

REALIDAD SOBRE LA PERDURABILIDAD DE LAS MICROEMPRESAS DEL  
SECTOR SERVICIO EN BUCARAMANGA

SARA CRISTINA ARDILA VARGAS  
DAYANIS ISABEL RODRIGUEZ MONTAÑO

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA IPRED  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2017

REALIDAD SOBRE LA PERDURABILIDAD DE LAS MICROEMPRESAS DEL  
SECTOR SERVICIO EN BUCARAMANGA

SARA CRISTINA ARDILA VARGAS  
DAYANIS ISABEL RODRIGUEZ MONTAÑO

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

DIRECTOR:  
LADY MARCELA CASTRO RODRIGUEZ  
DOCTORA EN EDUCACIÓN

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA IPRED  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2017

Dedicado:

Dayanis Rodríguez

A Dios por permitirme esta meta, a mi hija Valentina que ha sufrido mis ausencias, a Luis Carlos por su incondicional apoyo, a mis compañeros de grupo que con su disposición siempre para ayudarnos fueron la base para realizar este trabajo y a todos aquellos que de forma directa o indirecta me apoyaron

Sara Ardila

A Dios quien en su infinita misericordia me ha dado la fortaleza y sabiduría para culminar esta etapa de mi vida, quien me enseñó que rendirme nunca será opción, que no importan los obstáculos de su mano todo es posible, a mi papá después de Dios mi apoyo incondicional quien siempre ha estado ahí sin importar las circunstancias siempre me motiva a ser un mejor persona.

## **AGRADECIMIENTOS**

A nuestras familias, padres, amigos, compañeros de trabajo por tener tanta paciencia en los días que sentíamos decaer, pero que de una u otra forma nos empujaron a seguir adelante a no dejarnos vencer por el cansancio.

## CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	18
1 OBJETIVOS.....	19
1.1 OBJETIVO GENERAL.....	19
1.1.1 Objetivo Especifico.....	19
2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	20
2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	20
2.2 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	21
2.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	21
2.4 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	22
2.4.1 Delimitación físico – geográfica.....	22
2.4.2 Delimitación social.....	23
2.5 LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
3 MARCO TEÓRICO.....	25
3.1 ANTECEDENTES.....	25
3.2 BASES TEÓRICAS.....	27
3.2.1 Perdurabilidad empresarial.....	27
4 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	35
4.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	35
4.2 MÉTODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	35
4.3 POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.....	37
4.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	37

5	PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS .....	41
5.1	PROCESAMIENTO DE DATOS: RESULTADOS .....	41
6	DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	55
7	CONCLUSIONES.....	58
8	RECOMENDACIONES .....	60
	BIBLIOGRAFÍA.....	62

## LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. ¿Cuántos años lleva la empresa en el mercado?	41
Tabla 2. ¿Es usted el creador de la empresa?	42
Tabla 3. ¿Ha sido el único dueño?	43
Tabla 4. ¿Cuál es su nivel de estudio?	44
Tabla 5. ¿Realizó algún estudio de mercado antes de iniciar?	45
Tabla 6. ¿Conoce las ayudas que ofrece el gobierno?	46
Tabla 7. ¿Ha tenido períodos de iliquidez?	47
Tabla 8. ¿Lleva contabilidad en su empresa?	48
Tabla 9. ¿Ha solicitado créditos bancarios?	49
Tabla 10. ¿Ha pensado en cerrar o vender su empresa?	50
Tabla 11. ¿Cómo cree que el gobierno puede ayudarle?	51
Tabla 12. ¿Maneja estrategias de mercado?	52
Tabla 13. ¿Qué cree usted que como empresario es lo que le ha ayudado a permanecer en el mercado a pesar de las dificultades?	53

## LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. ¿Cuántos años lleva la empresa en el mercado?	42
Gráfica 2. ¿Es usted el creador de la empresa?	43
Gráfica 3. ¿Ha sido el único dueño?	44
Gráfica 4. ¿Cuál es su nivel de estudio?	45
Gráfica 5. ¿Realizó algún estudio de mercado antes de iniciar?	46
Gráfica 6. ¿Conoce las ayudas que ofrece el gobierno?	47
Gráfica 7. ¿Ha tenido periodos de iliquidez?	48
Gráfica 8. ¿Lleva contabilidad en su empresa?	49
Gráfica 9. ¿Ha solicitado créditos bancarios?	50
Gráfica 10. ¿Ha pensado en cerrar o vender su empresa?	51
Gráfica 11. ¿Cómo cree que el gobierno puede ayudarle?	52
Gráfica 12. ¿Maneja estrategias de mercado?	53
Gráfica 13. ¿Qué cree usted que como empresario es lo que le ha ayudado a permanecer en el mercado a pesar de las dificultades?	54

## LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Delimitación físico – geográfica de Bucaramanga	22
Figura 2. Pasos de una investigación con enfoque cuantitativa	35
Figura 3. Diseño de la investigación	36

## LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Antecedentes bases de estudio	26
Cuadro 2. Ejemplo de formato ficha registro fuentes empresariales,	38
Cuadro 3. Ficha Técnica	39

## LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Cuestionario entrevista a empresarios	64
<b>1</b> Anexo B. Formato ficha registro fuentes secundarias	66

## GLOSARIO

**ADAPTACIÓN:** la capacidad para adaptarse a los cambios, modificando conductas para alcanzar determinados objetivos cuando surgen dificultades, nueva información o cambios del medio.

**FINANZAS:** es la parte de la economía que se centra en las decisiones de inversión y obtención de recursos financieros.

**INNOVACIÓN:** cambio que introduce novedades.

**LONGEVIDAD:** Habilidad de una organización de mantener su continuidad.

**MICROEMPRESA:** Se clasifica como microempresa aquella una unidad económica que tiene activos totales hasta de 500 salarios mínimos mensuales legales vigentes y menos de 10 empleados.

**PERDURABILIDAD:** La perdurabilidad se define como la condición de lo que dura mucho.

## RESUMEN

**TITULO:** REALIDAD SOBRE LA PERDURABILIDAD DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO EN BUARAMANGA.\*

**AUTORES:** Montaña Rodríguez Isabel Dayanis, Ardila Vargas Sara Cristina\*\*

**PALABRAS CLAVES:** Perdurabilidad, microempresas, realidad empresarial innovación, finanzas.

### DESCRIPCION DEL CONTENIDO

La presente investigación tuvo como objetivo determinar los factores que inciden en la perdurabilidad de las microempresas del sector servicio en Bucaramanga.

A través del contenido del mismo se evidencia las diferentes apreciaciones de algunos estudiosos del tema sobre los factores que inciden para que una empresa perdure o no en el tiempo.

Es una investigación con enfoque cuantitativo, de una población total de 1217 microempresas del sector servicio de Bucaramanga se trabajó con una muestra de 292, grupo muestral determinado por muestreo probabilístico aleatorio simple con un margen de error de 5 % y nivel de confianza de 95%. Se diseñó el instrumento para la recolección de datos, a través de un cuestionario de 13 preguntas. Con la encuesta fue posible identificar los diferentes factores que los empresarios consideran los han llevado a perdurar o no en el tiempo, fortalezas o debilidades.

Las respuestas obtenidas en la encuesta aplicada y la investigación teórica realizada en las fuentes secundarias, fueron el insumo para realizar una discusión de resultados, de la cual fue posible destacar unas reflexiones, extraer unas conclusiones y plantear unas recomendaciones dirigidas a los diferentes entes que intervienen y a los empresarios o personas que estén pensando en crear empresa.

---

\* Proyecto de Grado

\*\*Universidad Industrial de Santander, Instituto para la proyección regional y la gestión empresarial de educación a distancia, Director: Rodríguez Castro Lady Marcela.

## ABSTRAC

**TITTLE:** REALITY ON THE DURABILITY OF THE MICRO - ENTERPRISES SERVICE SECTOR IN BUCARAMANGA.\*

**AUTHORS:** Montañez Rodríguez Isabel Dayanis, Ardila Vargas Sara Cristina\*\*

**KEYWORDS:** Durability, microenterprises, longevity, innovation, finances.

### DESCRIPTION OF CONTENTS

The objective of the current study is to identify different factors that contribute to the perdurability of the microenterprises services sector in Bucaramanga

The study finds the different factors which affects micro-enterprises durability according the sources consulted

This research was done using quantitative methodology, of a total population of 1217 with a sample of 292 businessmen in the sector service in Bucaramanga, group determined by a simple random probability sampling with a margin of error of 5% and confidence level of 95% using the technique of the interview with a questionnaire of 13 questions.

With the investigation was identify the different factors that businessman consider that led to last or not at the time, their strengths or weaknesses.

The answers obtained in the survey applied and theoretical research in secondary sources, they were the input for a discussion of results, which some reflections were obtained, conclusions and raise recommendations to the different entities involved and businessman or people who are thinking of creating company.

---

\* Graduate Proyect

\*\* Universidad Industrial de Santander Institute for regional projection and distance education bussines magnament Director: Rodriguez Castro Lady Marcela.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como objetivo reconocer los factores que inciden en la perdurabilidad de las microempresas en el sector servicios en Bucaramanga, teniendo en cuenta el impacto que las microempresas ejercen en dicho sector queremos dejar mediante esta investigación una guía de apoyo para aquellos que buscan indagar en el tema.

La perdurabilidad de las empresas en el tiempo, es un tema de preocupación para el gobierno, las empresas y la academia (Rivera, 2012), sin que hasta el momento se haya podido dar respuesta al fenómeno del por qué unas empresas perduran y otras fracasan en el tiempo.

Las microempresas son entidades que mueren rápidamente por falta de conocimiento del mercado, control de inventarios, contabilidad y finanzas, innovación tecnológica entre otras causas que comúnmente les impide su perdurabilidad en el mercado haciendo que estas tengan un rápido declive.

Otros de los aspectos importantes que inciden en la perdurabilidad de las microempresas es la flexibilidad para garantizar su adaptación al cambiante mundo de los negocios y al rol que los empresarios deben apropiarse para atender la dinámica de los mercados y las necesidades de los clientes.

La perdurabilidad de las microempresas en el sector servicio son objeto de estudio en el campo empresarial, solo en el municipio de Bucaramanga el 99,5% de las unidades económicas son microempresas, según cámara de comercio de Bucaramanga (2015):

*El sector servicio contribuye en un 14,3% de participación en la economía del cual el 93,1% corresponde a la creación de nuevas microempresas en el sector durante el año 2014<sup>3</sup>.*

---

<sup>3</sup> Nuevas empresas Pymes y grandes en Santander, Citado el 3 de agosto de 2015 disponible en: <http://www.camaradirecta.com/temas/indicadoresantander/indicadores/nuecon2014.htm>

# 1 OBJETIVOS

## 1.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar a través de fuentes primarias y secundarias, los factores que inciden en la perdurabilidad, como punto de apoyo para el análisis de esta en las microempresas del sector servicio en Bucaramanga.

### 1.1.1 Objetivo Especifico

- Identificar el concepto de perdurabilidad, a través de fuentes secundarias que permitan establecer características propias del contexto empresarial.
- Establecer las características por las que una microempresa del sector servicio logra considerarse perdurable.
- Determinar las diferencias que existen entre las empresas del sector servicio que se consideran perdurables y las que no.
- Reconocer en qué medida las microempresas del sector servicio en Bucaramanga han logrado ser consideradas perdurables.

## 2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Según el Diccionario de la lengua española (DRAE), la perdurabilidad se define como la condición de lo que dura mucho, por lo que aplicado al contexto empresarial, una empresa perdurable, se caracteriza por tener varios años en funcionamiento. La literatura no especifica cuántos años debe tener una empresa para que se considere perdurable. Sin embargo, según un estudio efectuado por la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio (Confecámaras), basada en la información que recopila en el Registro Único Empresarial y Social (Rúes) concluye que “las grandes compañías del país tienen una vida promedio de 18 años y las pymes de 12” (Portafolio, 2013). No obstante, “en el mundo los grandes estudios realizados se han concentrado en empresas con una duración superior a los 20 años” (*Peters & Waterman*, 1982), (*Collins & Porras*, 1994).

Con relación a las microempresas y siguiendo a Zoilo Pallares; los principales problemas que éstas enfrentan son: bajo nivel de productividad, limitada competitividad, aislamiento y escasa oferta individual para conquistar el mercado nacional y, consecuentemente, el internacional. En los últimos años, se han desplegado diferentes mecanismos de fomento y apoyo, con el objeto de proveer capital semilla, crédito y capacitación a los empresarios. No obstante, se registran dificultades: negocios informales, muchos de carácter familiar, en los que predominan los trabajadores de estratos 1, 2 y 3, con bajos niveles de ventas y rentabilidad, concentrados en la comercialización de productos con escaso valor agregado y con una baja capacidad de gestión.

Es su baja capacidad de gestión, la cual se ve reflejada en las dificultades que tienen para proponerse objetivos de crecimiento y desarrollo, y para gestionar de manera eficiente sus recursos (humanos, financieros, tecnológicos, etc.).

Según el observatorio de Competitividad Regional de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, a mayo, el 99,7% de las 4.333 nuevas firmas constituidas en la región están en el segmento microempresas.

En los últimos cuatro años la actividad económica empresarial de la región siguió inclinándose hacia la creación de empresas en el sector terciario, es decir, en los servicios.

En el año 2014 el sector servicio aportó 28.5 % al pib, una cifra de gran importancia, Asimismo, la cámara de comercio de Bucaramanga, dio a conocer que el 57,5 por ciento de las empresas en Santander fueron creadas después de 2011. Reconociendo así que las empresas son jóvenes y no hay perdurabilidad en las mismas, principal objetivo del estudio lo que nos permite fortalecernos en la razón de este estudio indagar y entender sobre la realidad de la perdurabilidad de las microempresas del sector servicio en Bucaramanga.

## 2.2 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Basado en el planteamiento del problema expresado anteriormente se derivan los siguientes interrogantes:

- ¿Cuáles son los factores que inciden en la perdurabilidad de las microempresas del sector servicio en Bucaramanga? (principal)
- ¿Qué se puede determinar cómo perdurabilidad en el contexto empresarial?
- ¿Cuáles son las características por las que una microempresa del sector servicio logra considerarse perdurable?
- ¿Cuáles son las diferencias que existen entre las empresas del sector servicio que se consideran perdurables y las que no?
- ¿En qué medida las microempresas del sector servicio en Bucaramanga han logrado ser consideradas perdurables?

## 2.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Las microempresas a través del tiempo, han emergido como una categoría intermedia que articula el mundo de la producción en torno a los procesos innovativos que se desprenden de la flexibilidad estructural de las firmas. Estas unidades productivas son hoy factor de crecimiento y dinamismo en el sistema económico.<sup>4</sup> ACOPI, señala que en 2013, las microempresas representaron el 96% de las empresas existentes en Colombia, contribuyendo con el 49.6% del empleo industrial, 25% del Producto interno bruto (Pib), 25% de las exportaciones totales y

---

<sup>4</sup> Tomado del libro: **Cardona Acevedo, M. y Gano Gamboa, C.A.:** *"Dinámica industrial, crecimiento económico y Pymes"* en Observatorio de la Economía Latinoamericana 50, octubre 2005 Texto completo en [www.eumed.net/cursecon/ecolat/co/](http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/co/)

el 33% de las exportaciones no tradicionales. Además, representan 92% de los establecimientos industriales, generan 33% del total de valor agregado, el 31% de la inversión neta y el 45% del consumo industrial nacional

El presente trabajo surge de la reflexión sobre la perdurabilidad de las microempresas y pretende aportar soluciones mediante recopilación de datos que ayudará a quienes quieran emprender una idea de negocio y pretenden perdurar en el tiempo evaluando las bases de las políticas públicas y el desarrollo empresarial que tiene el gobierno local para los emprendedores.

El interés del presente trabajo es explorar la verdadera política de perdurabilidad, aunque ciertamente no hay una escrita debemos indagar el comportamiento que tienen otras empresas para aplicar esas políticas al sector de las microempresas, Por todos los motivos expresados es que se justifica la investigación del presente trabajo que como resultado arrojará una información facilitando el aprendizaje, claves para reconocer las falencias de los negocios, y todos los manejos administrativos que se deben tener en cuenta al momento de dar apertura a una microempresa.

## 2.4 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

### 2.4.1 Delimitación físico – geográfica

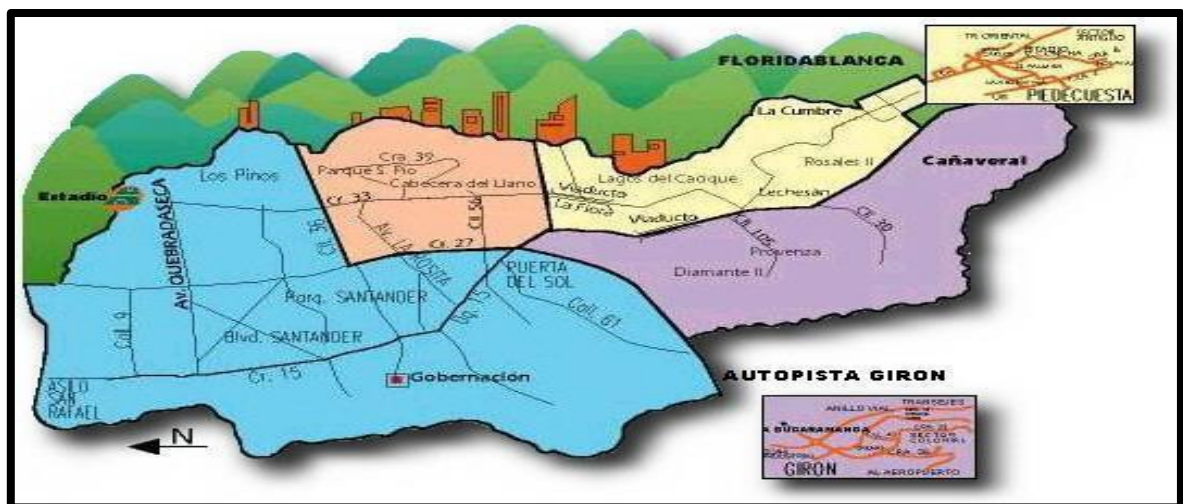


FIGURA 1. Delimitación físico – geográfica de Bucaramanga

Tomado de web:<http://miamadacolombia.blogspot.com.co/2012/04/mapa-vial-de-bucaramanga.html>

#### Límites:

Bucaramanga, capital del departamento de Santander limita por el Norte con el municipio de Río Negro; por el Oriente con los municipios de Matanza, Charta y Tona; por el Sur con el municipio de Floridablanca y; por el Occidente con el municipio de Girón.

Se encuentra ubicada al nordeste del país sobre la cordillera oriental, rama de la cordillera de los Andes, a orillas del río de Oro. Su temperatura promedio es de 23 grados centígrados, La población total de Bucaramanga, proyectada por el DANE a 2012 es de 526.056 habitantes, equivalente al 1,1% del total de la población nacional, de los cuales 519.384 (98,7%) habitan en el casco urbano y 6,672 (1,3%) viven en la zona rural. La población de Bucaramanga creció el 30,58% entre 1985 y 2012, teniendo como parámetros los censos y las proyecciones que realiza el DANE.<sup>5</sup>

#### Posición Geográfica:

Bucaramanga se encuentra en una terraza inclinada de la Cordillera Oriental a los 7° 08' de latitud norte con respecto al Meridiano de Bogotá y 73° 08' de longitud al Oeste de Greenwich.

La actividad industrial que cuenta con un mayor reconocimiento a nivel nacional es el calzado así mismo tiene un importante mercado a nivel internacional en países como Argentina, Brasil, Canadá, Ecuador, Italia, algunas islas del Caribe, Estados Unidos, Perú, Venezuela y México.

La confección, así como la prestación de servicios de salud, finanzas y, en un alto grado la educación, al punto que cabe decir que la Ciudad se perfila para el siglo XXI como la Tecnópolis de Los Andes; prueba de ello es el creciente número de centros de investigación tecnológica en diversos tópicos como los de energía, gas, petróleo, corrosión, asfaltos, cuero y herramientas de desarrollo agroindustrial, entre otros.

#### 2.4.2 Delimitación social

Esta investigación abarca las microempresas que se eligieron del sector servicio en el área metropolitana de Bucaramanga.

---

<sup>5</sup> PROYECCIONES DE POBLACIÓN MUNICIPAL POR ÁREA. Información estadística. Disponible en Tomado de: [www.dane.gov.co/.../poblacion/.../MProyeccionesMunicipalesedadsexo.pdf](http://www.dane.gov.co/.../poblacion/.../MProyeccionesMunicipalesedadsexo.pdf)

## 2.5 LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

De acuerdo a la investigación realizada se tuvieron dificultades en el acercamiento con los encuestados teniendo en cuenta que los microempresarios son celosos en dar información de la empresa, algunos se mostraron escépticos diciendo que se encontraban muy ocupados y otros que la información que se solicitaba no la daban a personas inherentes del negocio.

### 3 MARCO TEÓRICO

#### 3.1 ANTECEDENTES

Cuadro 1. Antecedentes bases de estudio

Título del libro	Alcance
La construcción de sentido de los investigadores en gestión en Colombia acerca de su campo de conocimiento	<p>El artículo presenta los resultados de un proyecto de investigación realizado en el marco de la línea de Estrategia del Grupo de Investigación en Perdurabilidad Empresarial (GIPE), de la Escuela de Administración de la Universidad del Rosario.</p> <p>El trabajo tuvo como objetivo comprender la construcción de sentido (sensemaking) que han hecho los investigadores en administración en Colombia acerca de su propio campo de conocimiento.</p>
La empresa familiar, el protocolo y la sucesión familiar	<p>En este artículo se abordan las percepciones que tienen las empresas familiares, expertas, entidades y gremios del Valle de Aburrá (Colombia) respecto al protocolo y la sucesión familiar. El trabajo corresponde a una investigación de tipo exploratoria que permite evidenciar que las familias empresarias tienen temor a realizar el protocolo familiar, debido principalmente a su desconocimiento acerca del tema. Se pretende entonces sensibilizar a empresarios, estudiantes universitarios, investigadores, y a la sociedad en general, del importante papel que desempeñan las empresas familiares en la actividad económica como generadoras de riqueza y empleo, una herramienta importante para su perdurabilidad, continuidad y formalización es el protocolo familiar.</p>

Cuadro 1. Antecedentes bases de estudio - Continuación

<p>Liderazgo, poder y movilización organizacional</p>	<p>El objetivo de este estudio es analizar los procesos de liderazgo y poder, como fenómenos que se suscitan al interior de las organizaciones a partir de las interacciones que se dan entre las personas (agentes) que las conforman. Se comprende a la organización como un sistema dinámico en permanente proceso de cambio que se moviliza, en virtud de la relación dinámica, que se da entre líderes y colaboradores. Dado que se trata de un estudio teórico, el análisis se hace a través de una revisión bibliográfica. Como conclusión se puede afirmar que el liderazgo y el poder movilizan a la organización y pueden llevarla a desequilibrios productivos, los cuales favorecen el desarrollo de las organizaciones y su perdurabilidad.</p>
<p>Perdurabilidad empresarial: concepto, estudios, hallazgos</p>	<p>La literatura en dirección de empresas durante los últimos 20 años ha analizado diferentes aspectos de la perdurabilidad empresarial, sobre todo lo relacionado con el papel del líder, la asociación con la rentabilidad, y los efectos que genera en el tejido empresarial. Sin embargo, aún existen muchos aspectos en los cuales se debe profundizar. El primero de ellos es dar solución a la diversidad terminológica existente. Al no tener un consenso sobre el concepto, se utilizan de manera indiscriminada términos como longevidad, sostenibilidad, éxito, supervivencia, duración, etc., los cuales en lugar de aclarar, generan confusión. Por otro lado, tampoco hay evidencia suficiente para sugerir alternativas que permitan a las empresas lograr ser perdurables.</p>

Cuadro 1. Antecedentes bases de estudio - Continuación

<p>Perdurabilidad empresarial Anotaciones teóricas</p>	<p>La internacionalización puede ser asumida en relación con los procesos económicos y constituye una opción de la evolución del sistema-mundo y su búsqueda de la constitución de una sociedad global. En este sentido puede asumirse una estrategia evolutiva eficiente a partir de la capacidad de construir información como consumo, y con ello garantizar la realización de la producción. Ello, en el marco de relaciones globales, puede ser resultado de los cambios institucionales o a través del comercio ilegal. En similar sentido, los costos de transacción, si bien en términos de la productividad son muy significativos, en el esquema de la perdurabilidad, el problema radica en ubicarse dentro de un rango que permita endogenizarlos; y ello depende de las capacidades de los potenciales consumidores. Este es el escenario en el cual se organiza, por un lado, la regla "en caso de X, haga Y" y, por otro, las posibilidades de perdurar sujeto a los linderos establecidos en la estrategia evolutiva eficiente.</p>
--	---

## 3.2 BASES TEÓRICAS

### 3.2.1 Perdurabilidad empresarial

La perdurabilidad organizacional: un fenómeno explicable desde la biología, la economía y la dirección estratégica de la empresa. Hugo Alberto Rivera Rodríguez (2007). Se encontró que solamente resultados financieros superiores sostenibles en el tiempo no garantiza o implica que una empresa es perdurable, esto depende de muchos otros factores como la variación en la forma organizativa interna para la

empresa para así adquirir habilidades y poder adaptarse. Sin embargo, hay muchos otros factores que hacen que aunque una compañía tenga estas características hayan desaparecido debido a otras causas. Incluso se habla de una teoría evolutiva de las organizaciones, explicando su desarrollo que incluye investigación, selección modificación, aprendizaje, etc. (Rivera, 2007).

Javier Cadena, Alexander Guzmán y Hugo Rivera (2006). La perdurabilidad se puede medir de manera cuantitativa por tener un desempeño superior, analizando los competidores, cubriendo el mercado que no ha sido explotado o que se cubre de manera mínima, teniendo una posición única y difícilmente imitable. Además de esto, también existe una importancia de medir las empresas cualitativamente y de esta forma se habla de las finanzas dentro de una compañía las cuales representan la rentabilidad, la solvencia, la liquidez; aunque esto son sólo datos lo importante es saber interpretarlos, analizando indicadores y teniendo una excelente administración financiera con planeación, organización, dirección, control y coordinación. De igual forma los planes estratégicos y la estrategia empresarial permiten la supervivencia de la empresa (Rivera, 2006).

“(...) empresa perdurable es aquella que hace variaciones a su forma organizativa interna y presenta resultados financieros superiores sostenibles.” (Rivera 2007). La estrategia permite a una compañía realizar acciones, anticiparse, proponer, frente a situaciones del día a día y del mismo entorno que le exigen a las empresas adaptarse a los cambios y a los retos del mercado. Es importante tener una dirección estratégica en cada empresa, en cada área que la compone.

La perdurabilidad tiene varios significados, en su mayoría apuntan a mantenerse en el tiempo, lo que sugiere que una empresa es perdurable cuando dura en el tiempo desempeñándose de forma positiva en varios aspectos como: financiero, responsabilidad social, gestión humana, productividad, satisfacción del cliente, etc.

En la década de los ochenta, iniciaron los trabajos realizados por Peters & Waterman (1982) sobre 43 empresas perdurables y exitosas (3M, Boeing, McDonald's, Johnson & Johnson entre otras). En el estudio se identificaron factores de perdurabilidad relacionadas con: la predisposición para acción, acercamiento al cliente, productividad por los empleados y especialización del servicio.

A partir del año 2000, Montuori (2000) muestra que para que las empresas sean perdurables, deben tener predisposición para el cambio en entornos cargados de

turbulencias, propender por el aprendizaje organizacional, el cambio tecnológico y el liderazgo de sus directivos. A lo anterior, Bhidé (2000) en sus estudios sobre emprendimiento de nuevos negocios y estrategia, agrega que una empresa para permanecer en el tiempo, debe mostrar continuidad del portafolio de activos, tener capacidad operativa, brindar a los accionistas los rendimientos esperados. El directivo debe ser un líder con capacidad para decidir rápida y eficazmente y tener un ingenio tácito que le permita aprovechar las oportunidades que se le presentan, lo cual le demanda una preparación adecuada según el entorno donde se desempeña para poder ser competitivo según las necesidades requeridas.

### **3.2.1.1 Aspectos medibles en la perdurabilidad.**

Académicos, consultores y empresarios tratan de dar respuesta desde su campo de actuación y responsabilidad a la pregunta ¿por qué razón unas empresas perduran más que otras y cómo lograr ser perdurable?

La academia trata de interpretar la realidad empresarial y acercarse a definiciones más precisas sobre el concepto, ejemplo de ello es lo realizado por uno de los grupos de investigación de la facultad de administración de la Universidad del Rosario de Bogotá, cuyo tema es la perdurabilidad empresarial; en particular, para la línea de investigación en estrategia, una empresa es perdurable si a través del tiempo presenta una serie de características: desempeño superior permanente, - el desempeño superior permanente lo consigue una organización al presentar resultados financieros por encima del tercer cuartil de forma permanente, logra una posición única y difícilmente imitable mediante un adecuado manejo de las fuerzas del mercado, se enfoca en espacios de mercado no explotados o débilmente explotados definidos como manchas blancas y ha realizado un análisis de sus competidores, siempre y cuando se lleve a cabo una administración enmarcada en la dirección y la gerencia.

Este punto es importante, ya que se comprende la administración como una actividad que debe contemplar dos grandes actividades, la primera de dirección, la persona que se encuentre al frente de una empresa debe visualizar el futuro, debe ser un soñador que la oriente a la consecución de un futuro, perciba lo que el entorno le presenta como información y logre convertirla en estrategias coherentes, que le permitan adquirir un posicionamiento superior gracias a la adquisición de ventajas

únicas y difícilmente imitables y no mediante la imitación de las “mejores prácticas de los rivales”.

Medir cuantitativamente la perdurabilidad empresarial impone un reto complejo. Existen un sin fin de factores de toda índole que difícilmente pueden ser resumidos en un indicador financiero, que permita vaticinar o predecir si la organización se encontrará vigente dentro de veinte, treinta, cuarenta años o dentro de algunos siglos, como el caso de las empresas mencionadas al comienzo del artículo; sin embargo, las cifras financieras que arroja una empresa son el reflejo económico de todo un conjunto de variables y decisiones que se presentan en las diferentes áreas de la organización y de su relación y forma de interacción con el entorno y con el sector estratégico del cual hace parte. Sin embargo, es claro que las cifras financieras por sí solas constituyen un conjunto de datos, poco o nada dicentes. La interpretación que se hace de éstas, el criterio con el cual se analizan, la capacidad de organizarlas y resaltar aquéllas que son verdaderamente relevantes en el análisis de la situación financiera de la empresa, permite que estos datos se conviertan en información útil. Una buena interpretación de las mismas por parte de las personas que se encuentren al frente de la empresa, dependiendo sus características como director, gerente o administrador harán que el uso de la información financiera sea diferente.

#### **3.2.1.2 El indicador de perdurabilidad**

Se observar como el tema del crecimiento potencial ha sido trabajado en el pasado por diversos autores. Sin embargo, el crecimiento potencial es una condición necesaria pero no suficiente para lograr la perdurabilidad. Existen tres componentes claves en la perdurabilidad empresarial que se pueden obtener por medio de las cifras financieras de las organizaciones y que permiten aproximarse a la capacidad que tiene una empresa de permanecer en el tiempo. Estas son: la rentabilidad, la liquidez y la estructura de endeudamiento, que bien administradas pueden hacer una empresa perdurable.

#### **3.2.1.3 Estrategias para la perdurabilidad empresarial**

El agente social responsable en mayor parte del crecimiento económico y el desarrollo de la humanidad ha sido la empresa. Por esta misma razón la sociedad en el ámbito mundial ha empezado a ejercer presión para que se presente un

proceso continuo de mejora en su comportamiento ambiental. Estas tendencias globales han llevado a que la empresa poco a poco se preocupe no sólo por los intereses de sus accionistas, sino también por los intereses de los grupos de interés que giran alrededor de ella. Cada vez es más común que al definir la misión, la visión y la estrategia empresarial, las empresas incorporen elementos bajo los cuales se comprometen a velar por los intereses de sus accionistas, sus empleados, sus proveedores, sus clientes, la comunidad a la que pertenecen y la sociedad como un todo. El ente económico ha buscado realizar sus procesos bajo estándares de calidad y ha pretendido mejorar el quehacer de la empresa para que el impacto que el mismo tiene en el medio ambiente sea cada vez menos corrosivo. En cualquier caso, la realidad empresarial es compleja. En algunas empresas la cuestión ambiental ha sido desestimada. En las que no, la forma en que se ha abordado el tema ha sido muy dispar. Para clasificar las distintas actuaciones desde mediados de los años ochenta se han publicado diversos modelos que tratan de organizar las estrategias de gestión del medio ambiente. Tras el análisis de éstos se ha optado por distinguir entre orientaciones de gestión medioambiental reactivas y proactivas. Las primeras procuran replicar a las presiones legislativas y de los grupos de interés mediante actuaciones sencillas e inversión en tecnologías de control. Las segundas incorporan procesos de planificación ambiental, personas y organismos responsables y un sistema de seguimiento y control del comportamiento medioambiental exhaustivo. La literatura muestra que la elección de la estrategia más adecuada dependerá de las motivaciones de cada organización y éstas, a su vez, de su entorno y circunstancias particulares. El reconocer la inclusión de la variable medioambiental en la gestión empresarial es un aspecto que ha adquirido peso y por ende el medio ambiente se ha convertido en un factor de competitividad y de perdurabilidad, lo anterior en un contexto cada vez más globalizado e inmerso en una sociedad que a medida que pasa el tiempo es más consciente de la necesidad de cuidar el entorno y más exigente con las prácticas que atentan contra el mismo. En los países desarrollados la presión social respecto a las prácticas empresariales que afectan el medio ambiente cada vez es más fuerte. Por ello, las empresas que se desenvuelven en estos mercados han avanzado en la implementación de prácticas que buscan hacer que su actividad económica sea sostenible en términos ambientales.

#### **3.2.1.4** Cultura, alineamiento y perdurabilidad empresarial

Cabe señalar que en Colombia las empresas (que en un alto porcentaje son PYMES) carecen de una plataforma estratégica claramente definida, sus procesos

de gestión adolecen de falta de claridad, se observa en ella mucho activismo, y la permanencia está asociada al ímpetu que los fundadores le imprimen, pero también al escaso control sobre las prácticas y los recursos de la organización. Y es claro que en un mundo altamente competitivo, ello no es suficiente pues quedan circunscritos a las voluntades y capacidades de sus gestores o propietarios y no, al funcionamiento de reglas e instituciones rutinarias al interior de la organización.

Esto se hace más claro cuando se analizan las estadísticas: en Colombia se reportan importantes cifras de creación de empresas, según el diario Portafolio, al año se crean en Colombia más de 130 mil empresas nuevas (Portafolio, 2014), pero de igual manera el índice de “mortalidad empresarial” es muy alto (más de 100 mil empresas desaparecen al año) lo que significa que algo en el desarrollo de estas organizaciones no se está haciendo correctamente. Parece que es en tema de direccionamiento, debido, precisamente, a la ausencia de plataforma estratégica. Sin esta se pierde el centro, y la actuación de las personas es dispersa al no tener un referente claro para su desempeño.

¿Pero qué es lo que hace que la cultura organizacional tenga tal importancia? La respuesta se encuentra en su carácter cohesionador, tal como lo plantea García (2007), en la actual era de la información las empresas ya no pueden obtener ventajas competitivas sostenibles sólo mediante la aplicación de nuevas tecnologías a los bienes físicos, o llevando a cabo una excelente gestión de los activos y pasivos financieros —lo cual tenía plena validez desde la racionalidad de la modernización—. Cuando el paradigma empresarial se encuentra asociado a los servicios y a los bienes intangibles, las estrategias deben cambiar. Esta afirmación lógicamente no riñe con una importante gestión de los recursos tangibles; lo que aquí se afirma es que por medio de intangibles (como la cultura organizacional) es posible desarrollar un alineamiento organizacional acorde con los propósitos de la empresa; este a su vez debe soportar la perdurabilidad.

A manera de síntesis, los siguientes son los factores de la cultura empresarial más importantes:

- El estilo de liderazgo: Depende de la definición del concepto de hombre (empleado, en este caso). Por ejemplo ¿es o no es un *homo economicus*? En función de la respuesta, así será el estilo de liderazgo.
- Estructura organizacional: Hace referencia a la distribución de las funciones en una empresa. A su vez, permite inferir la estrategia concebida, porque, como lo plantea Chandler (1998), la estructura es un medio para que la organización opere

(lleve a cabo) la estrategia. Si la estructura no sigue la estrategia, el resultado es la ineficiencia.

- **Clima organizacional:** Crea el campo perceptual propicio para el desarrollo de una cultura empresarial particular, y con ello para la consecución de los objetivos de una empresa.
- **Sistema cultural:** Es aquel sistema de normas, valores y costumbres que le proporciona solidez a la organización, especialmente en los aspectos relacionales que son aquellos que facilitan las relaciones entre los miembros.

### **3.2.1.5 Perspectivas de desarrollo de la administración para las Pymes en Colombia**

Es posible considerar que hay dos enfoques diferentes de perdurabilidad: uno para los países desarrollados y otro para aquellos en vías de desarrollo. Los componentes básicos son los mismos, pero su tratamiento difiere para este último caso, haciéndolo más elemental, sin olvidarnos de la esencia e importancia de los elementos y su impacto en los resultados finales del negocio y su sostenibilidad. Se tiene en el primer nivel de la pirámide organizacional la dirección referida a la junta directiva y en el segundo, la gerencia, desempeñada por el presidente o gerente de la organización. Se tratará, en primer lugar, la función de la gestión propiamente dicha, en cabeza del gerente y posteriormente, se abordarán los temas en relación con la junta directiva. Tres son las principales fuentes de perdurabilidad empresarial señaladas aquí:

- a. Competitividad al nivel que permita importante participación de mercado.
- b. Visualización de cambios y tendencias, reaccionando rápidamente para adelantarnos a la competencia. *Hamel (2000)* afirmó que “nunca fue más pequeña la distancia entre lo que se puede imaginar y lo que se puede realizar”
- c. Cultura organizacional, enfocada en excelencia, ya que los consumidores, el mercado y las exigencias del entorno, sólo permitirán perdurabilidad a los mejores, al igual que la naturaleza propicia la selección natural. *Jennings (2003)* declara que “a menos que (las compañías exitosas) continuarán siendo más productivas que la competencia, podrían perder rápidamente su ventaja competitiva”

### **3.2.1.6 Gestando una organización inteligente**

Implica trabajar a través de un liderazgo participativo, el cual propicie primero que todo, la formación de un equipo gerencial de cualidades muy por encima del

promedio, para que acompañen a la gerencia en el trabajo de construcción. Es una de las mejores oportunidades, ya que el primer paso del éxito de una organización inteligente, en la forma que lo estableció *Senge* (1995) es aquella que “que entiende, que posee discernimiento suficiente para enfrentar confiadamente el cambio”, es escoger con cuidado los cargos claves, apoyados en procesos de selección de absoluta confianza. Una inversión razonable en el proceso dará réditos sustanciosos a largo plazo, y aún, en el corto. Solamente con un equipo de primera calidad se podrá construir la “organización inteligente” la cual logrará desarrollar las competencias suficientes para:

A. Trabajar permanentemente con una mentalidad analítica prospectiva, lo cual significa que desde el principio, todos y cada uno de los miembros del Comité de Gerencia tendrán que mirar el entorno, sus clientes, sus mercados y su empresa, con un enfoque futurista.

B. Ser capaces de generar un enfoque estratégico competitivo, en la dirección que lo concebía Porter (1999) proponiendo que “una estrategia competitiva se refiere a cómo conseguir ventajas competitivas en cada una de las áreas de actividad en que compite la empresa” y siendo coherente con su visión, las oportunidades que se perciben y las capacidades y recursos actuales y potenciales, con el fin de generar caminos nuevos que propicien la perdurabilidad rentable del negocio.

C. Adaptarse al cambio: Permitir el cambio a medida que las circunstancias lo ameritan y la estrategia lo plantea. Este reto enfatiza la necesidad de que la gerencia centre su política de crecimiento sobre la generación de equipos eficientes y el estímulo del liderazgo.

D. Capacidad de innovación: en la administración tal como lo plantean Hamel y Breen (2007) cuando afirman que “durante los últimos diez años, prácticamente todas las empresas del planeta han realizado esfuerzos ingentes por reinventar sus procesos de negocios – logística de llegada, gestión de inventarios, cumplimiento con los clientes, soporte técnico, etc. Sin embargo, pocas compañías han dedicado igual grado de energía e imaginación al reto de reinventar sus procesos de administración”. Innovar, significa desarrollar planteamientos nuevos y útiles, por lo tanto, los tres elementos nombrados antes la requieren para que aporten verdaderamente a la competitividad. Sin embargo, la innovación en países como Colombia no tiene que ser de clase 1 (verdadera innovación), sino que la mayoría de las veces, una modificación talentosa de producto o servicio, de su enfoque de mercadeo, de su sistema de fabricación o en último caso de su proceso de comercialización, puede dar resultados realmente sorprendentes. La figura 3 sintetiza el modelo propuesto.

## 4 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

### 4.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación se realizó utilizando la metodología cuantitativa que es secuencial y probatoria. Para la obtención de la información se utilizó la técnica de la entrevista mediante la utilización de un cuestionario realizado por los investigadores en el que se abordaron todas las variables necesarias para la realización de esta investigación.

### 4.2 MÉTODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La presente descripción es de tipo cuantitativo, cada fase es indispensable para su continuación y no se pueden evadir los pasos, a continuación presentamos el siguiente boceto:

Figura 2: Pasos de una investigación con enfoque cuantitativa

### Características E. Cuantitativo en 10 fases; es secuencial

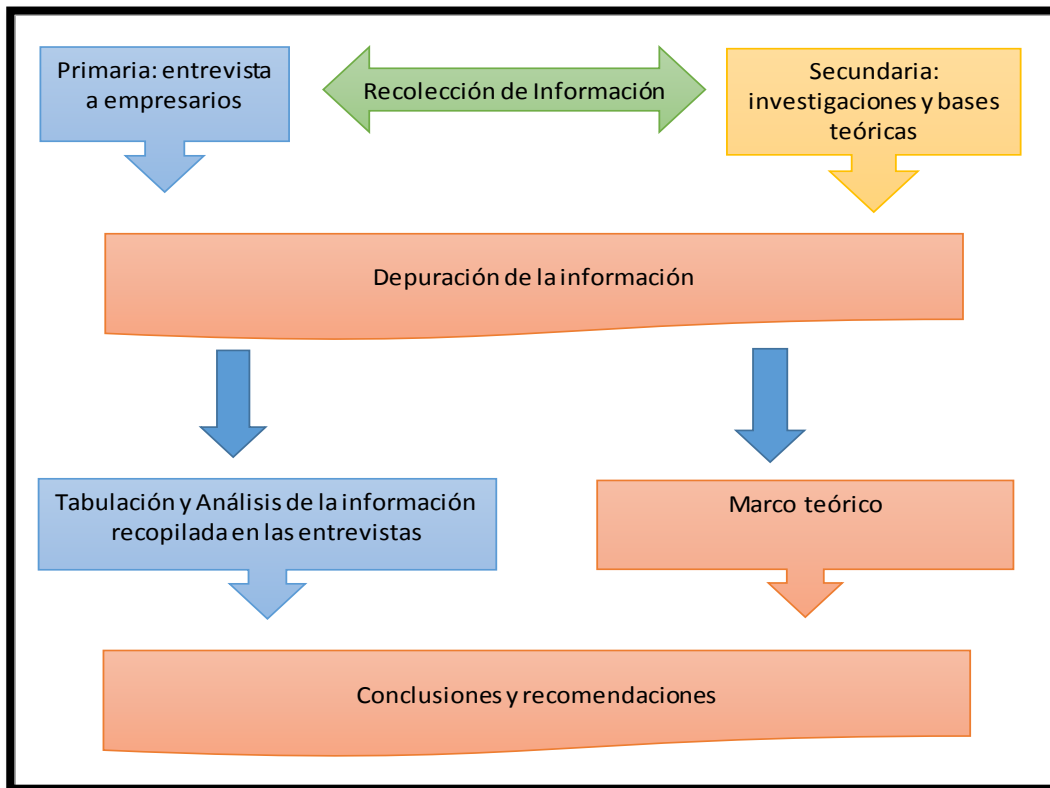


Fuente: (Hernández, Fernández, y Baptista, 2010, pág.5)

Para la presente investigación se llevaron a cabo las siguientes actividades:

- Planteamiento preguntas de investigación
- Recolección de información (Primaria: entrevista a empresarios; Secundaria: investigaciones y bases teóricas).
- Marco teórico.
- Tabulación y análisis de la información recopilada en las entrevistas.
- Análisis de información teórica, conclusión y discusión de resultados.
- Conclusiones.

Figura 3. Diseño de la investigación



Fuente: Adaptación: Tesis Castro Rodríguez Lady Marcela. MODELO DE PROCESO FORMATIVO “MEPIME” Y LAS NECESIDADES EN EL CONOCIMIENTO MATEMÁTICO DE LOS EMPRESARIOS EN SANTANDER, Lima Perú, 2016 UNIVERSIDAD PRIVADA DE NORBERT WIENER, Escuela de Posgrado.

### 4.3 POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

La población estuvo constituida por 1.217 empresarios distribuidos en la zona urbana de la ciudad de Bucaramanga y la muestra fue determinada mediante el muestreo de tipo probabilístico aleatorio simple, aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \times N \times p \times q}{(N-1) e^2 + Z^2 \times p \times q}$$

Donde:

N = Población= 1.217 Empresarios de la ciudad de Bucaramanga

Z = Nivel confiabilidad, 95% = 1,96

e = Error estimado, 5% = 0,05

p = Probabilidad éxito, 50% = 0,5

q = Probabilidad no éxito, 50% = 0,5

n= Número de muestras

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 1.217 \times 0,5 \times 0,5}{(1.217-1) (0.05)^2 + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5} = 292$$

Por lo tanto la muestra es: 292

### 4.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Los métodos propuestos para la recolección de la información estarán establecidas en fuentes primarias y secundarias, primaria: entrevista a empresarios y, secundaria: recopilación documental de investigaciones y bases teóricas.

Las técnicas son los medios empleados para recolectar la información que se considera la materia prima, por las cuales, según (Méndez, 2004) “puede llegarse a explorar, describir y explicar hechos o fenómenos que definen el problema de investigación”.

Para la recolección de la información se definirán fuentes primarias y secundarias, primaria: entrevista a empresarios y, secundaria: recopilación documental de investigaciones y bases teóricas,

- Técnica del Fichaje, instrumento las fichas bibliográficas, formato ficha registro fuentes secundarias (ver anexo A...), las cuales se utilizaron durante la investigación para registrar la indagación de antecedentes y bases teóricas del estudio.

Cuadro 2. EJEMPLO FORMATO FICHA REGISTRO FUENTES SECUNDARIAS

REALIDAD SOBRE LA PERDURABILIDAD DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO EN BUCARAMANGA		
VARIABLES	DIMENSIONES	Palabras Claves de búsqueda
Perdurabilidad	Mediante este trabajo indagamos cuál es la realidad de las microempresas en Santander y por qué [1] no perduran en el tiempo; que papel cumple en su comportamiento estratégico y el desempeño el desempeño financiero.	Microempresa, perdurabilidad, Longevidad.
Título documento – referencia	Nombre autor(es)	
Perdurabilidad empresarial: concepto, estudios, hallazgos. Cuadernos de Administración, 28(47), 103-113.	Hugo Alberto Rivera Rodríguez	
Editorial	Dirección URL	
Universidad del rosario		
País	Fecha publicación	Fecha de consulta
Colombia	Fecha de recepción: 05/03/2012 Fecha de corrección: 03/04/2012 Fecha de aprobación: 20/05/2012	22/08/2016

Cuadro 2. EJEMPLO FORMATO FICHA REGISTRO FUENTES SECUNDARIAS – continuación

Variable o dimensión apoyada	Ubicación de la fuente en el cuerpo del trabajo
<p>Ideas principales:</p> <p>El interés del presente trabajo es explorar la verdadera política de perdurabilidad, aunque ciertamente no hay una escrita debemos indagar el comportamiento que tienen otras empresas para aplicar esas políticas al sector de las microempresas, Por todos los motivos expresados es que se justifica la investigación del presente trabajo que como resultado arrojará una información facilitando el aprendizaje, clave para reconocer las falencias de los negocios.</p>	

- Técnica de entrevista, instrumento utilizado: Guía de la entrevista estructurada (ver anexo A), aplicado en relación a las variables en estudio, al grupo muestra empresarios de la región.

Para la técnica entrevista se describe la correspondiente ficha técnica que resume la metodología de la investigación.

Cuadro 3. Ficha técnica

<b>TIPO DE INVESTIGACIÓN</b>	Tipo de investigación exploratoria y descriptiva, procedimiento por el cual se da a cada empresario una posibilidad igual de ser seleccionado en la muestra; se realizan preguntas a la fracción representativa con el fin de recopilar información preliminar sobre la perdurabilidad empresarial.
<b>MÉTODO DE INVESTIGACIÓN</b>	El método de investigación es inductivo, el cual inicia con la observación de situaciones y características que conducen a conclusiones específicas.
<b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b>	Fuentes de información primarias: Información escrita (encuesta) recopilada directamente de los empresarios ciudad de Bucaramanga. Fuentes de información secundaria: Cámara de comercio, DANE, Alcaldía de Bucaramanga, se tuvieron en cuenta fuentes de consulta teórica, de bases de datos, biblioteca, entre otros.

Cuadro 3. Ficha técnica – continuación

<b>TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN</b>	La encuesta, permite obtener información sobre las opiniones de los empresarios de los establecimientos comerciales de Bucaramanga sobre su perdurabilidad en el tiempo.
<b>INSTRUMENTO PARA LA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN</b>	El elemento físico con el cual se recolectó la información requerida y apropiada, será un cuestionario con las preguntas necesarias para obtener la información que se requiere. (Ver anexo A)
<b>MODO DE APLICACIÓN</b>	Se aplicará de forma directa a los empresarios de cada establecimiento a encuestar.
<b>ALCANCE</b>	Para la ejecución de la investigación se realiza la aplicación de la encuesta a 292 empresarios de la ciudad de Bucaramanga.
<b>TIEMPO DE APLICACIÓN</b>	Tiempo total que se utilizó para aplicar las 292 encuestas fue de 20 días.

## 5 PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

### 5.1 PROCESAMIENTO DE DATOS: RESULTADOS

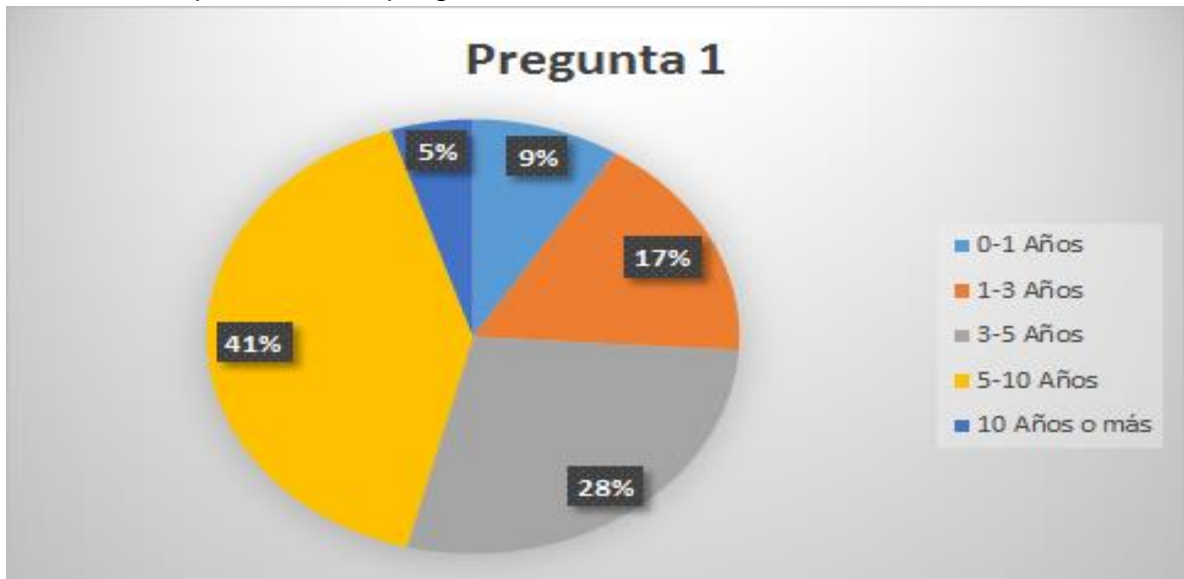
En el presente numeral se detalla y se registra la información recopilada, esta información es realizada por los segmentos objetivos elegidos para el desarrollo de la presente investigación, una vez aplicado el instrumento de medición el cual contempla un total de preguntas (anexo A) Aplicada a 292 microempresarios de la ciudad de Bucaramanga.

- Pregunta 1. ¿Cuántos años lleva la empresa en el mercado?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0-1 Años	25	9%
1-3 Años	50	17%
3-5 Años	83	28%
5-10 Años	119	41%
10 Años o más	15	5%
TOTAL	292	100%

Tabla 1. Tabulación de la pregunta No.1 de la encuesta aplicada a microempresarios.

Gráfica 1. Representación pregunta No.1



Fuente: Encuesta aplicada a microempresarios.

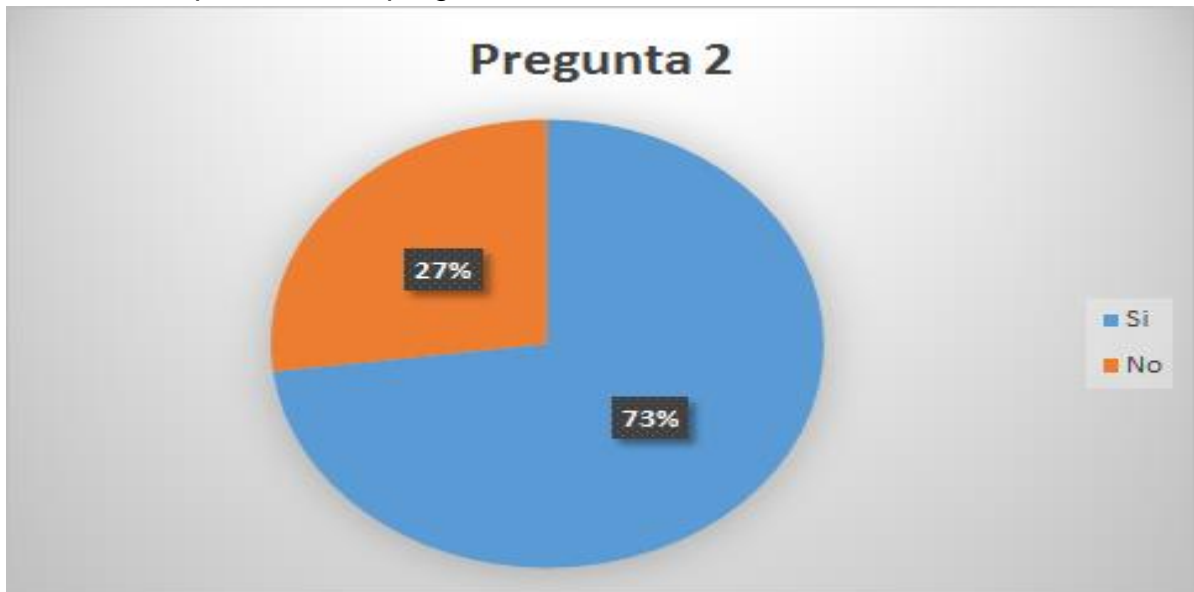
Se observa que menos de la mitad de las empresas llevan en el mercado entre 5 y 10 años, donde un 28% entre 3 a 5 años.

- Pregunta 2. ¿Es usted el creador de la empresa?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	213	73%
No	79	27%
TOTAL	292	100%

Tabla 2. Tabulación de la pregunta No.2 de la encuesta aplicada a microempresarios.

Gráfica 2. Representación pregunta No.2



Fuente: Encuesta aplicada a microempresarios.

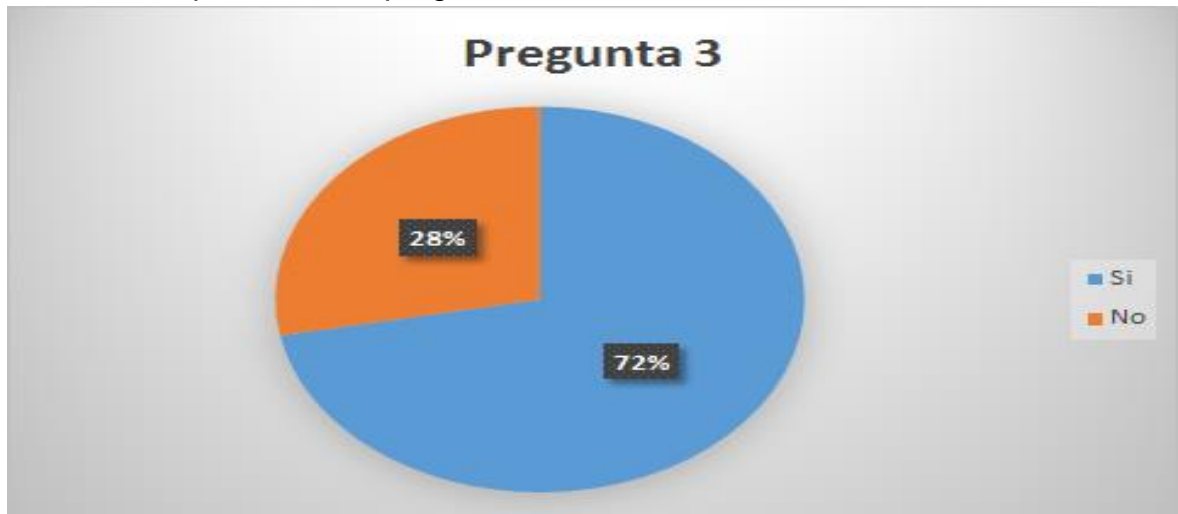
Entre las empresas encuestadas se observa que en su mayoría han sido los creadores de las empresas.

- Pregunta 3. ¿Ha sido el único dueño?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	211	72%
No	81	28%
TOTAL	292	100%

Tabla 3. Tabulación de la pregunta No.3 de la encuesta aplicada a microempresarios.

Gráfica 3. Representación pregunta No.3



Fuente: Encuesta aplicada a microempresarios.

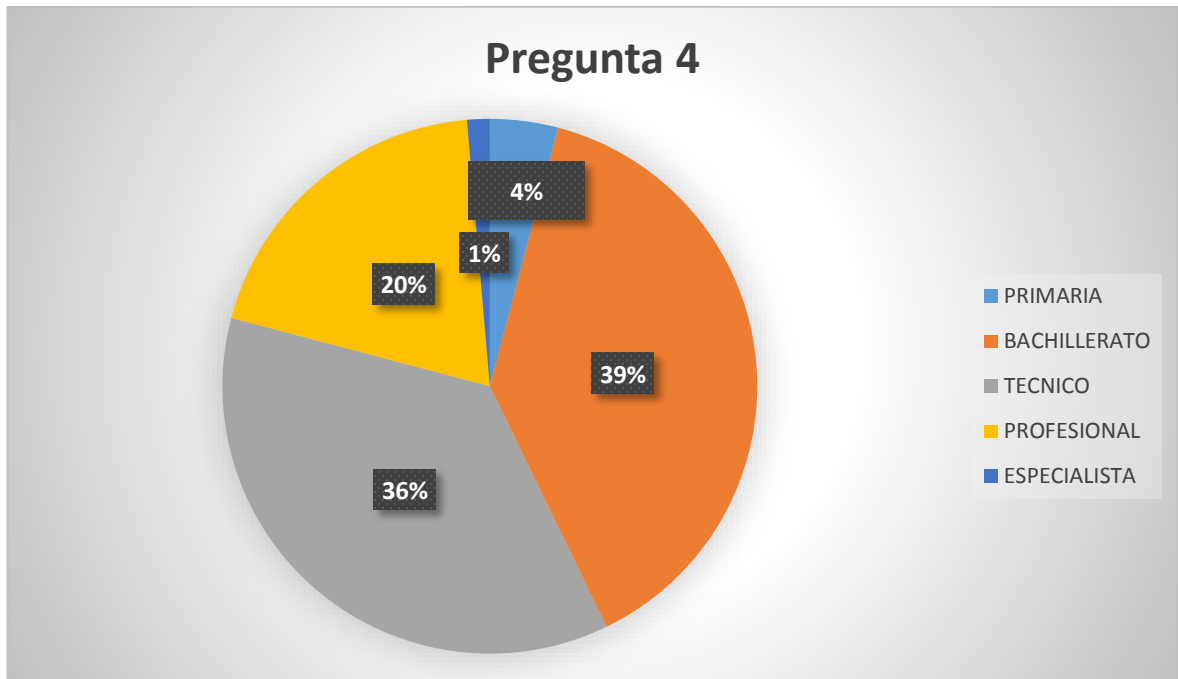
Dentro de las empresas encuestadas se evidencia que al ser los creadores han sido únicos dueños con un porcentaje del 72%

- Pregunta 4. ¿Cuál es su nivel de estudio?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Primaria	12	4%
Bachillerato	113	39%
Técnico	106	36%
Profesional	57	20%
Especialista	4	1%
TOTAL	292	100%

Tabla 4. Tabulación de la pregunta No.4 de la encuesta aplicada a microempresarios.

Gráfica 4. Representación pregunta No.4



Fuente: Encuesta aplicada a microempresarios.

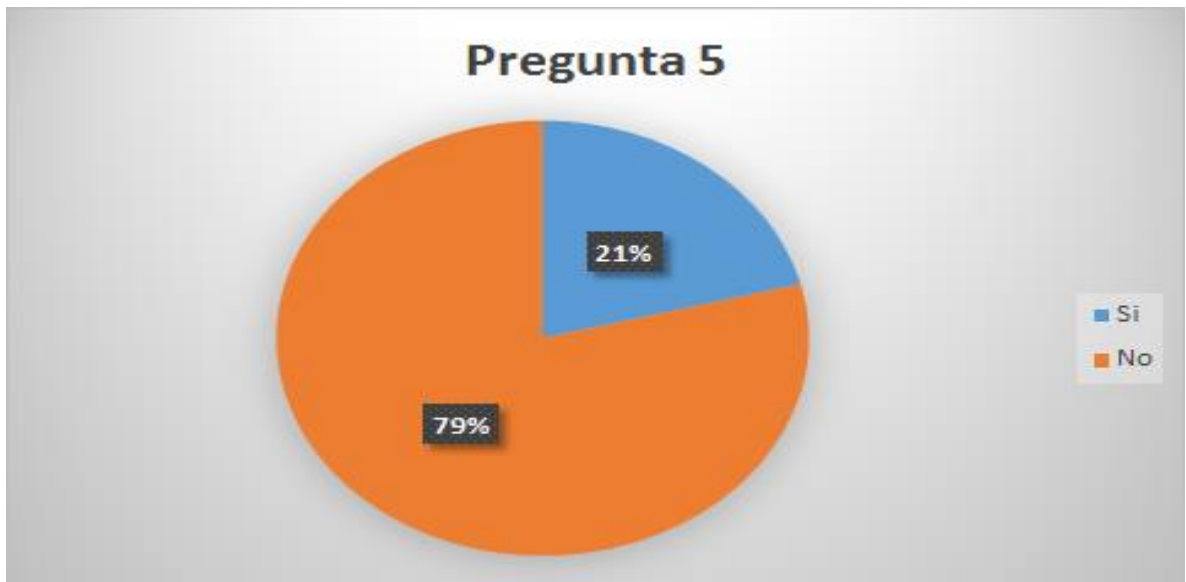
Dentro de las empresas encuestadas se evidencia que no hay un nivel alto de estudio donde un 36% tienen estudios técnicos vs un 20% son profesionales

- Pregunta 5. ¿Realizó algún estudio de mercado antes de iniciar?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	61	21%
No	231	79%
TOTAL	292	100%

Tabla 5. Tabulación de la pregunta No.5 de la encuesta aplicada a microempresarios.

Gráfica 5. Representación pregunta No.5



Fuente: Encuesta aplicada a microempresarios.

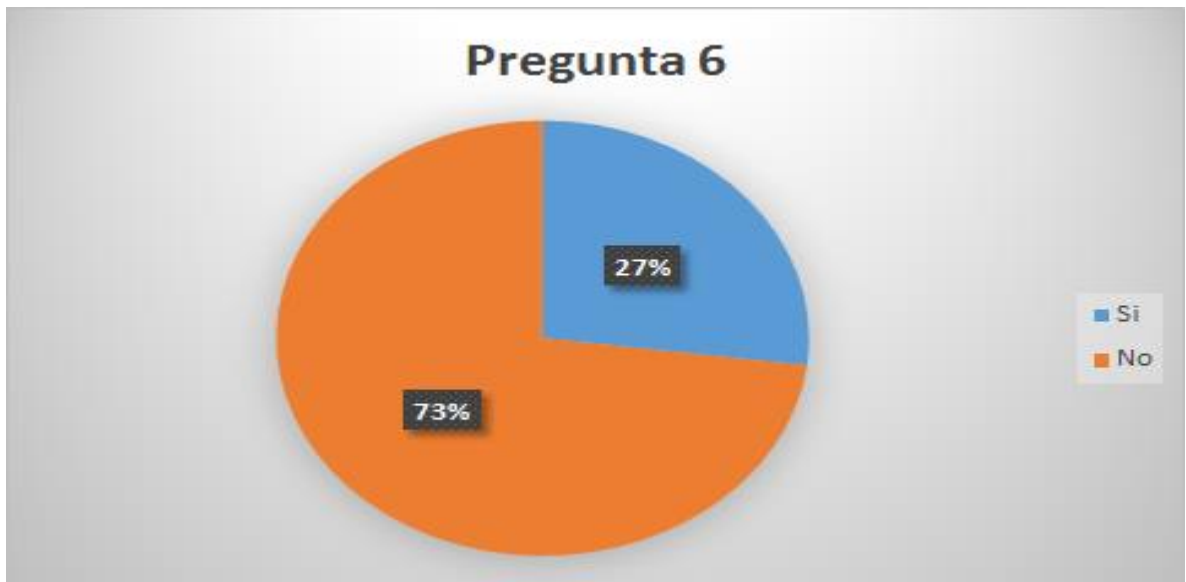
Se evidencia que un 79% de las empresas encuestadas no hicieron estudio de mercado

- Pregunta 6. ¿Conoce las ayudas que ofrece el gobierno?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	79	27%
No	213	73%
TOTAL	292	100%

Tabla 6. Tabulación de la pregunta No.6 de la encuesta aplicada a microempresarios.

Gráfica 6. Representación pregunta No.6



Fuente: Encuesta aplicada a microempresarios.

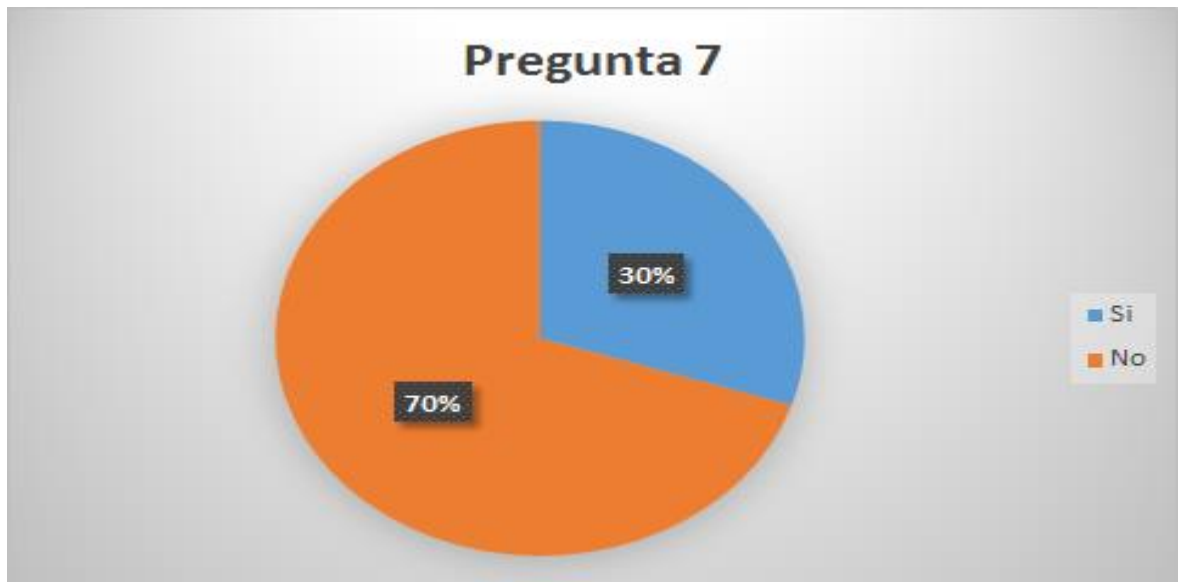
Un 73% de las empresas encuestadas desconocen las ayudas que ofrece el gobierno

- Pregunta 7. ¿Ha tenido periodos de iliquidez?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	89	30%
No	203	70%
TOTAL	292	100%

Tabla 7. Tabulación de la pregunta No.7 de la encuesta aplicada a microempresarios.

Gráfica 7. Representación pregunta No.7



Fuente: Encuesta aplicada a microempresarios.

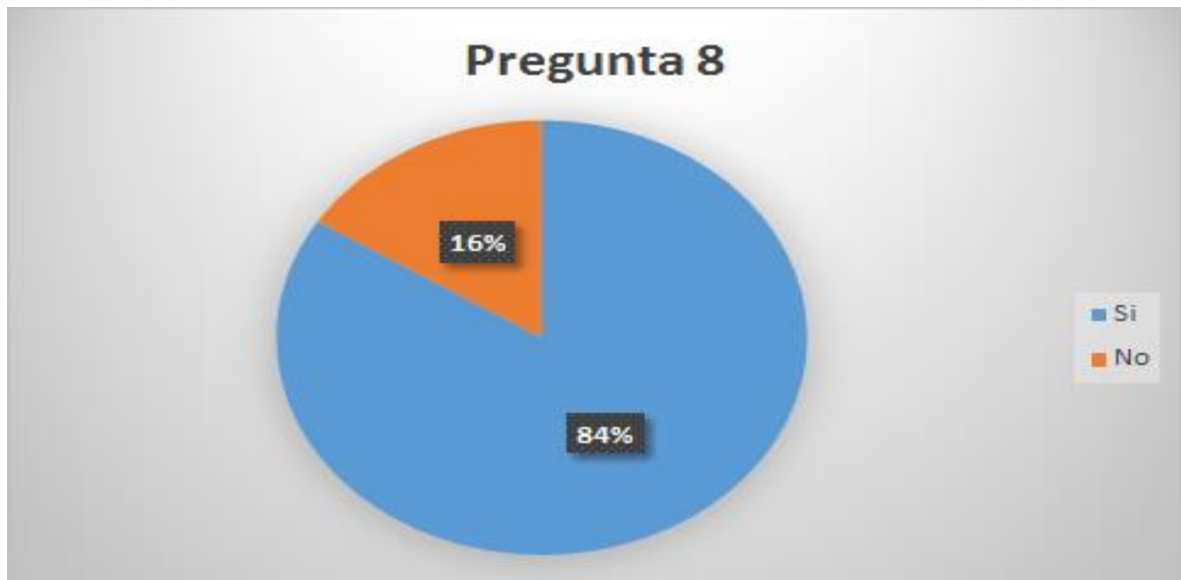
A pesar de no tener un nivel alto de estudio alto y haber realizado un estudio de mercado en las empresas encuestadas un 70% no ha tenido periodos de iliquidez

- Pregunta 8. ¿Lleva contabilidad en su empresa?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	245	84%
No	47	16%
TOTAL	292	100%

Tabla 8. Tabulación de la pregunta No.8 de la encuesta aplicada a microempresarios.

Gráfica 8. Representación pregunta No.8



Fuente: Encuesta aplicada a microempresarios.

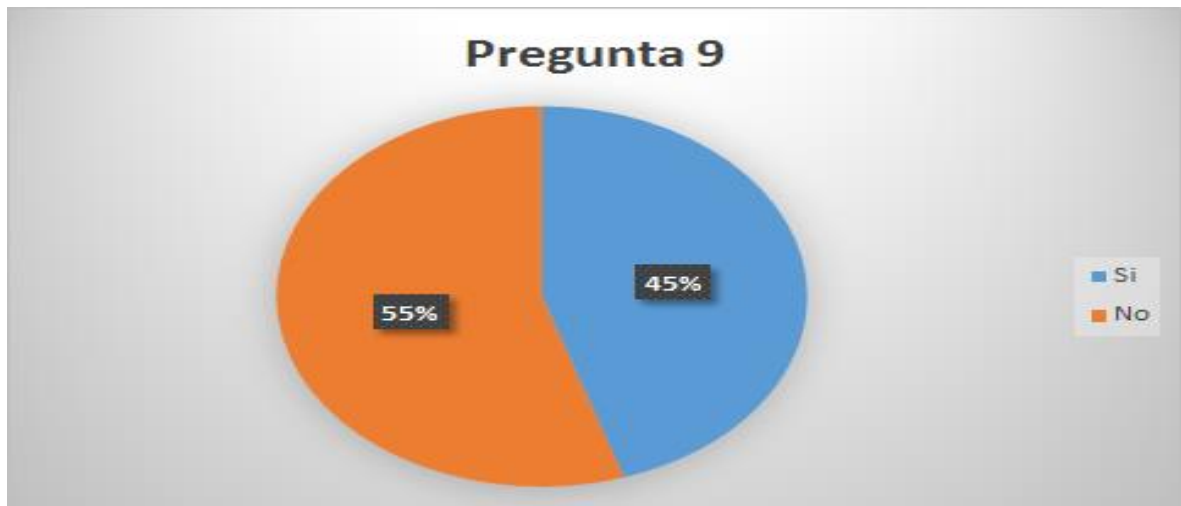
Se evidencia entre las empresas encuestadas que en su mayoría llevan contabilidad con un porcentaje de 84%

- Pregunta 9. ¿Ha solicitado créditos bancarios?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	131	45%
No	161	55%
TOTAL	292	100%

Tabla 9. Tabulación de la pregunta No.9 de la encuesta aplicada a microempresarios.

Gráfica 9. Representación pregunta No.9



Fuente: Encuesta aplicada a microempresarios.

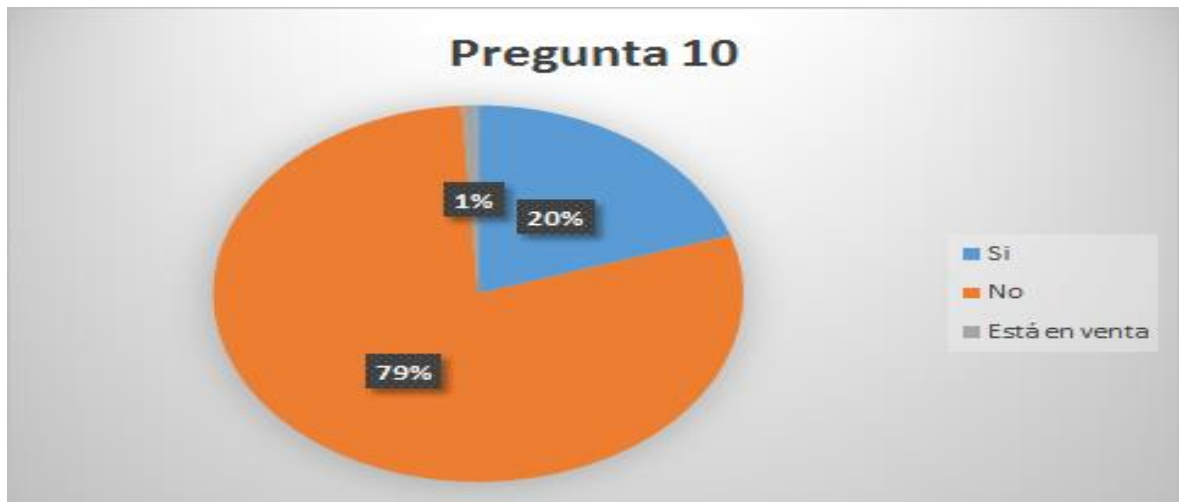
Donde un 55% de las empresas encuestadas han solicitado créditos bancarios

- Pregunta 10. ¿Ha pensado en cerrar o vender su empresa?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	57	20%
No	231	79%
Está en venta	4	1%
TOTAL	292	100%

Tabla 10. Tabulación de la pregunta No.10 de la encuesta aplicada a microempresarios.

Gráfica 10. Representación pregunta No.10



Fuente: Encuesta aplicada a microempresarios.

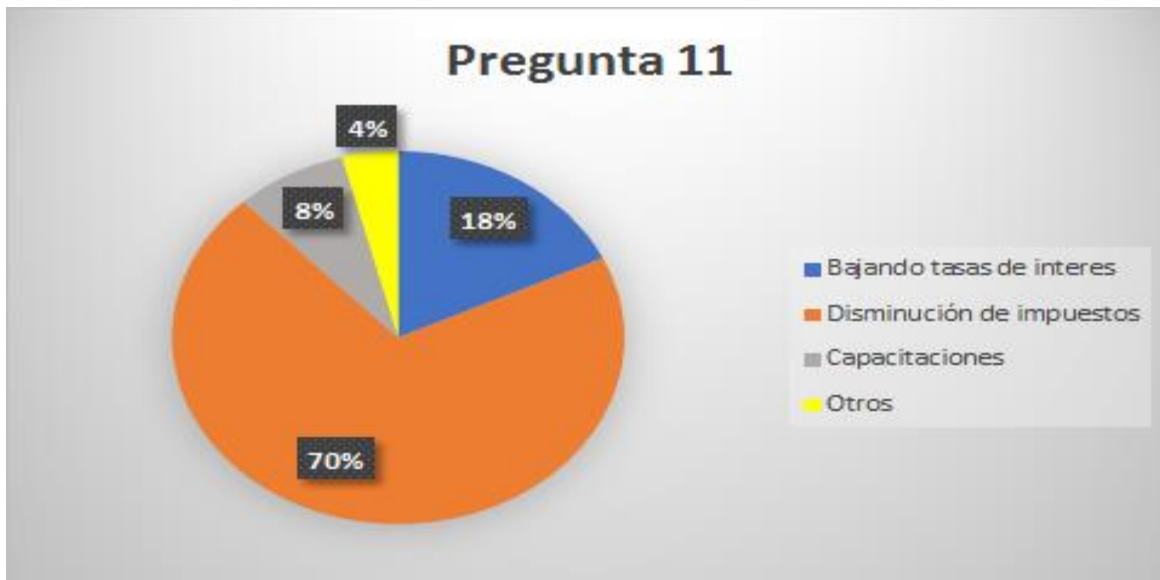
Solo un 20% de las empresas encuestadas han pensado en algún momento en cerrar su empresa.

- Pregunta 11. ¿Cómo cree que el gobierno puede ayudarle?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bajando tasas de interés	52	18%
Disminución de impuestos	205	70%
Capacitaciones	22	8%
Otros	13	4%
TOTAL	292	100%

Tabla 11. Tabulación de la pregunta No.11 de la encuesta aplicada a microempresarios.

Gráfica 11. Representación pregunta No.11



Fuente: Encuesta aplicada a microempresarios.

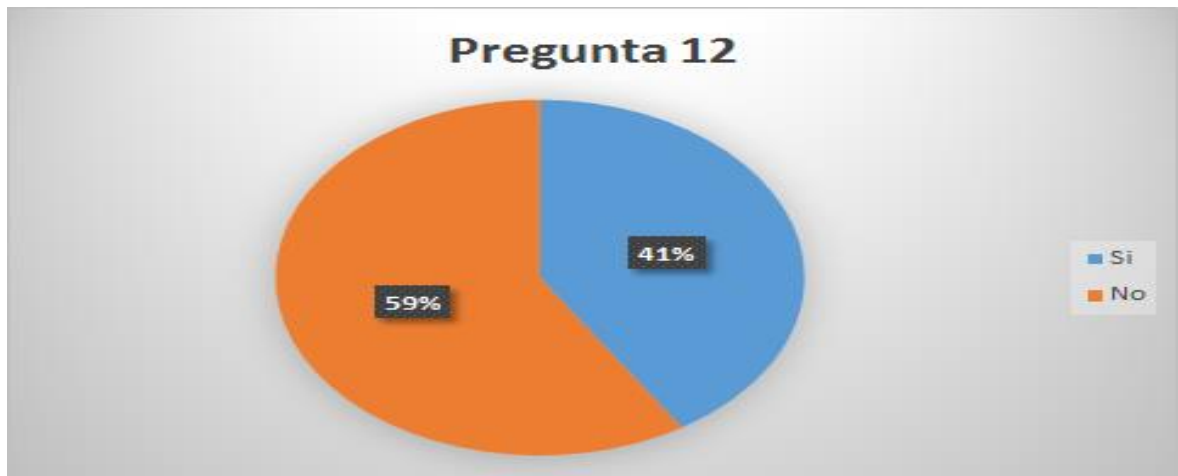
Hay una clara inclinación donde un 70% de las empresas encuestadas cree que la mejor forma de que el gobierno los ayude es disminuyendo impuestos

- Pregunta 12. ¿Maneja estrategias de mercado?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	120	41%
No	172	59%
TOTAL	292	100%

Tabla 12. Tabulación de la pregunta No.12 de la encuesta aplicada a microempresarios.

Gráfica 12. Representación pregunta No.12



Fuente: Encuesta aplicada a microempresarios.

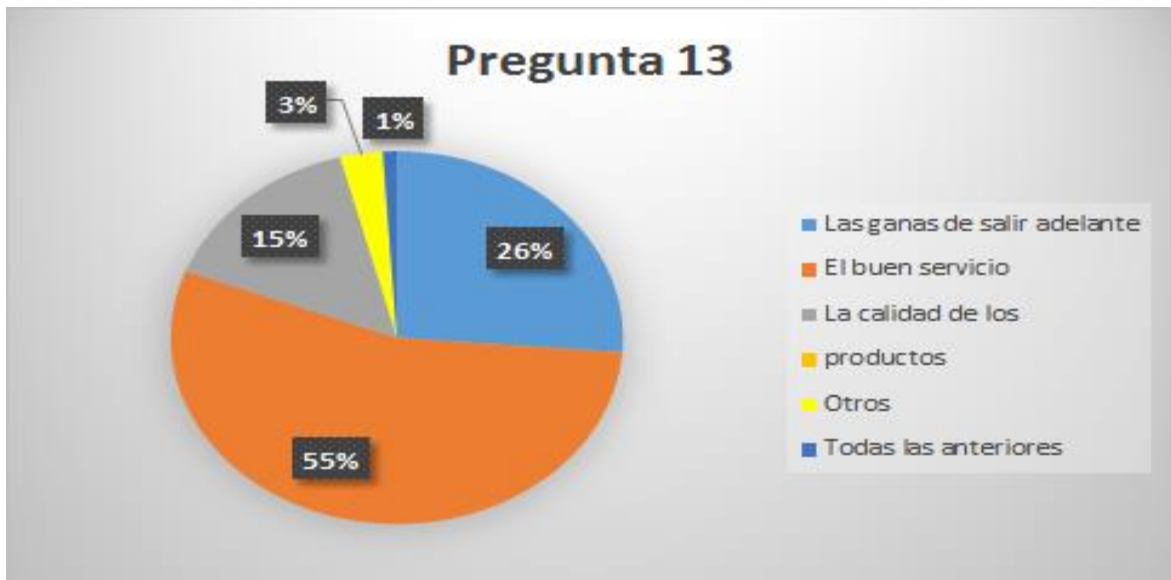
Menos de la mitad de las empresas encuestadas llevan estrategias de mercado

- Pregunta 13. ¿Qué cree usted que como empresario es lo que le ha ayudado a permanecer en el mercado a pesar de las dificultades?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Las ganas de salir adelante	77	26%
El buen servicio	159	54%
La calidad de los productos	44	15%
Otros	9	3%
Todas las anteriores	3	1%
TOTAL	292	100%

Tabla 13. Tabulación de la pregunta No.13 de la encuesta aplicada a microempresarios.

Gráfica 13. Representación pregunta No.13



Fuente: Encuesta aplicada a microempresarios.

Entre las empresas encuestadas un 54% coinciden en que el buen servicio es lo que los ha ayudado a mantenerse en el mercado

## 6 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

De acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada a microempresas del sector servicios en Bucaramanga se ha determinado el siguiente análisis:

La perdurabilidad tiene varios significados, en su mayoría apuntan a mantenerse en el tiempo, lo que sugiere que una empresa es perdurable cuando dura en el tiempo desempeñándose de forma positiva en varios aspectos, según la encuesta aplicada y enfocándonos en las preguntas 1, 2 y 3, menos de la mitad de las empresas encuestadas tienen un periodo de existencia entre 5 y 10 años con un porcentaje del 41%, mientras que un 28.5% lleva en el mercado de 3 a 5 años; donde el 73% de las empresas encuestadas han sido los creadores de la misma; y un 72% han tenido un único propietario, La literatura no especifica cuántos años debe tener una empresa para que se considere perdurable, según estudios efectuados concluye que las grandes compañías del país tienen una vida promedio de 18 años y las pymes de 12 años, por lo que se podría decir que no hay longevidad en este tipo de empresas donde menos de la mitad llevan un periodo de vida de 5 a 10 años.

Según lo expresado por *Montuori* (2000) muestra que para que las empresas sean perdurables, deben tener predisposición para el cambio en entornos cargados de turbulencias, propender por el aprendizaje organizacional, el cambio tecnológico y el liderazgo de sus directivos, según la encuesta realizada se evidencia que en este tipo de empresa no hay un nivel de estudios altos en sus directivos; basándonos en la pregunta 4 solo el 20% son profesionales y un 36% son técnicos y teniendo en cuenta que solo un 21% de los empresarios encuestados han realizado un estudio de mercados, y según la pregunta 5 se presume que no tienen el conocimiento necesario para un desarrollo efectivo de su negocio, al no tener el conocimiento necesario que les permitan tomar decisiones y acciones comparando a lo que dice *Bhide* (2000) que un directivo debe ser un líder con capacidad para decidir rápida y eficazmente y tener un ingenio tácito que le permita aprovechar las oportunidades que se le presentan, lo cual le demanda una preparación adecuada según el entorno donde se desempeña para poder ser competitivo; de igual forma se evidencia un alto desconocimiento sobre las ayudas que ofrece el gobierno donde un 73% de los empresarios encuestados responde de forma negativa a esta pregunta.

Según la academia las cifras financieras que arroja una empresa son el reflejo económico de todo un conjunto de variables y decisiones que se presentan en las diferentes áreas de la organización y de su relación y forma de interacción con el entorno y con el sector estratégico del cual hace parte, basándonos en la pregunta 7 se evidencia que el 30% de empresarios ha tenido un periodo de iliquidez lo que nos demuestra que más de la mitad de los encuestados han sido solventes, pero no se puede suponer si esto las hará perdurables ya que de se deben tener en cuenta el resto aspectos que influyen.

A pesar de que el resultado de la encuesta aplicada arroja que el nivel de estudio de los empresarios no es alto, lo cual nos hace suponer que no tienen el conocimiento necesario sobre el manejo financiero que una empresa debe tener, el 84% de los empresarios encuestados lleva contabilidad en su empresa según la pregunta 8, lo cual nos permite creer que han ido aprendiendo de forma empírica.

En la pregunta 9 con un porcentaje del 45%, menos de la mitad de los encuestados han solicitado un crédito bancario, según los estudios de la perdurabilidad nos señala que un aspecto de la misma es la capacidad de endeudamiento, por lo que se presume que las empresas no tienen la suficiente capacidad de decisión para asumir riesgos. Para que una empresa crezca requiere de inversión y del conocimiento necesario para saber cuándo deben y en qué invertir. En ocasiones esto requiere de apoyo de las diferentes entidades bancarias, lo que permite suponer que prefieren quedarse como están sin buscar nuevas opciones.

En la pregunta 10 el 20% de los empresarios encuestados han pensado cerrar o vender su empresa, lo que nos permite creer que a pesar de los diferentes obstáculos que han enfrentado siguen luchando por sostener su negocio.

Según la pregunta 11 se puede entender que los empresarios en el momento de crear o abrir sus empresas desconocen las obligaciones gubernamentales o inclusive los auxilios y/o ayudas que el gobierno pueda darles teniendo en cuenta que un 70% de los empresarios encuestados coinciden en que la mejor ayuda por parte del gobierno es disminuyendo impuestos.

Según la encuesta aplicada el 41% de los empresarios encuestados maneja estrategias de mercado comparado con un 59% que no; basándonos en las bases teóricas según el estudio se logra identificar factores de perdurabilidad que se relacionan con: la predisposición para acción, acercamiento al cliente, productividad

por parte de los empleados y especialización del servicio, logramos identificar que este tipo de empresarios logran un acercamiento con los clientes, donde un 54% de los empresarios encuestados cree que el buen servicio hace parte de su permanencia en el mercado, manteniendo un contacto muy cercano con sus clientes.

## 7 CONCLUSIONES

La perdurabilidad de las empresas en el tiempo, es un tema de preocupación para el gobierno, las empresas y la academia (Rivera, 2012) sin que hasta el momento se haya podido dar respuesta al fenómeno del por qué unas empresas perduran y otras fracasan en el tiempo.

Las microempresas son entidades que mueren rápidamente por falta de conocimiento del mercado, control de inventarios, contabilidad y finanzas, innovación tecnológica entre otras causas que comúnmente les impide su perdurabilidad en el mercado haciendo que estas tengan un rápido declive.

Como resultado de la investigación es posible concluir que los empresarios se preocupan porque sus empresas perduren en el tiempo pese a las dificultades que se tienen que enfrentar como lo son: bajo conocimiento de las ayudas y beneficios que ofrece el gobierno, fuentes de financiamiento o apalancamiento con entidades privadas, estudios de mercados y niveles tecnológicos para su desarrollo empresarial, capacitación o educación superior.

Entre todas estas dificultades que deben afrontar mediante la investigación se identificó que los empresarios en su mayoría son creadores de sus empresas y han sido únicos dueños y que estas empresas tienen una probabilidad de duración entre 5 y 10 años, es posible que esto se deba a que las microempresas, casi nunca pasan a la siguiente generación ya sea porque desde un principio no se han conectado con el negocio familiar ni se les insita a ser parte del mismo o generalmente hay cierta desconfianza a las sociedades familiares.

Un 70% de las empresas encuestadas creen que la disminución de impuestos es la mejor manera que el gobierno los puede ayudar, lo cual permite suponer que no existe total claridad sobre las obligaciones gubernamentales que adquieren en el momento de formar una empresa, es importante que aquellos que buscan crear empresa se preocupen por conocer sobre las ayudas que otorga el gobierno o los diferentes beneficios a los cuales pueden acceder según el tipo de negocio a través de las diferentes entidades, este tipo empresarios prefiere que la información llegue a ellos, hasta su lugar de trabajo en lugar de estar informados, esto teniendo en cuenta que son negocios pequeños y evitan cerrar o dejarlo con un tercero.

Se evidencia un bajo nivel de educación donde más de la mitad de los encuestados no realizaron estudio de mercado al momento de abrir su negocio, por lo que en el

momento de poner en marcha una empresa pueden haber falencias al no tener una certeza de que les va a funcionar o era el lugar correcto para instalarse.

A pesar de que los propietarios de este tipo de empresas tienen un nivel intermedio de estudio, siendo en su mayoría técnicos, se han preocupado por llevar un orden en sus finanzas, llevando contabilidad de sus empresas, de igual forma se evidencia que a pesar de que un gran porcentaje de los empresarios encuestados dijeron que no han tenido periodos de iliquidez, más de la mitad están endeudados o lo estuvieron en algún momento, por lo que se puede entender que no tienen una total solvencia al requerir financiamiento adicional para sostenerse, pero a pesar de los diferentes obstáculos, de requerir financiamiento, de necesitar más conocimiento sobre cómo llevar una empresa tal vez inclusive en algunos casos de no ser competitivos, solo un 20% de las empresas encuestadas han pensado en cerrar o vender.

Con un 54 % las empresas encuestadas creen que es el buen servicio al cliente lo que les ha permitido permanecer en el mercado a pesar de las dificultades, según la academia uno de los aspectos fundamentales para que una empresa perdure en el tiempo es la satisfacción del cliente, entendiendo de esta forma que solos clientes quienes dan continuidad a un negocio ya que sin estos no es posible sostenerse.

## 8 RECOMENDACIONES

Una vez finalizado el estudio sobre la perdurabilidad de las microempresas del sector servicio encontramos dos puntos de vista lo que los empresarios necesitan y lo que el gobierno ofrece, es por esto que las recomendaciones van enfocadas de forma independiente:

Según lo expresado por *Montuori* (2000) muestra que para que las empresas sean perdurables, deben tener predisposición para el cambio en entornos cargados de turbulencias, propender por el aprendizaje organizacional, el cambio tecnológico y el liderazgo de sus directivos, es por esto que invitamos a todos aquellos que están pensando en abrir o concretar una idea de negocio a considerar realizar cada uno de los estudios que intervienen en un estudio de factibilidad tales como: El estudio de mercados, técnico, financiero, administrativo entre otros, lo cual les permitirá tener una idea clara sobre si el negocio o idea que tienen pensado abrir es el indicado según el sector seleccionado o inclusive realizar los cambios pertinentes basados en la demanda.

Es importante antes de crear empresa tener claro todos los aspectos que inciden en el desarrollo de la misma, fuentes de financiación, tener claro qué es lo diferenciador de mi producto versus lo que ofrece la competencia, el preocuparse por tener el conocimiento suficiente para tomar toda clase de decisiones, que proyecciones se tienen, hasta donde quiero que mi empresa llegue. Sería importante hacerse algunas preguntas como ¿conozco el mercado en el cual se desarrolla mi producto o servicio? ¿Sé que tasas de intereses se están manejando en el mercado?

A los diferentes entes gubernamentales que intervienen en este tipo de procesos es importante asegurarse de que la información llegue a quienes está dirigida, garantizar que los empresarios tengan todo el conocimiento necesario, lo cual se puede realizar a través de campañas de consultorías por zonas, buscando garantizar la permanencia de los diferentes negocios de este sector y disminuyendo los niveles de deserción, antes de dar un aval para que el futuro empresario se registre para realizar una actividad económica es importante cerciorarse de que los solicitantes tengan el conocimiento necesario de todos los gastos que conlleva la apertura del negocio y de igual forma también tengan el conocimiento de las diferentes ayudas gubernamentales que pueden acogerse.

En el presente estudio se tuvo en cuenta la opinión de empresarios cuya microempresa aún está activa, por lo que se recomienda estudiar a aquellos que ya han-dejado atrás su idea de negocio, de esta forma identificar cuáles han sido los factores que los llevaron a dar por finalizada su actividad, y así complementar los factores que inciden en la perdurabilidad, con el propósito de apoyar tanto a aquellos que están en la tarea de crear empresa como a quienes ya están llevando a cabo su idea de negocio, y así aportar para que este tipo de empresas tengan perdurabilidad en el tiempo.

## BIBLIOGRAFÍA

ARENAS CARDONA, Henry Antonio, BALVIN, Daniela Rico. La empresa familiar, el protocolo y la sucesión familiar, páginas: 28,29. (2014).

ALCADIA DE BUCARAMANGA. Ciudad. Datos Generales. Disponible en: <http://www.bucaramanga.gov.co/>

CONTRERAS TORRES, Françoise Venecia, CASTRO RIOS, Guido Angello Liderazgo, poder y movilización organizacional, (2013).

CADENA JAVIER, Guzmán Alexander, Rivera Hugo Alberto, ¿Es posible medir la perdurabilidad empresarial?, En: Revista científica de UCES, vol. X No.1.

Cardona Acevedo, M. y Gano Gamboa, C.A.: "Dinámica industrial, crecimiento económico y Pymes" en Observatorio de la Economía Latinoamericana 50, octubre 2005 Texto completo citado el 9 de diciembre de 2015. Disponible en [www.eumed.net/cursecon/ecolat/co/](http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/co/)

Castro Rodríguez Lady Marcela. MODELO DE PROCESO FORMATIVO "MEPIME" Y LAS NECESIDADES EN EL CONOCIMIENTO MATEMÁTICO DE LOS EMPRESARIOS EN SANTANDER, Trabajo de grado. Lima Perú, 2016 UNIVERSIDAD PRIVADA DE NORBERT WIENER, Escuela de Posgrado.

Estudios Latinoamericanos. Investigador-docente de la Universidad Autónoma del Caribe (Colombia). Perdurabilidad empresarial Anotaciones teóricas (2012).

HERNÁNDEZ SAMPIERI Roberto, FERNÁNDEZ COLLADO Carlos, BAPTISTA LUCIO María del pilar, Metodología de la investigación quinta edición, Disponible en [https://www.academia.edu/6399195/Metodologia\\_de\\_la\\_investigacion\\_5ta\\_Edicion\\_Sampieri](https://www.academia.edu/6399195/Metodologia_de_la_investigacion_5ta_Edicion_Sampieri).

Jesús Antonio Poveda J. Consultor de Estrategia Empresarial y Mercadeo, Disponible en: <http://journal.ean.edu.co/index.php/plou/article/view/1321/1282>, Citado el 17 de Julio de 2016.

Moreno, G. (2014). Cultura, alineamiento y perdurabilidad empresarial. Activos 23, 183-195

Disponible en:

<http://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/activos/article/view/2805/2701>,

Citado el 17 de Julio de 2016.

Nuevas empresas Pymes y grandes en Santander, Citado el 3 de agosto de 2015 disponible en:

<http://www.camaradirecta.com/temas/indicadoresantander/indicadores/nuecon2014.htm>

PROYECCIONES DE POBLACIÓN MUNICIPAL POR ÁREA. Información estadística. Disponible en:

<http://www.dane.gov.co/.../poblacion/.../MProyeccionesMunicipales>

RIVERA RODRIGUEZ, H. A. Perdurabilidad empresarial: concepto, estudios, hallazgos. Cuadernos de Administración, páginas 28 - 47, 103-113, (2012).

SANABRIA, M., SAAVEDRA Mayorga, J. J., & Smida, A. La construcción de sentido de los investigadores en gestión en Colombia acerca de su campo de conocimiento. Innovar, páginas: 24 - 54, 7-25. (2014).

SANABRIA LANDAZÁBAL, Néstor, Sociólogo, Universidad Autónoma Metropolitana (Colombia), magíster en Economía y Política Internacional, Dr.

TOCA TORRES, Claudia Eugenia (2011). Perspectiva para el estudio de la realidad y la perdurabilidad de las organizaciones. Páginas: 38 - 45.

Trujillo, María Andrea; Vélez Bedoya, Rodrigo Responsabilidad ambiental como estrategia para la perdurabilidad empresarial Universidad & Empresa, vol. 5, núm. 10, junio, 2006, pp. 291-308.

Anexo A: CUESTIONARIO ENTREVISTA EMPRESARIOS

## ANEXO A: ENCUESTA

**Objetivo:** determinar los factores que inciden en la perdurabilidad de las microempresas del sector servicio en Bucaramanga.

### Instrucciones

Por favor responda a las preguntas presentadas a continuación. Para cada pregunta elija solo una opción.

1. **¿Cuántos años lleva la empresa en el mercado?**
  - a. 0 a 1 año.
  - b. 1 a 3 años.
  - c. 3 a 5 años.
  - d. 5 a 10 años.
  
2. **¿Es usted el creador de la empresa?**
  - a. Si.
  - b. No.
  
3. **¿Ha sido el único dueño?**
  - a. Si.
  - b. No.
  
4. **¿Cuál es su nivel de estudios?**
  - a. Primaria.
  - b. Bachillerato.
  - c. Técnico.
  - d. Profesional.
  - e. Especialista.
  
5. **¿Realizó algún estudio de mercados antes de iniciar con su empresa?**  
(el estudio de mercado es un análisis con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica).
  - a. si.
  - b. No.
  
6. **¿Conoce las ayudas que ofrece el gobierno?**
  - a. Si.

b. No.

**7. ¿Ha tenido periodos de iliquidez?** (no tener capacidad económica para satisfacer sus obligaciones de corto plazo)

a. Si.

b. No.

**8. ¿Lleva contabilidad de su empresa?**

a. Si.

b. No.

**9. ¿Ha solicitado créditos bancarios?**

a. Si.

b. No.

**10. ¿Ha pensado en cerrar o vender su empresa?**

a. Si.

b. No.

c. Está en venta.

**11. ¿Cómo cree que el gobierno puede ayudarle?**

a. Bajando las tasas de intereses.

b. Disminución de impuestos.

c. Capacitaciones.

d. Otros.

**12. ¿Maneja estrategias de mercado?** (Promociones, eventos, obsequios).

a. Si.

b. No.

**13. ¿Qué cree usted que como empresario es lo que le ha ayudado a permanecer en el mercado a pesar de las dificultades?**

a. Las ganas de salir adelante.

b. El buen servicio.

c. La calidad de los productos.

d. Otro

## ANEXO B: FORMATO DE FICHA DE FUENTES SECUNDARIAS

REALIDAD SOBRE LA PERDURABILIDAD DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO EN BUCARAMANGA		
VARIABLES	DIMENSIONES	Palabras Claves de búsqueda
Perdurabilidad	Mediante este trabajo indagamos cuál es la realidad de las microempresas en Santander y por qué no perduran en el tiempo; que papel cumple en su comportamiento estratégico y el desempeño el desempeño financiero.	Microempresa, perdurabilidad, Longevidad.
Título documento – referencia	Nombre autor(es)	
Perdurabilidad empresarial: concepto, estudios, hallazgos. <i>Cuadernos de Administración, 28(47), 103-113.</i>	Hugo Alberto Rivera Rodríguez	
Editorial	Dirección URL	
Universidad del rosario		
País	Fecha publicación	Fecha de consulta
Colombia	Fecha de recepción: 05/03/2012 Fecha de corrección: 03/04/2012 Fecha de aprobación: 20/05/2012	22/08/2016
Variable o dimensión apoyada	Ubicación de la fuente en el cuerpo del trabajo	
<p>Ideas principales:</p> <p>El interés del presente trabajo es explorar la verdadera política de perdurabilidad, aunque ciertamente no hay una escrita debemos indagar el comportamiento que tienen otras empresas para aplicar esas políticas al sector de las microempresas, Por todos los motivos expresados es que se justifica la investigación del presente trabajo que como resultado arrojará una información facilitando el aprendizaje, clave para reconocer las falencias de los negocios.</p>		