en cuenta acciones que implementaron antes de cerrar sus actividades; sin embargo, el 63 % de los empresarios encuestados no tomó ninguna acción; según la información obtenida mediante el instrumento de investigación esta decisión de no tomar ninguna acción es justificada por la llegada de la pandemia Covid-19, crisis que avanzó de una manera determinante y que, por lo tanto, llevó a no tomar alguna acción o alternativa para salvar de alguna su organización.

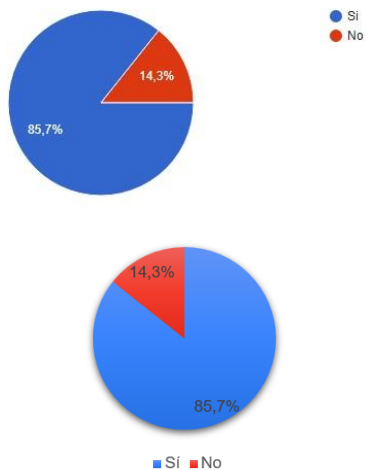
Mientras que el 8 % de las empresas tomó acciones de manejar precios bajos, otro 8 % de empresas decidió implementar promociones en el manejo de sus productos, un 6 % de las empresas tomó la acción de hacer inversiones que permitieran un crecimiento en sus actividades, un 3 % de las empresas hizo más publicidad, un 3 % de las empresas implementó domicilios gratis, un 3 % de las empresas cambió la ubicación de sus empresas y un 3 % de las empresas hizo un cambio en las administraciones actuales. No obstante, se tiene en cuenta el esfuerzo que hicieron los empresarios por intentar salvar su patrimonio y sus empresas.

A la pregunta No. 9 ¿El registro mercantil de la empresa ha sido cancelado?, los encuestados contestaron lo siguiente:

Figura 9

Cancelación Registro Mercantil.

Comentado [H5]: En diagramación, poner tilde a Sí



Fuente: elaboración propia.

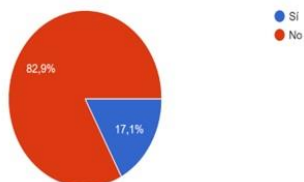
Del 100 % de las empresas que respondieron a la presente encuesta, se puede observar que el 85,7 % tuvo que cancelar su registro mercantil y el 14,3 % continuó con el antiguo. Por lo que se puede analizar que el empresario de la región en observación ha preferido cancelar este tipo de registros dadas las situaciones de cierre o cese de actividades.

Asesoría universitaria

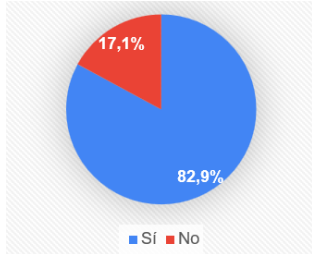
A la pregunta No. 10 ¿Algún trabajador de su organización fue o es estudiante de la Universidad de Cundinamarca en el programa de Administración de Empresas?, los encuestados contestaron lo siguiente:

Figura 10

Miembro Perteneciente de la UdeC.



Comentado [H6]: En diagramación, poner tilde a SÍ



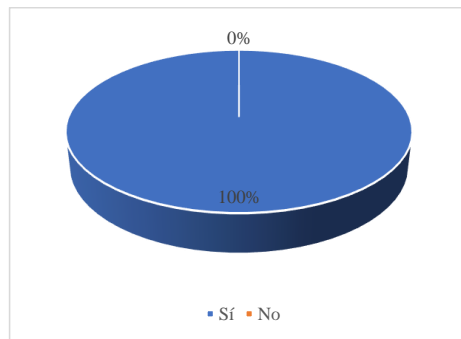
Fuente: elaboración propia.

Se puede evidenciar que la gran mayoría de los estudiantes que realizaron la asesoría correspondiente en los núcleos temáticos de Diagnóstico Organizacional y Estrategia Gerencial eran ajenos a la empresa; es decir, que no hacían parte como colaboradores. Por lo tanto, esto permite determinar que los procesos que se hicieron dentro del núcleo temático no eran estudiantes vinculados, por lo que permite inferir que la información obtenida de la organización fue dada de manera transparente por parte de los empresarios. Del 100 % de las empresas encuestadas se puede observar que el 82,9 % respondió que no han tenido estudiantes de la Universidad de Cundinamarca y del programa de Administración de Empresas, mientras que el 17,1 % respondió de manera afirmativa. Por lo que se puede analizar que la mayoría de estas empresas han sido asesoradas por estudiantes con los que no tienen una relación directa.

A la pregunta No. 11 ¿Usted recuerda haber recibido algún tipo de asesoría por estudiantes del programa de Administración de Empresas sobre las asignaturas de Diagnóstico Organizacional y/o Estrategia Gerencial en referencia a las temáticas de diagnóstico y planeación estratégica?, los encuestados contestaron lo siguiente:

Figura 11

Asesorías Recibidas.



Fuente: elaboración propia.

Según los datos obtenidos, se puede observar que el 100 % de las empresas encuestadas afirma que sí ha recibido algún tipo de asesoramiento por parte de los estudiantes de la Universidad de Cundinamarca, por lo que se puede analizar que el trabajo académico ha sido constante a lo largo del alcance del proyecto (2015-2020).

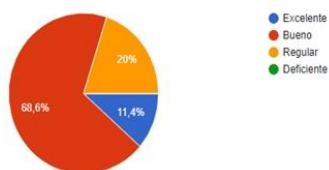
(Si contestó SÍ responda las siguientes preguntas, si contestó NO pase a observaciones y finalice)

Teniendo en cuenta este ítem, se puede validar que el 100 % de los empresarios encuestados respondió sí, en cuanto a si habían recibido alguna asesoría por parte de los estudiantes de los núcleos temáticos de Diagnóstico Organizacional y Estrategia Gerencial; se plantean estos interrogantes como forma evaluativa de la asesoría que recibieron por parte de los estudiantes en el periodo de tiempo correspondiente, con el fin de tener en cuenta los aspectos más importantes, además de resaltar el valor que tienen estas asesorías en las empresas que se manejan en estos núcleos temáticos, y en los cuales se resalta la importancia de recibir una asesoría especializada como la recibida. Por lo tanto, se evidencian, a continuación, los resultados a los interrogantes 12, 13, 14 que permitieron saber la pertinencia, el acompañamiento a la empresa y el apoyo brindado por la Universidad de Cundinamarca:

A la pregunta No. 12. De acuerdo con su percepción, ¿Cómo evalúa la pertinencia y calidad del acompañamiento realizado por los estudiantes del programa de Administración de Empresas a su organización?, los encuestados contestaron lo siguiente:

Figura 12

Evaluación de Acompañamiento.



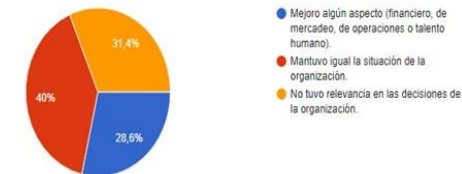
Fuente: elaboración propia.

Del 100 % de las empresas encuestadas se puede observar que el 68,6 % percibe que el acompañamiento por parte de los estudiantes fue “Bueno”, el 20 % afirmó que el acompañamiento fue “Regular” y el 11,4 % afirmó que este fue “Excelente”. Por lo que se puede analizar que el impacto que ha tenido este tipo de asesorías por parte de los estudiantes ha sido positivo, independientemente de la actividad económica de la empresa y del año en que se aplicó.

A la pregunta No. 13. El acompañamiento realizado por los estudiantes de la UdeC, ¿Qué tipo de efecto tuvo en su organización?, los encuestados contestaron lo siguiente:

Figura 13

Efecto del Acompañamiento.



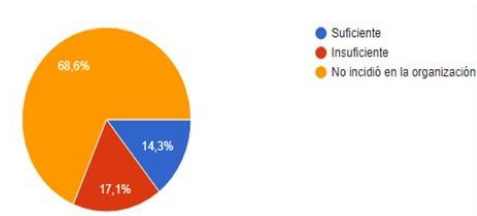
Fuente: elaboración propia.

Según los datos obtenidos, se puede observar que el 28,6 % de las empresas encuestadas afirmó que la asesoría brindada por parte de los estudiantes mejoró algún tipo de aspectos en la gestión administrativa, el 31,4 % afirmó que este acompañamiento no tuvo relevancia en las decisiones de la organización y el 40 % afirmó que la situación de la organización se mantuvo igual. Por lo que se puede analizar que, pese a las consideraciones teóricas aprendidas a lo largo de los núcleos temáticos, no fueron tenidos en cuenta, a pesar de que este ejercicio académico está fundamentado en años de estudio y experiencia gerencial.

A la pregunta No. 14. Considera que el apoyo dado por la universidad fue: los encuestados contestaron lo siguiente:

Figura 14

Apoyo Brindado por UdeC.



Fuente: elaboración propia.

Comentado [H7]: En diagramación, poner tilde a Mejoró (en el ítem azul)

Del 100 % de las empresas encuestadas se puede observar que el 68,6 % considera que el apoyo en las asesorías por parte de la Universidad de Cundinamarca no incidió en la organización, mientras que el 17,1 % considera que fue Insuficiente y el 14,3 % considera que sí fue Suficiente. Por lo que se puede observar que, pese al acompañamiento brindado por la academia, los emprendedores y responsables de la gestión organizacional no notaron de alguna manera que fuera del todo positivo en sus decisiones, por lo que puede haber factores como la experiencia que influyeron en que se hiciera algún tipo de “caso omiso” a las recomendaciones por parte de los estudiantes durante el periodo de acompañamiento.

Discusión

La estrategia es de vital importancia para las empresas ya que, según Uribe (2021), la estrategia en las empresas es la planeación que ayuda a la aplicación de lo propuesto de manera contundente y promueve el logro de los resultados e indicadores de gestión empresariales (p. 23). Así, las estrategias en las Pymes son necesarias en pro de ser mayormente competitivas de los procesos organizacionales. Por lo tanto, la gestión estratégica es la administración de cada recurso organizacional, siendo parte del cumplimiento de los objetivos de acuerdo con la naturaleza económica de las empresas Pymes (Colmenares y Lora, 2019. p. 13). De acuerdo con lo mencionado anteriormente, la estrategia empresarial es pilar del sostenimiento o desaparición de las Pymes en un contexto local, regional, nacional y/o internacional.

Conclusiones

Luego de analizar la inactividad en el mercado de Pymes asesoradas por el programa de Administración de Empresas de la Extensión Facatativá en la Provincia Sabana de Occidente:

Se evidencia que, del total (300) de las organizaciones asesoradas, únicamente el 18 % realizó cese de actividades y el 50 % de éstas decidió iniciar, pero con otra actividad económica, lo que demuestra el carácter emprendedor y la capacidad de iniciar nuevos emprendimientos de las personas de la provincia y seguir siendo parte de las Pymes que contribuyen al desarrollo económico local y provincial, principalmente.

Se apreció que hay múltiples razones para el cierre de Pymes, sin embargo, la gran mayoría de las que reiniciaron actividades cerraron en el periodo de la pandemia, siendo un cierre coyuntural mas no porque las empresas tuvieran otros tipos de problemas relevantes que incidieran en la decisión del cierre.

Por último, a pesar de que más de la mitad de las empresas consideran que no hubo mayor impacto en la asesoría por parte de los estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Extensión Facatativá, es importante reconocer que las que sí tuvieron en

cuenta las observaciones aplicaron “dirección estratégica”; así, se recomienda que se realice con esta variable una investigación en todas la Pymes y grandes empresas asesoradas por los docentes investigadores de Administración de Empresas de la Universidad de Cundinamarca.

Respecto a las estrategias de gestión organizacional que deberían tener las Pymes asesoradas y las que se seguirán asesorando, deben estar hiladas a la proactividad, liderazgo, fortalecimiento de habilidades gerenciales desde lo teórico conceptual, lo práctico y las habilidades sociales, la formación financiera de cada directivo de la empresa y los asesores de estas brindando mayor estabilidad desde las estrategias que se pueden implementar con base en los recursos propios y los gestionados con diferentes actores como la academia, el Estado y la sociedad civil.

Finalmente, se sugiere realizar investigaciones empíricas de la gestión de asesorías empresariales e impactos de proyectos de investigación por parte del programa de Administración de Empresas en los municipios de cobertura de la Universidad de Cundinamarca, Extensión Facatativá en las líneas de investigación de emprendimiento y gestión empresarial.

Referencias

- Álvarez Contreras, D. E. y Jiménez Lyons, K. A. (2020). La consultoría y asesoría: aliada estratégica para el fortalecimiento empresarial de las MIPYMES en Colombia. *Tendencias*, 21(1), 252-271. <https://doi.org/10.22267/rtend.202101.136>
- Cabrera-Moya, D. y Prieto, G. (2021). Ubicación de empresas del sector comercio en Bogotá en 2015: comprobación de dinámicas de aglomeración. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 17(32), 1-12. <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v17i32.3292>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2023). *Tipo de empresa a constituir*. Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá. <https://www.ccb.org.co/empresarial/crear-empresa/constituir-empresa/tipo-de-empresa>
- Colmenares Abuchaibe, J. R. y Lora Escobar, H. J. (2019). *Retos y desafíos en las pymes colombianas en el marco de la gestión estratégica*. [Tesis de pregrado]. Colegio de Estudios Superiores de Administración – CESA. <https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/4293/ADM2019-154.pdf?sequence=1>
- Cruz Páez, F., Castillo Ortiz, D., Lechuga Cardozo, J. y Triana Calderón, O. (2022). Conducta financiera en estudiantes de Administración de Empresas, Universidad de Cundinamarca Facatativá. *Tendencias*, 23(2), 30-52. <https://doi.org/10.22267/rtend.222302.200>
- Cruz Páez, F. y Mera Rodríguez, C. (2022). *Investigación Prospectiva, Innovación y Gestión del conocimiento*. Fusagasugá: Editorial de la Universidad de Cundinamarca.

- Cruz Páez, F. O. y Pinillos Castillo, W. R. (2021). Gerencia e innovación del servicio. Una mirada desde las empresas del sector turismo. Fusagasugá: Editorial de la Universidad de Cundinamarca.
https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/bitstream/handle/20.500.12558/3557/Gerencia%20e%20innovacion%20Mayo%2028_compressed.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Cruz Páez, F., Ibarra Díaz, C., Rueda Pineda, D. y Olivares Vera, D. (2020). Análisis exploratorio sobre la apreciación de características predominantes en empresas medianas de México y Colombia en temas de calidad, competitividad, innovación social y productiva. *Tendencias*, 21(1), 130-156. <https://doi.org/10.22267/rtend.202101.130>
- Cruz, F. O., Mera, C. W. y Lechuga, J. I. (2019). Evaluación de estrategias de emprendimiento sostenible e innovación implementadas en las unidades productivas del SENA Centro Industrial y Desarrollo Empresarial de Soacha-Cundinamarca-Colombia. *Tendencias*, 20(1), 183-202. <http://dx.doi.org/10.22267/rtend.192001.113>
- Franco-Ángel, M. y Urbano, D. (2019). Caracterización de las pymes colombianas y de sus fundadores: un análisis desde dos regiones del país. *Estudios Gerenciales*, 35(150), 81-91. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2019.150.2968>
- García Barragán, N. C. (2017). *Plan de negocios para una empresa de consultoría especializada en marketing, finanzas y control de riesgos*. [Tesis de Maestría]. Universidad Externado de Colombia. <https://bdigital.uexternado.edu.co/server/api/core/bitstreams/76bf5075-6cd8-4490-8d8a-71132ea682a2/content>
- Gómez Solano, E. J. (2020). *La planeación estratégica como herramienta para incrementar la productividad y sostenibilidad de las empresas. caso: dos grandes empresas del sector de servicios de aseo y mantenimiento de instalaciones en Bogotá*. [Tesis de maestría]. Fundación Universidad de América. <https://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/7958/1/948211-2020-II-MBA.pdf>
- Gutiérrez J. A., Asprilla M., E., y Gutiérrez, J. M. (2014). Emprendimiento e investigación en la escala de la formación profesional y la innovación empresarial en Colombia. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (76), 144-157. <https://doi.org/10.21158/01208160.n76.2014.802>
- Haro Ruiz, M. Á., Barjas Sánchez, C. A. y Luquin Topete, M. C. D. (2016). Centro Universitario UTEG a través de la consultoría universitaria fortalece las finanzas de la microempresa en la zona metropolitana de Guadalajara. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 7(13), 535-561. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-74672016000200535&lng=es&tlng=es
- Hernández-Ramírez, M., Mora-Esquivel, R., & Leiva, J. C. (2021). Entrepreneurial orientation and innovative performance in SMEs: the role of organizational learning. *Tec Empresarial*, 15(3), 38-62. https://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_empresarial/article/view/5799

- Hernández Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGraw Hill.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la Investigación. En *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- Kato, E. L. (2019). Productividad e innovación en pequeñas y medianas empresas. *Estudios Gerenciales*, 35(150), 38-46. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2019.150.2909>
- Ley 2069 de 2020. (2020, 31 de diciembre). Congreso de Colombia. Diario Oficial No. 51.544. https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=160966
- Ley 905 de 2004. (2004, 2 de agosto). Congreso de Colombia. Diario Oficial No. 45.628. <https://www.fcm.org.co/wp-content/uploads/2021/03/Ley-905-de-2004.pdf>
- Manrique Acosta, J. S. y Quintana Muñoz, M. J. (2020). *Asesoría empresarial: gestión y fortalecimiento de pequeñas y medianas empresas para el desarrollo social. Caso total consultores S.A.S.* [Tesis de pregrado]. Universidad Cooperativa de Colombia. <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/df1f95cb-288e-4224-8a8c-1a9142b76889/content>
- Mojica Nieto, L. M. y Ordoñez Gómez, M. A. (2020). *¿Qué explica el trabajo de las empresas pymes en Colombia?* [Tesis de Maestría]. Colegio de Estudios Superiores de Administración. https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/2524/MFC_1136883224_2020_1.pdf
- Mora-Riapira, E. H., Vera-Colina, M. A. y Melgarejo-Molina, Z. A. (2014). Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá. *Estudios gerenciales*, 31(134), 79-87. <http://dx.doi.org/10.1016/j.estger.2014.08.001>
- Muñoz Maya, C. M. y Díaz Villamizar, O. L. (2014). El Coaching y la transformación organizacional: una oportunidad para las Empresas y los Coaches. *Suma de negocios*, 5(11), 62-69. [10.1016/S2215-910X\(14\)70020-5](https://doi.org/10.1016/S2215-910X(14)70020-5)
- Noguera Hidalgo, A. L., Barbosa Ramírez, D. H. y Castro Ríos, G. A. (2014). Estrategia organizacional: una propuesta de estudio. *Estudios Gerenciales*, 30, 153-161. <http://dx.doi.org/10.1016/j.estger.2014.04.004>
- Ormaza Cevallos, M. G. y Guerrero-Baena, M. D. (2021). Gestión de calidad y crecimiento empresarial: Análisis bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(93), 316-329. <https://www.redalyc.org/journal/290/29066223021/29066223021.pdf>
- Perilla Fontecha, M. A. (2015). *Pymes y globalización en Colombia*. [Tesis de Especialización]. Universidad Militar Nueva Granada. <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/14086/pymes%20y%20globalizacion%20en%20colombia.%20pdf?sequence=2>

Pitre-Redondo, R. C., Hernández-Palma, H. G. y Sierra-Parodi, A. (2021). Creación de empresas en Colombia: un análisis del perfil del emprendedor moderno. *Clío América*, 14(28), 556-572. <https://doi.org/10.21676/23897848.3854> (Original work published 20 de noviembre de 2020)

Romero Espinosa, F., Melgarejo Molina, Z. y Vera Colina, M. A. (2015). Fracaso empresarial de las pequeñas y medianas empresas (pymes) en Colombia. *Suma de Negocios*, 6(13), 29-41. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.003>

Uribe Macias, M. E. (2021). Propuesta del proceso de aplicación de administración estratégica para las pymes. *Pensamiento y Gestión*, 51, 15-53. <https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/13012/214421446709>

Comentado [H8]: Enlace roto.

Aranibar Ramos, E. R., Villavicencio Luna, E. M., Tantaleán Vasquez, F. J., Ríos Vera, K. J. y Zañabria Cabrera, L. C. (2022). Creatividad en el Desarrollo Empresarial desde un Análisis Teórico. *Comunicación: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 13(4), 310-322. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.13.4.780>

Zipasuca Quemba, F. J., Cruz Páez, F. O., Rojas Ramírez, J. de J. y Muñoz, O. F. (2019). Responsabilidad Social Empresarial competitiva en Mipymes de la Sabana de Occidente, Cundinamarca. *Revista Hojas y Hablas*, (18), 12-23. <https://doi.org/10.29151/hojasyhablas.n18a1>