

CAUSAS DEL CIERRE DE LAS MICROEMPRESAS DE LA CIUDAD DE  
PALMIRA (VALLE DEL CAUCA) EN EL PERÍODO 2010 – 2014

LUZ ELIANA JORDAN CAICEDO  
JAVIER MAURICIO PALACIOS MARÍN

UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE PALMIRA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
PALMIRA  
2015

CAUSAS DEL CIERRE DE LAS MICROEMPRESAS EN LA CIUDAD DE  
PALMIRA (VALLE DEL CAUCA) EN EL PERIODO 2010 – 2014

LUZ ELIANA JORDAN CAICEDO  
JAVIER MAURICIO PALACIOS MARÍN

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:  
Administradores de Empresas

DIRECTOR:  
VICTOR HUGO LEAL LONDOÑO

UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE PALMIRA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
PALMIRA  
2015

## NOTA DE ACEPTACIÓN

---

Coordinador del Programa

Presidente Jurado

---

Jurado

---

Jurado

## **DEDICATORIA**

*Dedicamos este trabajo de grado a Dios por darnos la oportunidad de vivir, por habernos permitido llegar hasta este punto y por estar con nosotros en cada paso que damos.*

*A nuestros padres por ser el pilar fundamental en nuestras vidas, por su incondicional apoyo y respaldo a través del tiempo, por su amor y por depositar su confianza entera en cada uno de nuestros proyectos emprendidos*

*Luz Eliana Jordan Caicedo  
Javier Mauricio Palacios Marín*

## **AGRADECIMIENTOS**

A nuestro director de trabajo de grado el profesor Víctor Hugo Leal Londoño, por su apoyo incondicional, dedicación, y con su esmero nos ayudó a culminar satisfactoriamente este proceso, nuestros más sinceros agradecimientos.

A nuestros maestros de la Alma Máter, gracias por transmitir su conocimiento y experiencia necesaria para ser profesionales integrales

A todos los microempresarios que nos ayudaron en el desarrollo del trabajo de campo y todas las personas que directa o indirectamente nos ayudaron en el proceso de esta investigación.

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	3
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	4
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	6
1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	6
2. JUSTIFICACIÓN	8
2.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	8
2.2 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA	13
2.3 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA	14
2.4 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA	15
2.5 JUSTIFICACIÓN INSTITUCIONAL	16
3. OBJETIVOS	17
3.1 OBJETIVO GENERAL	17
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	17
4. MARCO DE REFERENCIA	19
4.1 ANTECEDENTES	19
4.2 MARCO TEORICO	26
4.3 MARCO CONTEXTUAL	32
4.4 MARCO CONCEPTUAL	34
4.4.1 Entorno Organizacional	34
4.4.2 Cierre Empresarial	37
4.4.3 Problemática Empresarial	38
4.4.4 Actividad empresarial	38
4.5 MARCO LEGAL	39
5. METODOLOGÍA	40
5.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	40
5.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN	40

5.3 FASES DE LA INVESTIGACIÓN	40
5.3.1 Fase 1	41
5.3.2 Fase 2	41
5.3.3 Fase 3	41
5.3.4 Fase 4	42
5.4 POBLACIÓN	42
5.5 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA	42
5.6 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	44
5.7 DESCRIPCIÓN DEL INSTRUMENTO A UTILIZAR	44
5.8 LIMITACIONES DEL ESTUDIO	45
6. ANALISIS DE LOS RESULTADOS	47
6.1 PERFIL DEL MICROEMPRESARIO QUE CANCELÓ MATRICULA MERCANTIL	47
6.2 MOTIVOS QUE ORIGINARON LA CREACIÓN DE MICROEMPRESAS	53
6.2.1 Tener una fuente de ingresos para sobrevivir	53
6.2.2 Pérdida del empleo	53
6.2.3 Emprendimiento por pasión	54
6.2.4 Para tener una ocupación	54
6.2.5 Otras razones	54
6.3 DESEMPEÑO DE LAS MICROEMPRESAS EN SUS INICIOS SEGÚN LOS MICROEMPRESARIOS	56
6.4 MOTIVOS QUE ORIGINAN EL CIERRE DE LAS MICROEMPRESAS EN LA CIUDAD DE PALMIRA	57
6.4.1 Administrativos	57
6.4.2 Financieros	62
6.4.3 Marketing	65
6.4.4 Factores Externos	70
6.4.5 Otros Factores	73
7. ESTUDIO DE CASOS	76

7.1 CASO 1: “Creando un negocio por no quedarse quieto”	76
7.2 CASO 2: “Cambio del mercado”	78
7.3 CASO 3: “Extorsión”	80
8. VERIFICACIÓN DE OBJETIVOS	82
9. CONCLUSIONES	84
10. BIBLIOGRAFÍA	86
11. ANEXOS	89

## LISTA DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
Tabla 1. Sectores con mayor participación en Palmira 2008 - 2009	10
Tabla 2. Número de empresas por actividad económica y su crecimiento 2008 – 2009 en Palmira	11
Tabla 3. Lugar donde realiza su trabajo la población ocupada como independiente Red Unidos en Palmira	12

## LISTA DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
Figura 1. Lugar de residencia actual del microempresario	48
Figura 2. Sexo y Rango de edad	49
Figura 3. Estado Civil	50
Figura 4. Nivel Educativo	51
Figura 5. Motivación para iniciar la microempresa	55
Figura 6: Causas Administrativas	58
Figura 7: Causas financieras	63
Figura 8: Causas de Marketing	67
Figura 9: Causas externas	71
Figura 10: Otras causas	73
Figura 11: Causas de cierre de las microempresas en la ciudad de Palmira	82

## LISTA DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
ANEXO A: Cuestionario aplicado en la entrevista al microempresario palmirano .90	
ANEXO B: Listado de microempresas a entrevistar de la ciudad de Palmira .....92	

## **RESUMEN**

La presente investigación muestra las diferentes causas del cierre de las microempresas en la ciudad de Palmira, entre los años 2010-2014, el estudio se realizó con información suministrada por la Cámara de Comercio de esta ciudad como principal fuente, de ahí en adelante se estudian diferentes autores que dan diferentes perspectivas sobre el tema y que permiten abordarlo desde diferentes aspectos, con el fin de permitir un análisis integral y lo más acertado posible. La herramienta de recolección de información fue una entrevista semiestructurada, la veracidad de la investigación dependió en gran parte de la estructuración del cuestionario como tal y también de que la información que el microempresario brinda sea real, de lo contrario el estudio puede verse sesgado en cuanto a conclusiones a causa de esto.

Finalmente de todas las teorías y demás información desarrollada por elaboración propia se utilizaron en conjunto para la identificación y clasificación de las diferentes causas que influyeron en el cierre de las microempresas de la ciudad de Palmira.

Palabras Claves: Microempresas, Factores de cierre.

## **ABSTRACT**

This investigation has for purpose finding the different causes of microenterprise closure in the city of Palmira in the period 2010 - 2014, this study is realized with information received from the Palmira's Chamber of Commerce as main fountain, from there, the document provides different authors who have studied the subject with all kind of perspectives, this allows to make the study more complex and also makes possible to realize a better analysis of the information collected, the instrument for collecting this information is the interview, a semi structured interview, the accuracy of this study is related to the level of honesty that the microentrepreneur gives to the investigation, any other way, the conclusions the study might have can be compromised and wrong if the information collected is not the real information.

Finally, from all the theories and other information developed will be used together for identifying and classifying of the different causes that influences on microenterprise closure in the city of Palmira.

**Keywords:** Microenterprise, closing Factors

## INTRODUCCIÓN

La investigación de las causas del cierre de las microempresas en la ciudad de Palmira en el período 2010 – 2014 pretende, mediante una información recopilada y un análisis del comportamiento de las microempresas en la ciudad, determinar los factores puntuales que afectan la sostenibilidad de éstas en su accionar.

La determinación de todos los obstáculos, amenazas, inconvenientes, etc. supone un punto crítico de análisis por parte del microempresario, bien sea que éste sea dueño de una microempresa que esté activa actualmente, o bien, que planea emprender con una nueva idea de negocio. Esta información es importante en la medida que al ser del conocimiento de los microempresarios permitirá un menor fracaso de las microempresas de la ciudad

El propósito de indagar sobre este tema, nace al leer la situación actual de las microempresas en el anuario de la cámara de comercio, en el cual se encuentra un nivel de cierre microempresarial elevado, ascendiendo a más del 25% de la totalidad de éstas en un período de tan solo cuatro años, factor que motiva al desarrollo de esta investigación. Para poder llevar a cabo entonces este estudio es necesario apoyarse en documentación realizada al respecto, por ello es que el principal insumo de información es tomado directamente de la cámara de comercio de Palmira que es el ente que tiene acceso a la información de todas las microempresas en cuanto a su formalización y cierre se refiere.

La obtención de la información idónea por parte de los microempresarios se realiza mediante la aplicación de una entrevista semiestructurada, puesto que permite que el microempresario, bajo unos parámetros y preguntas específicas, pueda expresarse libremente, entregando así la información importante y real del porqué tuvo que cerrar su microempresa.

# 1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

## 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Según la Corporación para el Desarrollo de las Microempresas en Colombia y el Observatorio Colombiano de las Microempresas, éstas representan más del 96% de las unidades económicas tanto a nivel nacional como en la mayoría de los departamentos del país y, si bien es cierto que Colombia es el quinto país en la creación de microempresas, también es cierto que es el segundo con el mayor número de cierre de las mismas. Valdría la pena preguntarse entonces cuáles son las razones de estos cierres tan significativos.

Teniendo en cuenta este alto porcentaje que representan las microempresas como unidades económicas, podría afirmarse que de ellas depende en gran medida las posibilidades de empleabilidad para todos los colombianos, lo cual también aplicaría para los palmiranos. Un índice de cierres tan alto significa también un incremento elevado de desempleo. Por tal motivo al revisar las cifras de cierres de microempresas en la ciudad de Palmira, la situación resulta preocupante, ya que tal y como lo afirma CERVANTES (2011), de las 7.499 microempresas que aparecían registradas en la Cámara de Comercio en el año 2006, solamente 5.497 aparecían registradas en el año 2010, es decir; una posible disminución de 2002 microempresas en tan solo cuatro años, lo cual es equivalente al 26.7% de la totalidad. Lo anterior plantea un panorama bastante incierto respecto a las posibilidades de empleabilidad futura para los habitantes de este municipio. Según el informe del Plan Local de Empleo en Palmira, del Ministerio de Trabajo, la USAID y FUPAD, la tasa de desempleo en el municipio es del 16.1% y si bien es cierto que no se trata de la más alta del país, si está muy por encima de muchas, y sobre todo, muy por encima de la tasa nacional que bajó a un solo dígito. Así un

alto número de cierres de las microempresas y una alta tasa de desempleo se convierten en una fórmula bastante preocupante que nos lleva a plantearnos la necesidad de determinar rápidamente cuáles son las causas de estos cierres, para poder sugerir los posibles correctivos.

Por otra parte, todos necesitamos ingresos para nuestro diario vivir, bien sea que éstos provengan de un empleo estable como asalariados o de un negocio propio (autoempleo), dejando de ser empleados para convertirnos en empleadores; esto permite que la población mejore su calidad de vida integralmente en aspectos tales como el económico, político, social, cultural y ambiental. Por lo anteriormente expuesto se hace mucho más necesario e importante conocer las causas de estos cierres, adicionalmente porque también se ve afectado el desarrollo sostenible del país, agudizándose el problema del desempleo y limitándose las posibilidades de crecimiento y bienestar de la sociedad. Si bien ya se ha expresado que son muchas microempresas las que se crean, son en mayor proporción las que se cierran. Otra consecuencia de este cierre masivo es el retraso en el desarrollo económico de la región, estancándose la dinámica del empleo. Es fundamental por tanto determinar la forma en que las microempresas puedan llegar no solamente a ser sostenibles, sino también a crecer transformándose en medianas, y ¿Por qué no?, en grandes empresas.

Por toda la problemática presentada anteriormente es que en la presente investigación se ha decidido determinar las causas del cierre de las microempresas en la ciudad de Palmira, en el período comprendido entre el 2010 y el 2014.

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

La investigación presente tiene como propósito fundamental responder a la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles fueron las causas del cierre de las microempresas de la ciudad de Palmira (Valle del Cauca) en el período 2010 - 2014?

## **1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA**

Para dar cumplimiento a los propósitos de la presente investigación y responder a la pregunta planteada, se hace necesario dar respuestas a una serie de preguntas tales como:

¿Cuáles fueron los motivos que inicialmente impulsaron a los microempresarios a crear sus microempresas en la ciudad de Palmira entre 2010 – 2014?

¿Cuáles fueron las causas administrativas por las cuales se cerraron las microempresas en la ciudad de Palmira (Valle del Cauca) en el período 2010 – 2014?

¿Cuáles fueron las causas financieras por las cuales se cerraron las microempresas en la ciudad de Palmira entre 2010 – 2014?

¿Cuáles fueron las causas de marketing por las cuales se cerraron las microempresas en la ciudad de Palmira entre 2010 – 2014?

¿Cuáles fueron las causas externas por las cuales se cerraron las microempresas en la ciudad de Palmira entre 2010 – 2014?

## **2. JUSTIFICACIÓN**

### **2.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

La creación de nuevas empresas es una oportunidad determinante para el desarrollo económico tanto de la región como de todo el país, debido a que se generan nuevas alternativas de empleo y con ello mayores ingresos, logrando minimizar el riesgo y los efectos que el desempleo generan.

El estudio de las causas que incidieron en el cierre de las Microempresas de Palmira en el período 2010 - 2014, permitiría tanto al emprendedor que planea fundar una nueva microempresa como al microempresario activo estar al tanto de las causas que afectan la sostenibilidad de su negocio conforme pasa el tiempo, permitiéndole establecer unas estrategias de afrontamiento, por medio de las cuales pueda gestionar su actividad empresarial sin que estas causas principales desemboquen en un cierre de su microempresa.

Sin embargo en países tercermundistas la posibilidad de crear grandes o medianas empresas es casi una utopía dado que los emprendedores no cuentan ni con el capital suficiente ni con la capacidad de endeudamiento como para conseguirlo a través de créditos, y adicionalmente hay poco apoyo del estado. Se emprende con pequeños negocios y sin visión empresarial, más por necesidad de sustento y supervivencia económica, que por el deseo y la convicción de crear empresa, generar empleo y desarrollo económico. De esta manera el emprendedor reacciona con negocios muy pequeños en una economía conocida como la “economía del rebusque”.

Es por ello que las posibilidades de crear empresa, se limitan a la generación de microempresas, siendo éstas como ya se dijo anteriormente el 96% de las unidades económicas en todo el país. Sobre ellas recae la responsabilidad de la empleabilidad y por tanto es fundamental no solo su sostenibilidad, sino también su crecimiento. Pero es preocupante conocer los índices de cierre de las mismas no solo en todo el país, sino en la ciudad de Palmira.

Según los antecedentes más recientes, y de acuerdo con el informe presentado por La Cámara de comercio del municipio, en el presente año se cerraron en la ciudad de Palmira 600 microempresas, las cuales generaban en promedio entre un 1,5 y 2,5 empleos, es decir; que en la actualidad hay 2000 nuevos desempleados que hacen parte de los 26.000 desempleados que hay en el municipio, ésta disminución gradual de las microempresas impacta de forma tal que los habitantes del municipio tienden a recurrir generalmente al empleo informal y también a la búsqueda de oportunidades laborales o de negocio en otras ciudades ante este tipo de situaciones de desempleabilidad e inestabilidad empresarial a largo plazo.

En el programa nacional de asistencia técnica para el fortalecimiento de las políticas de empleo, emprendimiento y generación de ingresos en el ámbito regional y local, específicamente en el diagnóstico que se realiza de la situación actual de la ciudad de Palmira (Valle del Cauca), se menciona que el Valle del Cauca es el tercer centro económico principal del país debido a su ubicación geográfica y además de que está conectado con el mundo a través del puerto marítimo de la ciudad de Buenaventura, las principales actividades productivas del departamento se encuentran en los sectores de servicios (54,6%) e industrial(16,6%) (Ministerio del trabajo, 2011: 8) con sus respectivas contribuciones a la producción total, sumado a esto, se constituyen en los dos principales generadores de valor agregado para el departamento.

**Tabla 1. Sectores con mayor participación en Palmira 2008 - 2009**

Actividad Económica	2008		2009	
	Puesto	Participación	Puesto	Participación
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	7	4,13%	7	3,84%
Pesca	14	0,05%	15	0,02%
Explotación de minas y canteras	13	0,07%	12	0,08%
Industria	2	12,94%	2	12,46%
Electricidad, gas y agua	12	0,11%	13	0,08%
Construcción	10	1,63%	10	1,67%
Comercio y servicios de reparación	1	51,61%	1	49,25%
Hoteles y restaurantes	3	8,37%	3	8,00%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	5	6,44%	6	5,54%
intermediación financiera, seguros	11	1,29%	11	1,18%
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	4	7,16%	4	7,68%
Administración pública y defensa; seguridad social	15	0,02%	14	0,05%
Educación	9	1,72%	9	1,70%
Servicios sociales y de salud	8	2,78%	8	2,53%
Otros servicios	6	6,38%	5	5,93%

**Fuente:** Programa nacional de asistencia técnica para el fortalecimiento de las políticas de empleo emprendimiento y generación de ingresos en el ámbito regional y local.

Sumado a lo anterior, en una tabla del anuario estadístico de Palmira en el 2010 se muestra unos datos alarmantes. En dicha tabla se registraron el número de empresas por actividad económica y su índice de crecimiento para el período 2008 – 2009. De los 17 sectores incluidos en esta tabla solamente siete tuvieron un incremento de empresas en dicho período, el resto presentaron un porcentaje negativo en el análisis de su crecimiento gradual y aunque en total, para este período se presentó un incremento de 5.640 en 2008 a 5939 en el 2009, lo cual representa un crecimiento del 5.7% (Ministerio del trabajo, 2011: 10), es preocupante que solo unos sectores sean los que presenten un crecimiento significativo y que los demás estén presentando índices extremadamente negativos.

**Tabla 2. Número de empresas por actividad económica y su crecimiento 2008 – 2009 en Palmira**

Actividad económica	2008	2009	Tasa de crecimiento 2008 - 2009
Total	5640	5939	5,70%
Comercio y servicios de reparación	2911	2925	0,50%
Industria	730	740	1,40%
Hoteles y restaurantes	472	475	0,60%
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	404	456	12,90%
Otros servicios	360	352	-2,20%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	363	329	-9,40%
Agricultura, ganadería, caza y sirvicultura	233	228	-2,10%
Servicios sociales y de salud	157	150	-4,50%
Educación	97	101	4,10%
Construcción	92	99	7,60%
Intermediación financiera, seguros	73	70	-4,10%
Electricidad, gas y agua	6	5	-16,70%
Explotación de minas y canteras	4	5	25,00%
Administración pública y defensa; seguridad social	1	3	200,00%
Pesca	3	1	-66,70%

**Fuente:** Programa nacional de asistencia técnica para el fortalecimiento de las políticas de empleo emprendimiento y generación de ingresos en el ámbito regional y local.

Otra información fundamental de análisis son las restricciones crediticias que inhiben el emprendimiento de la ciudad, puesto que a la larga pueden llegar a incidir en la actitud y motivación del emprendedor a tal punto de hacerle desistir de crear su microempresa y ser uno más de los tantos subcontratados o desempleados de la ciudad, además de esto la ciudad no presenta un portafolio de servicios no financieros que incentiven el emprendimiento, tales como: acompañamiento técnico para el diseño de planes de negocio, servicios de acceso a mercados, servicios de fortalecimiento empresarial, servicios de financiamiento para el fortalecimiento y capitalización empresarial.

Adicionalmente las condiciones en las que se desenvuelven los emprendedores que se atreven a tomar la iniciativa, se caracterizan por tener unas condiciones físicas precarias para la ejecución de sus actividades, es decir, el local donde deciden desarrollar su actividad económica, es mayoritariamente la propia vivienda del independiente (12,4%), ambulante en la calle (13,5%) (Ministerio del trabajo, 2011: 27). Esta situación les pone en desventaja con respecto a otro tipo de establecimientos o productos que tengan un mejor punto de venta o un canal más efectivo para los clientes, en cuestiones de competitividad, las propias condiciones de prestación del servicio los ubican en una desventaja considerable.

**Tabla 3. Lugar donde realiza su trabajo la población ocupada como independiente Red Unidos en Palmira**

Lugar donde realiza la actividad	Personas	%
Un local de la empresa o del patrono contratante	218	7,44%
Un local propio o arrendado	111	3,79%
La vivienda que habita	363	12,38%
Una vivienda distinta a la que habita	768	26,20%
La calle, ambulante	396	13,51%
La calle, estacionario	141	4,81%
Un quiosco o caseta	16	0,55%
Puerta a puerta	14	0,48%
En un vehículo (taxi, carro, bus, lancha, barco)	105	3,58%
Una zorra, carreta o zorrillo	31	1,06%
Una mina o cantera	2	0,07%
Una obra en construcción	210	7,16%
En el campo o área rural, mar o río	420	14,33%
Otro	136	4,64%
Total	2931	100,00%

**Fuente:** Programa nacional de asistencia técnica para el fortalecimiento de las políticas de empleo emprendimiento y generación de ingresos en el ámbito regional y local.

El conocimiento de todas las causas que influyen en la sostenibilidad o no de las microempresas, de igual forma, representan un punto de referencia interesante a través del tiempo, ya que, a pesar de que el entorno se encuentra en un cambio constante y cada vez más rápido, estas causas que se pretende determinar, pueden ser un punto de referencia a la hora de establecer las problemáticas empresariales de la ciudad en una forma categórica.

## **2.2 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA**

En el libro “Factores de riesgo y modelos de negocio, comprensión de las cinco fuerzas del riesgo empresarial y las causas de falla en los negocios” de (D. Anthony Miles, 2011 : 2) se menciona la importancia de analizar la razón de cierre de todas las empresas con caracterización de “pequeñas y medianas” debido al gran número de fracasos de éstas, mostrando que menos del 50% de estos establecimientos que ejecutan sus actividades empresariales pueden mantenerse por un período mayor a los cuatro años de gestión. Dentro del análisis se recopilaron una serie de estudios que desde diferentes perspectivas nutren la investigación y estudio que se realiza en este libro, básicamente toma como fuente a dos pioneros como lo son Everett y Watson, quienes están involucrados en el tema de la sostenibilidad empresarial desde la década de los 70, ellos abarcan aspectos que van desde los internos (factores de los cuales la organización tiene control) hasta los externos (factores fuera del control de la organización), por lo cual la variedad de conceptos y teorías que plantean ofrecen una apreciación sólida y objetiva en lo que se refiere al cierre de las microempresas que es lo que nos concierne en esta investigación.

Les motivó el estudio de esta problemática una conferencia a la que asistieron en Tucson, Arizona que tuvo como concepto principal la medición del riesgo

empresarial, lo que plantea un intento de darle una calificación en términos cuantitativos a una investigación donde algunos de los factores incidentes son cualitativos también, pretenden marcar una tendencia los investigadores y establecer comportamientos e indicadores que ayuden a entender este fenómeno.

### **2.3 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA**

La identificación de las causas va a respaldarse con un estudio exploratorio (inicialmente) seguido del estudio descriptivo y un enfoque cuanti-cualitativo, a través de una entrevista semiestructurada a los respectivos microempresarios, la cantidad de aplicación de esta herramienta, estará determinada por el cálculo de la muestra a razón de una población tomada directamente de la base de datos de la Cámara de Comercio en la ciudad de Palmira – Valle del Cauca.

Como instrumento de recolección de la información se emplea un cuestionario, el cual se aplica mediante una entrevista a los microempresarios de la ciudad de Palmira. El cuestionario está basado en caracterizar el perfil del emprendedor y en determinar las causales de cierre de las microempresas, a través de preguntas cerradas y abiertas.

Se emplea el método muestreo aleatorio para otorgar la mínima probabilidad de ser elegidos todos los elementos de la población, para la presente investigación es una población finita dado que se conoce el número de microempresas de la ciudad de Palmira que cancelaron su matrícula mercantil entre el 2010 – 2014

Para enriquecer el estudio se van a exponer algunos casos específicos con el fin de presentar detalles del cierre según diferentes vivencias de cada microempresario, obviamente la identidad tanto del microempresario en cuestión

como el nombre de su microempresa no serán revelados, este estudio de casos ayudará a entender causales de diferentes tipos que influyen en el cierre de los microempresarios de la ciudad.

Es menester entablar un contacto eficiente con los microempresarios dueños de las microempresas que cerraron dentro del período 2010 – 2014 ya que ellos son quienes conocen las dificultades y en mayor instancia las causas que son el objeto de estudio de este trabajo, por ende es fundamental que la herramienta a utilizar se haga con un enfoque adecuado y realizando las preguntas correctas, ya que una postura de estudio errada va a sesgar el mismo, de hacer un uso apropiado de estas herramientas depende el resultado significativo para análisis de las causales encontradas.

## **2.4 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA**

Para fines prácticos la investigación, al identificar las problemáticas presentadas por las microempresas, permite la consideración de algunas técnicas administrativas, que si bien no disminuyen el riesgo hasta desaparecerlo, si puede convertirse en un riesgo esperado y calculado con base en herramientas administrativas que permitan un mejor desempeño de las microempresas, en síntesis, la identificación del problema permite una planeación lo suficientemente sólida como para afrontar el riesgo con altas probabilidades de éxito ante el mismo.

Como estudiantes de administración de empresas, ésta investigación en particular nos permite desarrollar habilidades en la identificación de problemas organizacionales, desarrollo de indicadores con base en resultados mediante la observación y utilizando herramientas de estudio como entrevistas y estudio de

casos, es un compendio de habilidades principalmente investigativas y aplicativas en torno a un contenido teórico desarrollado durante toda el curso de la carrera profesional, se ven teorías organizacionales, el concepto de plan de negocio, las cinco fuerzas de Porter y principalmente el espíritu emprendedor que es fundamental al momento de crear una empresa.

## **2.5 JUSTIFICACIÓN INSTITUCIONAL**

Como entidad pública, para la universidad del Valle, es importante realizar aportes de conocimiento por medio de sus estudiantes y docentes, ya que esto implica la generación de prestigio de la misma y reconocimiento a nivel regional, nacional, y ¿Por qué no? Mundial.

Para analizar la realidad que afronta el municipio actualmente, con respecto al cierre microempresarial, es necesario generar un conocimiento y que éste permita estructurar una información que ayude a disminuir los índices de cierre microempresarial de la ciudad, de ésta forma se presentará una mejora a nivel de desarrollo empresarial en la ciudad de Palmira (Valle del Cauca), cabe mencionar nuevamente que este tipo de empresas son la mayoría que existen tanto a nivel nacional, como municipal, por tanto, se hace menester la identificación de los posibles factores de cierre, puesto que de esta forma el desconocimiento de ellos dejará de ser una razón.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1 OBJETIVO GENERAL**

- Determinar las causas del cierre de las microempresas de la ciudad de Palmira (Valle del Cauca) en el período 2010 – 2014

#### **3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Identificar cuáles fueron los motivos por los cuales inicialmente los microempresarios emprendieron sus microempresas en la ciudad de Palmira entre 2010 – 2014?
- Determinar cuáles fueron las causas administrativas por las cuales se cerraron las microempresas en la ciudad de Palmira (Valle del Cauca) en el período 2010 – 2014?
- Determinar cuáles fueron las causas financieras por las cuales se cerraron las microempresas en la ciudad de Palmira entre 2010 – 2014?
- Determinar cuáles fueron las causas de marketing por las cuales se cerraron las microempresas en la ciudad de Palmira entre 2010 – 2014?

- Determinar cuáles fueron las causas externas por las cuales se cerraron las microempresas en la ciudad de Palmira entre 2010 – 2014?

## **4. MARCO DE REFERENCIA**

El marco referencial se centra en recopilar e integrar de manera complementaria los marcos que lo componen, es decir, el marco referencial son todos los conceptos, teorías, situaciones, contextos, investigaciones y condiciones dentro de los cuales tiene desarrollo el proyecto, este marco no es más que la agrupación de toda la información de los marcos que lo construyen para dar una idea de todo lo que la investigación implica en su desarrollo.

### **4.1 ANTECEDENTES**

Para proceder a analizar el problema de investigación con mayor propiedad es importante un enriquecimiento en cuanto a investigaciones concernientes al tema que hayan desarrollado diferentes autores y que puedan aportar al entendimiento de la problemática.

En el trabajo titulado “La influencia de la formación, la experiencia y la motivación para emprender en la supervivencia de las empresas de nueva creación” (Virginia S, Lorenzo R, et al, 2012), se establecen concepciones distintas de lo que es el emprendimiento social y de negocios. Difieren fundamentalmente en su misión. El emprendedor de negocios tiene generalmente un interés de riqueza, mientras que el emprendedor social ve en la riqueza la posibilidad de mejorar la calidad de vida de muchas personas. Esta diferencia no excluye ni restringe que el emprendimiento de negocios no pueda tener una creación de valor como objetivo final en conjunto con la consecución de riqueza al igual que el emprendimiento social.

Esta información nos permite inferir que también es un factor de influencia importante, el hecho de que la mentalidad del microempresario palmirano se centre en la obtención de dinero a corto plazo, y que, luego de solucionado su problema económico pierda interés en el desarrollo de la microempresa y por ende, su sostenibilidad. La visión es equivocada en tanto se piensa a la microempresa como una simple posibilidad de generar dinero y no como un medio para alcanzar una mejor calidad de vida en conjunto como sociedad. Además del objetivo económico que obviamente debe hacer parte de ella, es fundamental que el emprendedor tenga una visión de crecimiento y desarrollo de la microempresa para que se constituya en una fuente de empleo y en una solución económica para varias personas.

Para resaltar, la investigación para sus variables dependientes utilizo la prueba  $\chi^2$  de Pearson y para las independientes la prueba de Mann-Whitney, y el modelo logit. Según los resultados del estudio, la naturaleza de las empresas no afecta su supervivencia, además factores como la formación y experiencia del emprendedor reducen la probabilidad de cierre, la motivación a la hora de emprender puede tener una influencia significativa, dado que existe mayor riesgo de cerrar cuando se crea un negocio por necesidad que por oportunidad. Por consiguiente estos y demás factores pueden reducir la probabilidad de cierre de los negocios, pero tienen que irse afianzando con el paso de los años, aunque pueden resultar ineficientes para explicar las causas del cierre, juegan a favor de la supervivencia de las empresas con el pasar de los años

En el trabajo “Factores que afectan la continuidad de las MIPYMES” (Haydee Z, Sósima C, et al, 2013: 1751), se mencionan seis factores externos puntuales que afectan la sostenibilidad de las MIPYMES, los cuales son:

1. Regulación: Entendida como todos los requerimientos y condicionamientos impuestos a las MIPYMES realizados por el Estado para el desarrollo de sus actividades económicas.

En el caso Colombia y en específico para las microempresas la regulación se basa en varios apartados, como en el número total de trabajadores para caracterizarla como microempresa, no deben exceder los 10 empleados, tampoco debe tener activos superiores a los 500 salarios mínimos legales vigentes (Ley 590: 2000), además en el apartado de ésta ley se mencionan también las obligaciones financieras de las microempresas conforme avance el tiempo y demás formalidades como la presentación de Estados Financieros en la nueva modalidad globalmente aceptada conocida como NIIF (Normas Internacionales de Información Financiera). Esto en cuanto a caracterización y categorización como tal, además para erigir una microempresa en el país, hay una serie de pasos que varían dependiendo de si la microempresa piensa fundarse como persona natural, persona jurídica o como un establecimiento de comercio. (Cámara de comercio de Bogotá: 2015) son básicamente alrededor de cinco pasos, cada paso contiene unos apartados que deben gestionarse para poder cumplir a cabalidad sus requisitos.

2. Mercados de capitales: Son los tipos de financiamiento a los cuales acuden las MIPYMES ya sea en su proceso de creación, expansión, inversión u otro, en cuyas condiciones de préstamo se puede ver beneficiada o perjudicada la empresa.

Específicamente en Colombia el presidente de la BVC (Bolsa de Valores Colombiana) realizó una gira por Londres donde se está exponiendo por qué determinados sectores de Colombia son buenas oportunidades de inversión, se llegó a un total de 200 reuniones junto con inversionistas donde éstos pudieron

examinar detalladamente cada una de las propuestas en todo lo que estas implican. “Se mueve el mercado de capitales colombiano” (Dinero: 2013).

3. Competencia: Referente a todos los competidores actuales y potenciales que las MIPYMES enfrentan al incursionar en determinado sector.

En Colombia el estado de competencia local ha pasado a un segundo plano, el ingreso de nuevas corporaciones está afectando gran cantidad de microempresarios y emprendedores nacionales, puesto que en comparación con compañías mundiales se encuentran en una desventaja significativa en cuanto a posicionamiento de marca, lo que da al consumidor un mayor grado de confianza y de seguridad al consumir un producto mundialmente avalado a uno local, que puede ser igualmente competitivo. En esta situación lo primordial es que el microempresario no se desanime y trate de resaltar los atributos que él le ofrece a su cliente objetivo, además de esto, tiene la ventaja de vivir en la misma realidad que sus clientes, por ende, podría suponerse que tiene una mayor oportunidad de atraer al consumidor con diferentes propuestas de valor.

4. Tecnología: Todo tipo de equipamientos tecnológicos que mejoren la gestión de las actividades de las MIPYMES, incluida la maquinaria y software.

Para Colombia la tecnología no se relega únicamente a los equipamientos de última generación tecnológica o a los programas computarizados más veloces del mercado, también deben de incluirse aquí los conocimientos aplicados en generación de un modelo de negocio eficaz, de nada sirve que el microempresario local se someta a una deuda abismal para estar a la vanguardia y que sus ventas no compensen esa inversión a futuro, es algo lógico pensar que quien tiene los mayores avances tecnológicos lleva la ventaja en cuanto a aspectos técnicos y estrictos de calidad medible, pero eso puede combatirse atacando puntos clave de la necesidad del cliente como lo es la comodidad al adquirir el producto o servicio

o una atención efectiva y hasta crearle toda una experiencia de compra que es a lo que actualmente las grandes industrias apuntan y para ello no se necesita más que de la creatividad e innovación.

5. Globalización: Mercado global que indica una competencia aún mayor, incluyendo todos los productos de competidores internacionales, además de nuevo desarrollo de tecnologías alrededor del mundo.

Para Colombia el ingreso de grandes corporaciones afecta comúnmente al emprendedor local en materia de precios, por eso debe enfrentar este desafío desde otra perspectiva, es ilógico competir contra superpotencias como la China en materia de precios, se una derrota antes de siquiera empezar la disputa, pero bien que se puede brindar otro tipo de beneficios con el mismo producto o servicio, elaborar todo un contenido que para el consumidor resulte atractivo y así poder competir en el mismo sector, pero con una estrategia totalmente distinta, además, también debe de pensar el emprendedor local en expandirse a otros mercados, atreverse a llevar sus propuestas de valor a otros mercados.

6. Clientes: Mercado cada vez más cambiante, en búsqueda de nuevos y mejores satisfactores para sus necesidades, clientes más exigentes con el paso del tiempo y aparición de nuevas empresas como variante para la satisfacción de sus necesidades y deseos.

El cliente debe de estar en observación continua todo el día durante todos los días del año, ya que algo que hoy le parece la panacea en materia de servicio o producto, mañana puede significarle tan poco que ni se molestará en contemplarlo. Para los microempresarios la inversión en materia de investigación y desarrollo representa un esfuerzo de proporciones gigantescas, por ello, debe valerse de técnicas asequibles a su presupuesto y lo suficientemente creativas como para que brinden resultados relevantes.

Asumiendo que estos factores fueron los que en dicha investigación se mencionaron como influyentes en la situación actual de las MIPYMES entre las cuales están incluidas las microempresas, se convierten en un punto de partida para analizar los posibles escenarios a los que se puede ver enfrentada éstas en su proceso de sostenibilidad.

Un factor más de análisis en la identificación de las posibles causas de cierre de las microempresas, es su naturaleza familiar, aproximadamente un 70% de las empresas son de esta naturaleza. El problema con ello es que, tal y como se plantea en el artículo “Negocios de familia” (Revista Dinero, 2001), en los negocios de naturaleza familiar se suelen sesgar las decisiones empresariales, por tanto están condicionadas a un factor emocional arraigado a la familia, es decir, que se suelen mezclar relaciones familiares con negocios y es en esta premisa, donde se desencadenan una serie de inconvenientes que, de no ser solucionados de forma adecuada, presentan un riesgo en materia de sostenibilidad para cualquier empresa. La informalidad se vuelve cultura.

También se hace hincapié en algunos casos de empresas familiares que, a través de distintas metodologías han logrado sobrellevar los conflictos inherentes a la naturaleza de la empresa y así continuar sus actividades empresariales a siguientes generaciones.

Fundamentalmente el artículo expone las decisiones que debieron tomar los encargados de las empresas en diferentes momentos para garantizar la sostenibilidad en el mercado y aunque difieren en algunos conceptos como tal, la esencia del proceso se mantiene, se identifica que la empresa debe de optar por la creación de un comité familiar, que se reúne y plantea objetivos en visión de su posicionamiento futuro, otro comité o consejo empresarial, donde los integrantes de la familia tienen la menor influencia e intervención, éste comité ofrece recomendaciones al presidente de la compañía con hechos puntuales y claros de

la actividad empresarial y un consultor externo cuya relación con la familia, tanto como con la empresa sea básica, esto con el fin de dar una perspectiva objetiva desde su posición fuera de la empresa.

En el trabajo titulado “Caracterización de la microempresa de punta” (Delgado & Parra E, 2007: 12) se hace hincapié a otro punto de análisis fundamental, estamos hablando de las fuentes de financiación que los microempresarios utilizan para iniciar sus ideas de negocio, aunque este estudio fue realizado en la ciudad de Bogotá, cabe analizar las conclusiones de la financiación que encontraron los investigadores, señalan pues, que el 75% de los microempresarios acudieron a ahorros personales y familiares, desglosados de la siguiente forma, 51% ahorros propios, 13% ahorros de familiares, 11% utilizó dineros resultado de cesantías o indemnizaciones que puede caracterizarse como otra modalidad de ahorro, entonces, ¿Cuántos acudieron a las entidades bancarias que se supone deben apoyar la iniciativa microempresarial, siendo esta la mayor generadora de empleo? Solamente un 15% utilizó Bancos y entidades financieras como fuente de financiación, esto deja una gran cantidad de hipótesis para el análisis de este fenómeno, porque se supone que uno de los objetivos de toda entidad financiera y bancaria es el de incentivar y motivar el desarrollo económico de la región y en gran medida del país, entonces, ¿Por qué el microempresario no acude a ellos? La primera hipótesis puede señalar que el microempresario no confía en este tipo de instituciones, porque no le brindan facilidades de pago, o sus intereses son exorbitantes en materia de la proyección que el microempresario ve para su negocio en gestación.

Otra hipótesis puede indicar que simplemente el microempresario no desea utilizar este tipo de entidades porque desconoce de ellas, de su funcionamiento y servicios que prestan, aquí, va en doble vía la responsabilidad, por una parte es el emprendedor quien debe buscar información que pueda ayudarlo en la gestión de su idea de negocio y también puede ser que definitivamente las entidades

bancarias no están realizando una labor de comunicación idónea que permita que estos emprendedores tengan la información a disposición para su análisis y toma de decisiones a la hora de adquirir una inversión inicial.

Finalmente, como última hipótesis puede entenderse de que el microempresario conoce y ha analizado estas opciones de fuentes de financiamiento, pero simplemente no le funcionan, lo proyectado por él no le alcanza ni siquiera para pagar de vuelta en los plazos y condiciones que las entidades le ofrecen, entonces decide buscar otras fuentes de financiamiento o bien declinar su iniciativa de negocio por falta de apoyo.

Si bien cada uno de estos estudios enfatiza en algún o algunos factores en específico, su finalidad es explicar el ¿Por qué? Del cierre de las microempresas en diferentes contextos, es por esto que se han tomado como insumo para la creación de este documento, dan perspectiva de cómo abordar la problemática y además se pueden comparar los resultados encontrados en esta investigación con los de estos documentos.

## **4.2 MARCO TEORICO**

En esta investigación se tomarán varias fuentes teóricas, partiendo desde el contexto general, para llegar a lo particular, que para nuestro tema de estudio serán las causas del cierre de las microempresas de la ciudad de Palmira (Valle del Cauca) en el período 2010 – 2014.

Unos de los exponentes más importantes a nivel internacional en la investigación sobre las causas por las cuales fracasan los emprendedores son Everett y Watson, quienes en su libro “Riskfactors and businessmodels” (D. Anthony Miles,

2011) buscan que los emprendedores estén mucho mejor informados de los riesgos a los cuales se enfrentarán en el desarrollo de su emprendimiento, además de esto, ellos exploraron el impacto de los factores macroeconómicos en la mortalidad de las pequeñas empresas (1998) y en un estudio posterior concluyen que los factores económicos oscilan en una influencia de entre el 30% y 50% (1999) en el fracaso de estas organizaciones, por ende, su trabajo nos permite darnos a una idea de que el emprendedor no está preparado para los cambios constantes y fuertes que su entorno le adjudica, sino que, por el contrario surge un estado de desconocimiento de los factores macroeconómicos que lo afectan en la gestión de su actividad empresarial, lo que compromete a largo plazo la continuidad de su organización y desarrollo de la misma.

Se le atribuyó el fracaso empresarial a unas razones específicas, (Osborne, 1993), las cuales son:

1. Presupuestan el capital por debajo del verdaderamente necesario, en la mayoría de los casos la población emprendedora, no identifica ni registra puntualmente cada uno de los insumos o gastos necesarios a incurrir para la gestación, creación y formalización de su organización, por ende, ya al iniciar tienen un gran problema de falta de solvencia para las diferentes labores que deba ejecutar o realizar para la generación de valor y consecución de recursos financieros.

Esta causa es bastante significativa, puesto que de entrada ya minimiza la capacidad financiera con la que se planea el funcionamiento de la empresa, es una información que depende totalmente del emprendedor, pues sólo éste conoce a cabalidad su idea y lo que ésta abarcará, concluyendo entonces que son registros que deben de realizarse teniendo en cuenta todos y cada uno de los gastos que la empresa debe de adquirir para poder ser debidamente fundada.

2. Planeación mediocre, el autor hace alusión principalmente a la definición de su cliente y al estudio de mercado como tal, debemos de plantear que una depende de la otra, es decir, si tenemos claro nuestro cliente objetivo es obvio que el estudio de mercado va a estar debidamente direccionado, en caso contrario, se perderá toda la inversión realizada, puesto que la investigación errónea nos arrojará datos que en realidad no son los que necesitamos ya que el perfil de nuestro cliente a satisfacer es otro y por ende estaríamos afrontando un cierre inminente de la organización sin ni siquiera haberla formalizado aún.

Otro aspecto relevante que menciona aquí es la debida localización de la organización y todo esto depende del tipo de organización que sea al igual que del tipo de cliente que tenga, una mala ubicación de una planta de producción o punto de venta, puede significar el fracaso de la organización, en nuestro plan de negocio debemos de tener todo debidamente planeado y estructurado, a tal punto de que todo planteamiento tenga una razón lo suficientemente fuerte que garantice y respalde dichas acciones.

3. Falta de experticia y credibilidad, en ésta premisa se expresa que en muchas ocasiones los emprendedores buscan desarrollar una idea de negocio que está por fuera de sus conocimientos o donde realmente poseen uno que no es el ideal para desarrollar su idea empresarial, aquí cabe analizar que es también responsabilidad directa del emprendedor informarse exhaustivamente de la actividad empresarial en la cual va a entrar a operar, puesto que una falta de conocimiento puede llevar a un mal direccionamiento o subjetivación de lo que es el mercado como tal.

Éste punto es de importante análisis puesto que hay que determinar hasta qué punto necesita realmente el emprendedor información y esto podría llegar a determinarse en cuanto hasta qué punto tiene cabida la propuesta que él plantea.

4. Administración mediocre, se puede interpretar como todas las actividades que tienen su ejecución de manera diaria dentro de la organización, específicamente el autor hace referencia a los malos manejos del flujo de caja, tenemos un buen flujo de caja cuando entra y sale una cantidad de dinero considerable de una forma frecuente, por tanto los malos manejos que el autor menciona pueden hacer hincapié a que hay mucho dinero sobrante y que éste no se reinvierte en otras áreas o para otros propósitos de incremento de capital o por otra parte que haya poco flujo y que no se destine una mayor cantidad acorde a las necesidades de efectivo que la organización tenga o que deba desarrollar.

De igual forma la caracterización de administración mediocre es muy amplia en todo el sentido de lo que cobija, por tanto una efectiva forma de analizarla objetivamente es la implementación de un sistema de indicadores que permitan visualizar los puntos de interés o de trabajo que se tenga para con la organización y revisarlos de forma constante para que estos a su vez sean comparado con períodos anteriores y se pueda verificar un rendimiento sea alto o bajo por parte de lo que es la administración como tal.

5. Fallo en el seguimiento de las regulaciones con entidades gubernamentales, está inmerso en esta causa todo lo que son formalidades con las que la organización debe de cumplir en el desarrollo de sus actividades como lo son en gran instancia, impuestos, normatividad ISO (Organización Internacional de Normalización) de ser el caso, responsabilidad social empresarial y demás. El emprendedor debe de tener claras todas sus responsabilidades y obligaciones, puesto que es indispensable para que su organización no tenga problemas legales que la hagan cerrar a futuro, ya que este tipo de problemáticas no se le exime a ningún ciudadano aun cuando sea caso de negligencia.

6. Falta de habilidad gerencial, en ésta última causa que menciona, el autor nos afirma que la habilidad de crear planes excelentes no es la única, ni la más

importante, a la hora de determinar el éxito de nuestra compañía si no tenemos un buen trato de las personas ni sabemos implementar lo que está planteado en el papel, esto va a un plano de educación y adquisición de conocimientos integral, por medio de la cual se acredita a una persona profesional, no solamente por tener unos conocimientos teóricos sino también por poseer unas competencias básicas que permitan una interacción y expresión de sus ideas de la mejor forma posible, básicamente esto plantea que hay que ser muy bueno en la elaboración de la propuesta de negocio, pero que hay que serlo aún más para la implementación correcta de todo lo que se ha planteado a realizar, puesto que de otra manera habremos perdido el tiempo y el esfuerzo en el desarrollo de una excelente idea con una ejecución inadecuada.

Sumado a esto, Tandon (1987) realizó una investigación que lo llevó a presentar un modelo con 101 factores agrupados en lo que él denominó cuatro dimensiones de riesgo: a. Individual. b. Oportunidad. c. Recursos. d. Planes de negocio

Puntualmente desarrolló unas escalas de calificación según como la organización se desempeñe en cada una de las categorías y de sus ítems correspondientes, de todo este modelo desarrollado se puede apreciar que en primera instancia menciona un constructo individual que puede hacer referencia a todo lo que tiene que ver con respecto al emprendedor en primera mano, sus habilidades, formación, actitud, relaciones interpersonales y todos las demás características que debe poseer a nivel de emprendimiento para que su idea de negocio e iniciativa tengan grandes probabilidades de éxito empresarial en el largo plazo, seguidamente identifica la oportunidad, ligado a la evaluación de la idea de negocio como tal, para determinar si en realidad en fines económicos es rentable y sostenible por medio de la respuesta a preguntas como: ¿hay mercado suficiente para su operación? ¿Cuál es el perfil de mi cliente, tanto directo como final? ¿cuál es la tendencia de dicha actividad empresarial dentro de mi país y a nivel

internacional? y demás preguntas pertinentes al caso, todo esto con el objetivo principal de confirmar y tener cierto grado de seguridad a la hora de direccionar el desarrollo del estudio de mercado que es a lo que hace referencia la oportunidad a grandes rasgos, en el apartado de los recursos, es hasta cierto punto obvio, pero de igual forma cabe a nombramiento, recursos es todo aquello que vamos a necesitar para poner en marcha nuestra idea de negocio, por tanto debemos de ser muy meticulosos en registrar todos y cada uno de los gastos en que debemos incurrir para que nuestra idea pueda ejecutarse de manera idónea, puesto que una mala planificación de los recursos, tanto financiera como técnica pueden significar un gran riesgo para la continuidad del mismo, es por eso que es tan peligroso no tener en cuenta el costo de recursos ya estimados porque no son “significativos” así como dejar por fuera de contemplación un recurso que sea necesario para la gestión de la actividad empresarial, finalmente mencionando el plan de negocio, se define todo lo que es la propuesta en sí y lo que abarca, es el documento integral donde presentamos la idea para venderla a los accionistas y/o inversores, además de que registra las actividades a realizar y el proceso como tal de la organización, sirve de base para el entendimiento pleno de lo que será la organización en forma teórica y el camino que esta debe de seguir para poder alcanzar el éxito, se especifican todas las tecnicidades, diseño de planta, organigrama, manuales de procesos, capital de trabajo requerido, etc.

Los propietarios - administradores / emprendedores se asocian comúnmente a la palabra riesgo, por tanto, debemos de tener en cuenta de que toda actividad empresarial, negocio, compañía, etc. (Gillmore, Carson y O'Donnell ; 2004) que se planea poner en marcha no está exenta de riesgo, absolutamente ninguna, el riesgo es inherente al emprendedor, esto no significa entonces de que debemos de tener una postura de actitud negativa al respecto y no promover al emprendedor, sino, por el contrario, se debe de gestar una mejor formación e investigación por parte de éste ya que su labor es cada vez más compleja como resultado de un entorno altamente cambiante.

Podemos concluir que nuestros autores principales Everett y Watson realizaron una investigación exhaustiva del tema, analizándolo desde múltiples enfoques en diferentes estudios, teniendo en cuenta factores como, tipo de empresa, tipo de indicador, sector de la empresa, formación del emprendedor, entre muchos otros. Por ende ésta investigación da una guía y clarifica que los resultados del estudio a desarrollar son imprevisibles debido a los cambios constantes del mercado y a su vez cabe determinar que dichas razones de disolución de las empresas que vamos a investigar pueden seguir siendo, en esencia claves de riesgo hoy día, pero con cambios leves en razón de avances tecnológicos, nuevas tendencias de mercado, nuevos procesos, nuevas técnicas laborales entre otros, por eso es indispensable realizar un estudio enfocado para que la información que se recopile presente un insumo relevante para el emprendedor a tener en cuenta y que éste a su vez esté preparado proactiva y reactivamente a los obstáculos con los que se puede enfrentar.

#### **4.3 MARCO CONTEXTUAL**

Esta investigación está enmarcada en el departamento del Valle del Cauca, el cual contribuye de manera significativa a la economía colombiana, además de ser reconocido como un cluster azucarero; según las cámaras de comercio del Valle se ha incrementado en los últimos años el número de empresas constituidas, en su mayoría estas sociedades pertenecen al sector comercio; pero a su vez también presentan un gran porcentaje de sociedades disueltas y liquidadas, representando una gran inversión de capital en la región.

El estudio se realizará en la ciudad de Palmira, la cual surge el 17 de junio de 1773, pero fundada como municipio en 1824, conocida como la capital agrícola de Colombia por la fertilidad de sus suelos y sus abundantes afluentes hidrográficos

logrando en su momento un desarrollo en escala del sector; la evolución del sector ha ido decreciendo con la aparición de las industrias azucareras puesto que se pasó de la diversidad en los cultivos al monocultivo de caña de azúcar que es lo que predomina en la actualidad en los suelos de la región.

En cuanto al desarrollo empresarial de la ciudad, la actividad económica más empleada es la de “Comercio al por mayor y al por menor; Reparación de vehículos automotores y motocicletas”. Según el tamaño de las empresas, predominan por mayoría las microempresas y de acuerdo al ente jurídico se destacan las sociedades anónimas.

Sumado a esto, en el artículo “Promedio de vida de microempresas en Latinoamérica es de 12 años” (El espectador; 2011) menciona que aunque estas microempresas son generadoras del 64% del empleo en Colombia su ciclo de vida es demasiado corto por su incapacidad de autosostenimiento durante el tiempo, desde el punto de vista económico se señala que este tipo de empresas no tienen la totalidad de los requerimientos bancarios para obtener solvencia y mejorar su funcionamiento, ya en la realidad colombiana este tipo de empresa se comporta según su localización geográfica, situación que fortalece la economía ya que genera mayor actividad en todo el país.

En el artículo “Grandes firmas duran 18 años, según estudio” (Portafolio: 2013) el presidente de confecámaras, Julián Domínguez Rivera pide que se fomenten aspectos tales como la formalización, innovación, clusters e inclusive encadenamientos productivos. Además señaló que a menor tamaño hay una mayor exposición al riesgo por una estructura de endeudamiento no sólida y menor rentabilidad económica, por ende, las pequeñas y las microempresas son aquellas unidades empresariales que enfrentan el mayor riesgo financiero según esta premisa que involucra tamaño vs solidez financiera. Concluye el artículo manifestando que la mejora de información tanto pública como privada permite

anticiparse a la crisis e identificar las nuevas tendencias y mercados, siendo esta, una razón más de peso por la cual el objeto de investigación del presente documento es de vital importancia para el desarrollo empresarial y social.

El estudio está enfocado a las microempresas de la ciudad de Palmira (Valle del Cauca), teniendo en cuenta que estas son, en datos estadísticos, la entidad empresarial que genera una cantidad considerable de empleos y aporta un gran monto al PIB dentro de la economía del país.

#### **4.4 MARCO CONCEPTUAL**

La investigación tiene como propósito la recopilación de una información que sea de utilidad para el emprendedor palmirano, directamente de las microempresas. Basados en la importancia e impacto que tienen este tipo de empresas para la comunidad y la economía no solo de la región sino también del país

Los conceptos que se tendrán como base son utilizados para realizar una correcta antesala que permita el entendimiento a los diversos tipos de lectores se definen las siguientes palabras y a su vez se da a conocer el enfoque que toman dentro de la investigación:

##### **4.4.1 Entorno Organizacional**

El concepto de Entorno Organizacional es fundamental para la presente investigación y para definirlo en primera instancia hay que determinar todo el ámbito que este abarca, así como entender que el análisis de éste en nuestra investigación es de vital importancia para la identificación de comportamientos y

tendencias puntuales, puesto que dentro de éste se tienen un número de variables bastante elevado.

El entorno organizacional, según la perspectiva que se le implique puede ser definido desde una postura como Entorno interno y también, desde la perspectiva contraria como Entorno externo. Siendo el Entorno Interno el que hace referencia a todos los componentes internos de la empresa, es decir a todos los que la conforman, algunos hacen énfasis en los departamentos o dependencias, otros se preocupan más por esquematizarlo con base a la cadena de valor que tiene el modelo de negocio de la empresa, estas tienen influencia directa en su entorno interno y puede tomar acciones inmediatas ya sean de carácter preventivo o correctivo para modificarlos. Para efectos del trabajo de campo se tendrá en cuenta una integración de estos dos tipos de concepciones, una visión por departamentos y otra por la cadena de valor de la organización que finalmente la conforman en su totalidad, esto con miras a que la información recopilada no sea sesgada por el enfoque de los investigadores y en aras de establecer un marco de acción en mayor instancia holístico de todo lo que compone el ente empresarial.

Este entorno interno permite diagnosticar las condiciones en las que los empresarios tenían funcionando a sus empresas a tal punto que plantea todos los posibles puntos de inflexión en los cuales pudo haber cometido alguna equivocación de cualquier tipo, bien sea de diseño, de procedimientos en cualquier área, asignación de tareas y creación de cargos sin ningún aporte claro a la cadena de valor, mala distribución de la planta, ubicación errónea del establecimiento, entre muchas otras que puedan presentarse.

Por medio de este entorno nos será posible determinar en que se responsabiliza directamente el empresario del cierre de su empresa en un período determinado, teniendo en cuenta que este proceso es gradual y que en él se presentan ciertos puntos críticos, que al ir avanzando en su gestión empresarial cada vez se hace

más difícil estabilizar la empresa, ya que la involución influye de manera directa en la desmotivación tanto de quien es la cabeza visible de la empresa como de todo su equipo de trabajo.

Finalmente el entorno organizacional interno es una herramienta de apoyo vital para poder determinar las debilidades y fortalezas de cualquier empresa basadas en diversidad de factores como lo son las experiencia, su portafolio de productos, sus procesos, su talento humano entre muchos otros que puedan apreciarse para el estudio pertinente que posteriormente será realizado, es entonces, el entorno interno un factor de estudio fundamental que deberá ser contemplado en las preguntas a realizar en las entrevistas a realizar para el trabajo de campo respectivo, entre los diferentes ítems a evaluar para un posterior análisis de información y estudio de resultados.

En cuanto a lo referente con el Entorno externo, es entendido como el que está conformado por todos aquellos factores que influyen en ella de manera bien sea directa o indirecta pero que están por fuera de sus fronteras, además las empresas no tiene control sobre ellos para cambiarlos, sino que por otra parte, debe de adaptarse a ellos. Puntualmente cabe mencionar las 5 fuerzas de Porter, en el libro “Estrategia competitiva” (Michael Porter, 2009: 456) que son aquellas en las que vamos a hacer hincapié mediante la investigación sumadas a otras que también conforman al entorno, las fuerzas de Porter son, respectivamente a) Poder de negociación de los clientes. b) Poder de negociación de los proveedores. c) Ingreso de nuevas empresas al mismo sector. d) Aparición de productos sustitutos. e) El estado de competencia en que se encuentran las compañías.

Sumado a estos cinco factores estudiados por Michael Porter se tendrán en cuenta otros entornos como el social, cultural, político-legal y económico, puesto

que son estos los puestos en tela de estudio en los objetivos de investigación inicialmente propuestos para filtrar y clasificar la información.

El entorno externo permite observar en detalle las condiciones dentro de las cuales las actividades de la empresa toman lugar en el ejercicio de sus acciones empresariales, es decir, finalmente se podrá determinar que tanto apoya el escenario en que ésta se encuentra para su crecimiento, decrecimiento, desarrollo o desaparición, es un punto en el cual se establece si realmente el entorno propicia el emprendimiento empresarial o por el lado contrario lo inhibe y en qué medida e impacto.

Es entonces el entorno organizacional el que permite establecer todas las oportunidades y amenazas que una empresa pueda tener presentes en el camino de su gestión empresarial.

#### **4.4.2 Cierre Empresarial**

En el presente trabajo se aplicó este concepto como la insolvencia de las empresas para sobrevivir, representado en la interrupción del negocio; aunque desde otra perspectiva se puede identificar como fracaso haciendo una alusión directa a que la idea de negocio no fue lo suficientemente competitiva para tener una continuidad en un entorno empresarial cambiante a través del tiempo.

El cierre y fracaso empresarial va mucho más ligado a responsabilizar al emprendedor, esto porque debido a la visión y gestión que este genere sobre su empresa es vital para que el cierre de la empresa nunca se dé, así pues, cabe recalcar que en este apartado se va a enfatizar en las habilidades, capacidades, conocimientos, relaciones sociales y demás aspectos que un emprendedor debe tener para que su empresa sea una en donde la motivación y el alto desempeño sean inherentes al diario transcurrir de sus actividades diarias.

#### **4.4.3 Problemática Empresarial**

Para la presente investigación es importante entender como problemática empresarial, todos aquellos conflictos presentes en la ejecución de las actividades de una empresas, básicamente es el tópico que está implícito en toda la investigación y en cada elemento de análisis que se pretenda estudiar en detalle.

Las problemáticas empresariales son las que finalmente van a desembocar en unas causales de cierre latentes, por eso se hace indispensable la identificación detallada de estas, que son las que más tarde se convertirán en problemas de gran envergadura, es fundamental tener claro que estas problemáticas empresariales se pueden presentar en cualquier tipo de departamento, proceso, gestión, etc. en la que la empresa realice una acción específica.

#### **4.4.4 Actividad empresarial**

Es una clasificación por medio de la cual la DIAN registra y agrupa con un determinado orden y una serie de categorías las actividades empresariales en unos grupos específicos para que se haga más fácil la sistematización de las mismas en las distintas bases de datos que se manejen y se pueda obtener información de éstas. (Resolución 139 de nov de 2012 “Por la cual la DIAN, adopta la Clasificación de Actividades Económicas - CIIU revisión 4 adaptada para Colombia)

## 4.5 MARCO LEGAL

Esta investigación debe de regirse bajo las siguientes normas jurídicas:

- Artículo 64 de la constitución política de Colombia, que garantiza la protección de los derechos de autor de manera puntual.
- Ley 1581 de 2012 de la constitución política de Colombia, bajo la cual los datos personales no serán compartidos sin su previa autorización de quienes los suministran.
- Artículo 220 del código penal colombiano, que establece la obligación de no referirse a los demás en forma deshonrosa.
- Ley 905 de 2004 en la cual da los criterios a lo que debe considerarse como microempresa.

## **5. METODOLOGÍA**

### **5.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN**

En esta investigación se tomó como base la “Metodología de la investigación” (Roberto H, Carlos F, et al, 2006: 882).

### **5.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

En ésta investigación se caracterizó al microempresario palmirano, seguidamente se identificaron los motivos por los cuales decidieron cerrar sus microempresas, con base a las situaciones que tuvo que afrontar durante su proceso de gestión empresarial. Dado que no existen investigaciones previas en el municipio de Palmira que aborden esta problemática se empleó un estudio exploratorio en sus comienzos y descriptivo con un enfoque cuanti-cualitativo donde se documentaron las experiencias que los microempresarios afrontaron hasta el cierre.

### **5.3 FASES DE LA INVESTIGACIÓN**

En el desarrollo de esta investigación se busca Identificar las causas del cierre de las microempresas de la ciudad de Palmira en el período 2010 – 2014, se efectuará en cuatro fases, desglosadas a continuación:

### **5.3.1 Fase 1**

En ésta fase se desarrolló la idea del problema de investigación, delimitándolo y estableciendo su formulación final, de igual forma, se realizó la revisión de literatura basada en fuentes bibliográficas, como libros, artículos, internet y tesis relacionadas con el tema de estudio, También se identifica el tipo, enfoque de la investigación y las técnicas e instrumentos para la recolección de los datos. Además se consultó ante la Cámara de comercio del Municipio de Palmira, para solicitar la base de datos de las microempresas que hayan cancelado su matrícula mercantil ante ésta entre el 2010 - 2014 para poder conocer la población que abarca y luego estimar la muestra objeto de estudio.

### **5.3.2 Fase 2**

Esta fase facilita el acercamiento a la población objetivo, es decir, llevar a cabo el trabajo de campo, para lo se deben ejecutar las siguientes actividades:

- De acuerdo con la base de datos suministrada por la Cámara de Comercio de la ciudad de Palmira seleccionar la muestra poblacional de forma representativa.
- Emplear el instrumento determinado para recolectar los datos de la fuente primaria (microempresarios de la ciudad), que para esta investigación es una entrevista semiestructurada

### **5.3.3 Fase 3**

Para desarrollar esta fase se necesita la información recopilada con el instrumento aplicado, para realizar lo siguiente:

- Mediante gráficas y tablas analizar los datos correspondientes.
- Interpretación de los datos obtenidos.

#### **5.3.4 Fase 4**

En esta fase, de acuerdo al desarrollo del trabajo se verifica el cumplimiento de los objetivos propuestos, comparando el marco teórico con los resultados obtenidos, ya sea para reafirmar las tendencias de los marcos o para identificar nuevos comportamientos en el entorno, lo cual permite generar conclusiones.

#### **5.4 POBLACIÓN**

La población de estudio de esta investigación, estará formada por todas las microempresas de la ciudad de Palmira (Valle del Cauca), que cancelaron su matrícula mercantil ante la cámara de comercio, en el período 2010 – 2014, por lo tanto, de acuerdo a la información suministrada por éste ente privado de la ciudad señalada, existen 10.937 microempresas que cancelaron su registro mercantil en este determinado período

#### **5.5 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA**

Dado a que se conoce el número de microempresas que conforman la población, estadísticamente se puede decir que es una población finita de 10.937 y debido a

ésta condición se podrá aplicar la siguiente fórmula que se presenta y describe los elementos que la componen a continuación:

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Es el margen de confiabilidad, en este caso, es un margen de 95%, tomando Z el valor de 1.96.

p = Probabilidad de que ocurra, se toma el 95%.

q = Probabilidad de que no ocurra, (1 – p).

e = Error de estimación, se toma el 5%.

N = Tamaño de la población, según el estudio es de 10.937.

Reemplazando los valores de la fórmula se tiene:

$$n = \frac{1.96^2 * 0,95 * 0,05 * 10937}{(10937 - 1) * 0,05^2 + 1,96^2 * 0,95 * 0,05}$$

$$n = \frac{1995,740012}{27,34 + 0,182476}$$

$$n = \frac{1995,740012}{27,522476}$$

$$n = 72,51$$

$$n \approx 72$$

Las microempresas que se estudiarán serán seleccionadas a través de un muestreo aleatorio simple utilizando la base de datos que la Cámara de Comercio ha proporcionado, éste método se caracteriza por otorgar la mínima probabilidad de ser elegidos a todos los elementos de la población de uno en uno a la vez hasta completar el número de la muestra.

## **5.6 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

Se recolectará la información mediante una entrevista semiestructurada aplicada a los microempresarios seleccionados en la muestra aleatoria y como instrumento, se utilizará un cuestionario.

## **5.7 DESCRIPCIÓN DEL INSTRUMENTO A UTILIZAR**

El cuestionario que se utilizará durante la entrevista se desglosa en dos secciones. (Ver anexo A).

La primera sección de la encuesta corresponde a la identificación de un perfil del emprendedor, esto con el fin de poder analizar el impacto de cada uno de estos

factores en cada uno de los tipos de aspectos que sus microempresas enfrentaron y no pudieron superar para mantenerse.

Permite identificar tendencias a partir de sus aspectos psicológicos y de la realidad en la cual iniciaron con su modelo de negocio, es un aspecto que ayuda a clasificar las causas con respecto a la tipología del emprendedor en cuestión.

Este apartado nutre al trabajo de campo en tanto que permite analizarlo desde diferentes perspectivas y permite poder llegar a diferentes tipos de conclusiones según el emprendedor como tal.

La segunda sección de la encuesta está orientada a determinar las causales que llevaron a la desaparición de la microempresa según los diferentes aspectos que influyen en ella, mediante preguntas abiertas que le permiten al empresario hablar abiertamente de su experiencia en la gestión de su microempresa.

Esta herramienta es el principal insumo para la investigación, dado que de ella se va a llegar a la conclusión de la misma, por ende, una aplicación adecuada es fundamental, para que los resultados encontrados sean significativos en materia de investigación.

## **5.8 LIMITACIONES DEL ESTUDIO**

La investigación se llevará a cabo analizando solamente las microempresas que cancelaron su matrícula mercantil, ubicadas en la ciudad de Palmira (Valle del Cauca).

Una de las limitaciones esperadas en el estudio, es que algunos microempresarios hayan cambiado sus datos con respecto a los registrados a la Cámara de Comercio, dado que resulta complejo porque son empresas que han desaparecido.

Otra es que los microempresarios no quieran participar en el proceso mediante las entrevistas acreditando que no tienen tiempo o que no les interesa dado que no obtendrán ningún provecho.

## **6. ANALISIS DE LOS RESULTADOS**

En este capítulo se mostrará el análisis realizado a los datos obtenidos a través de las entrevistas, retomando el problema planteado, los objetivos trazados y el marco teórico de la investigación.

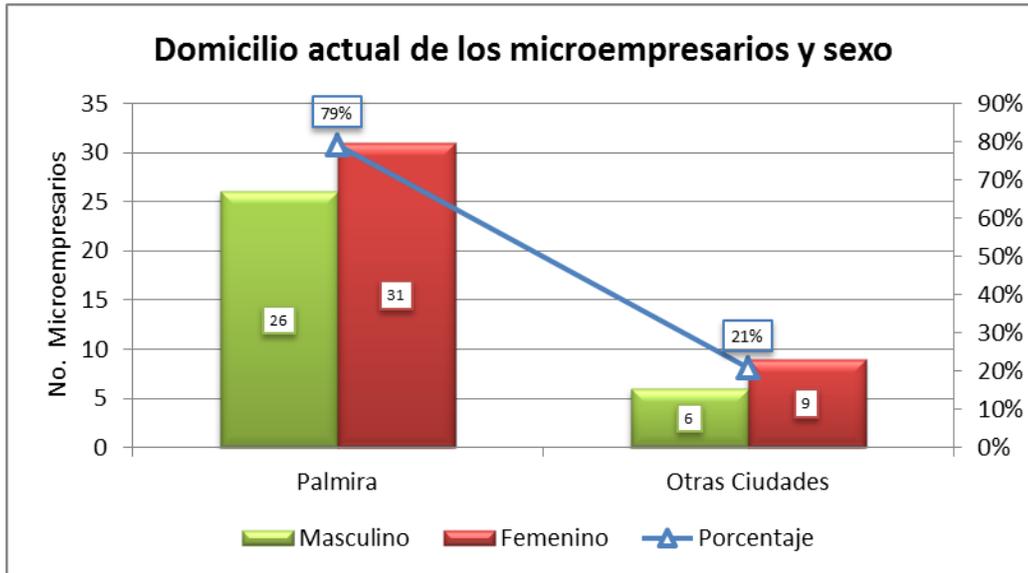
De los 72 microempresarios a entrevistar según la fórmula utilizada para calcular la muestra, se pudo contactar solamente a 57 microempresarios que aún residen en la ciudad para la aplicación del instrumento que permitió desarrollar el estudio, los 15 faltantes no pudieron ser contactados por cambio de residencia.

A continuación se detallan los resultados de cada una de las secciones del cuestionario:

### **6.1 PERFIL DEL MICROEMPRESARIO QUE CANCELÓ MATRICULA MERCANTIL**

A continuación se analizarán las variables del cuestionario que detallan las características del microempresario objeto de estudio.

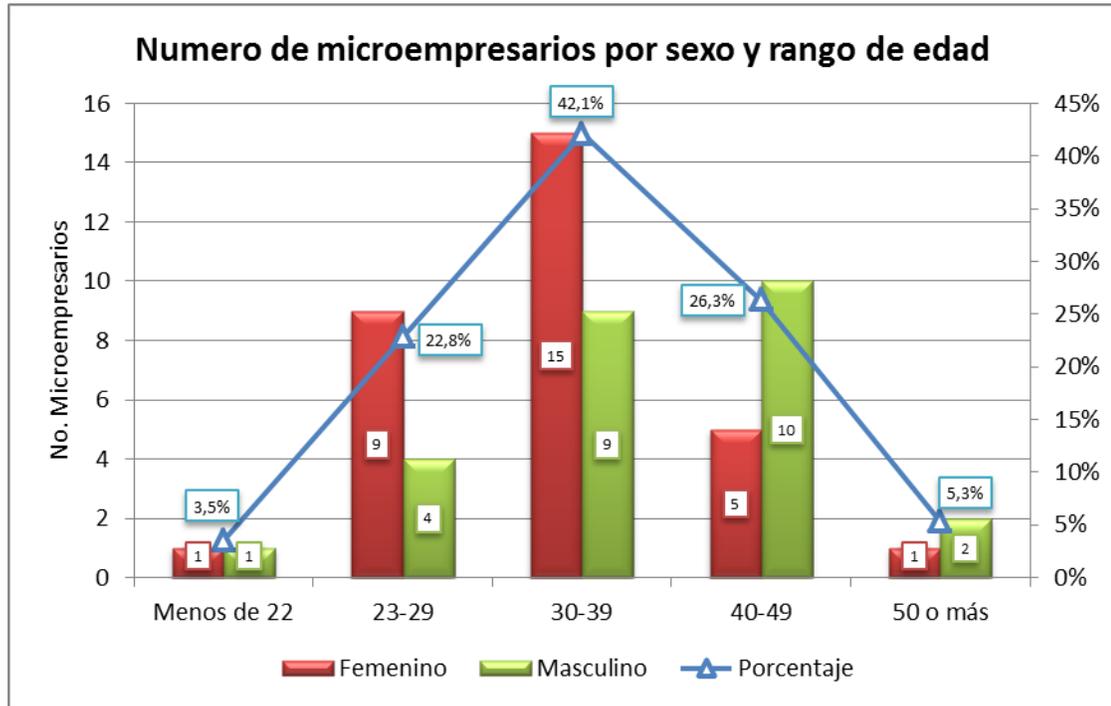
**Figura 1. Lugar de residencia actual del microempresario**



**Fuente:** *Elaboración propia - 2015*

En cuanto al lugar de residencia actual de los microempresarios que cerraron o cancelaron su matrícula mercantil, se aprecia que la mayoría de ellos (79%) aún viven en la ciudad de Palmira, siendo las mujeres quienes aperturan mas microempresas con el 54,3% con respecto a los hombres con el 45,6%; también se infiere que el 21% de los microempresarios que cerraron viven en otras ciudades, tal como lo muestra la anterior gráfica.

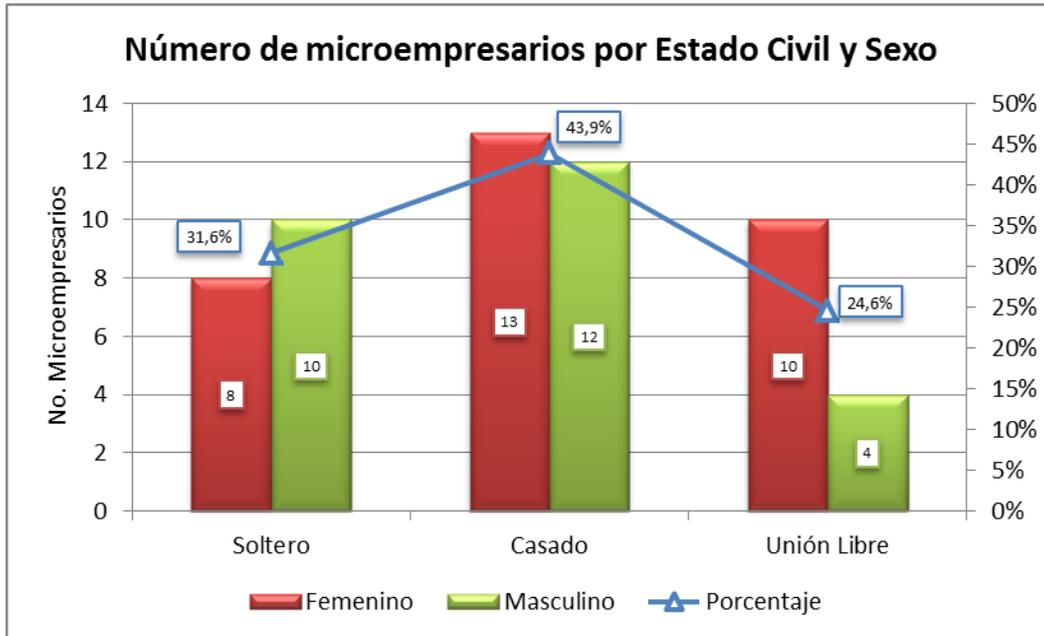
**Figura 2. Sexo y Rango de edad**



Fuente: *Elaboración propia - 2015*

Con respecto a la edad y el sexo se observa en la anterior gráfica, que el 46% de los microempresarios entrevistados son hombres y el 54% mujeres, el 68% de los entrevistados se encuentra en un rango de edad de 30 a 49 años, sin embargo es importante resaltar que los microempresarios que emprenden su negocio después de los 50 años corresponden a personas jubiladas que buscan una actividad económica para invertir su dinero. En la totalidad de la muestra, la mayor parte de la población está conformada por mujeres.

**Figura 3. Estado Civil**

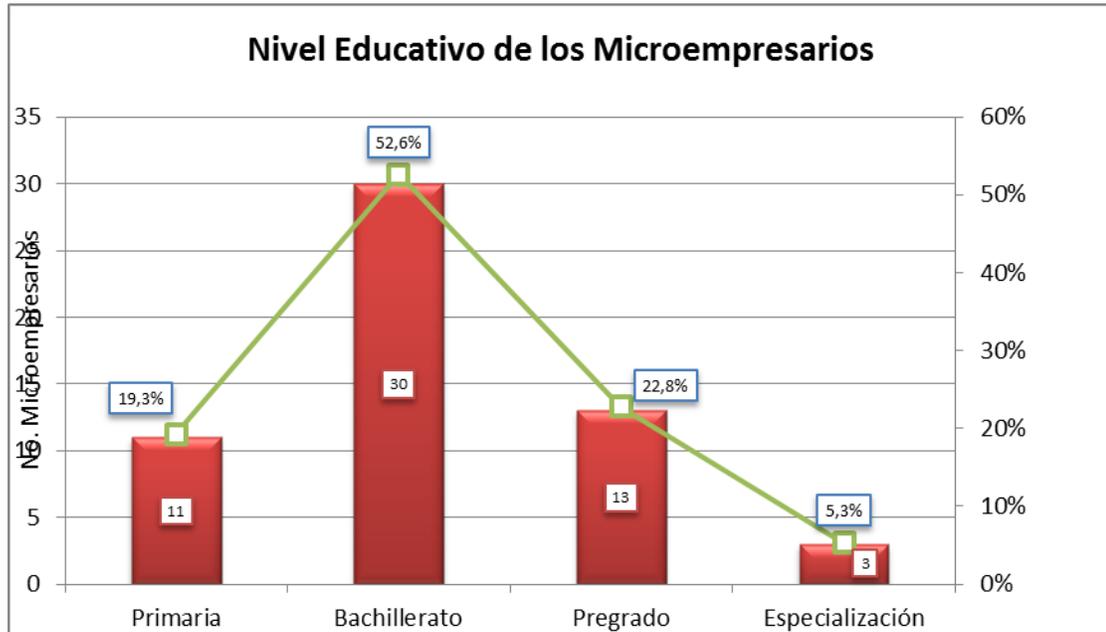


Fuente: *Elaboración propia - 2015*

Teniendo en cuenta la gráfica que refleja los resultados obtenidos, se puede deducir que el 44% de los microempresarios son casados al momento de iniciar su empresa, en proporción similar entre mujeres y hombres, seguidamente se encuentran los microempresarios solteros con el 32% y finalmente el 24% de estos tienen una relación de unión libre.

Esta información toma importancia en tanto nos indica cierto grado de estabilidad y de responsabilidad que tienen los microempresarios al momento de emprender su idea de negocio, observando una gran diferencia entre los solteros con relación a quienes sostienen una relación estable y/o han conformado un hogar ya sean casados o en unión libre.

**Figura 4. Nivel Educativo**



**Fuente:** *Elaboración propia - 2015*

Del total de los microempresarios entrevistados el nivel educativo más alto alcanzado en el momento de emprender con su microempresa ha sido el bachillerato con el 53% de participación con respecto a los demás, seguido por el nivel pregrado con el 23%, y el nivel de especialización fue alcanzado por un 5%, representado por 3 microempresarios de la ciudad

En resumen, se puede decir que los microempresarios Palmiranos objeto de estudio son hombres y mujeres que en su mayoría, están entre un rango de edad de 30 a 49 años, en su totalidad son casados en el momento de emprender y con un nivel educativo en su gran mayoría de bachillerato y por lo general cierran su microempresa pero continúan viviendo en la ciudad.

Por consiguiente, la mayor tasa de cierre de negocios en la ciudad de Palmira se registra en propiedad de la figura femenina, sin ningún tipo de característica

especial conforme al estudio o algún tipo de equivocación más recurrente en la población femenina, esto se da simplemente porque la mayor cantidad parte de la población objeto de estudio es del sexo femenino.

## **6.2 MOTIVOS QUE ORIGINARON LA CREACIÓN DE MICROEMPRESAS**

Se identifican las tendencias de la realidad por la cual iniciaron con su modelo de negocio con el fin de describir las experiencias del microempresario.

### **6.2.1 Tener una fuente de ingresos para sobrevivir**

Hay microempresarios cuya motivación principal para emprender es el hecho de necesitar una fuente de ingresos que les permita sobrevivir y poder costear todas sus necesidades básicas para un vivir digno, en esta variable se hace menester anotar que al tener la consecución de dinero como principal se tiende a perder de vista el potencial que representa la sostenibilidad de la empresa para el desarrollo social y económico de la ciudad, si bien es una motivación necesaria a largo plazo, puede significar un problema en tanto el microempresario no busque el desarrollo sino el beneficio propio al momento de iniciar el negocio.

### **6.2.2 Pérdida del empleo**

La pérdida del empleo supone una situación difícil de afrontar, muchos optan por crear su propia microempresa y ser independientes, lo cual conlleva un nivel mucho más alto de responsabilidad y esfuerzo que ser un empleado con funciones ya predeterminadas a ejecutar, un emprendedor debe enfrentarse a mayores desafíos, este tipo de motivación y el deseo de querer ser independiente es un factor que impulsa al microempresario a llevar su idea de negocio lo más lejos posible, puesto que al haber sido empleado anteriormente y haber abandonado por cualquiera que sea la razón, le supone a éste un conformismo al que no se acostumbrará ya que con su propia microempresa puede obtener muchos más beneficios.

### **6.2.3 Emprendimiento por pasión**

En este apartado se encuentran los que no emprenden por ningún tipo de necesidad sino por el placer que les produce hacer aquello en lo que emprenden, este tipo de motivación le brinda al microempresario una gran capacidad de perseverancia e incluso invertir en su idea de negocio el tiempo, dinero y esfuerzos necesarios para que esta idea triunfe, puesto que es en lo que creen y aman realizar, en este punto de motivación la perseverancia es un indicador fundamental que no se perderá a pesar de los obstáculos que se les puedan presentar en su diario hacer.

### **6.2.4 Para tener una ocupación**

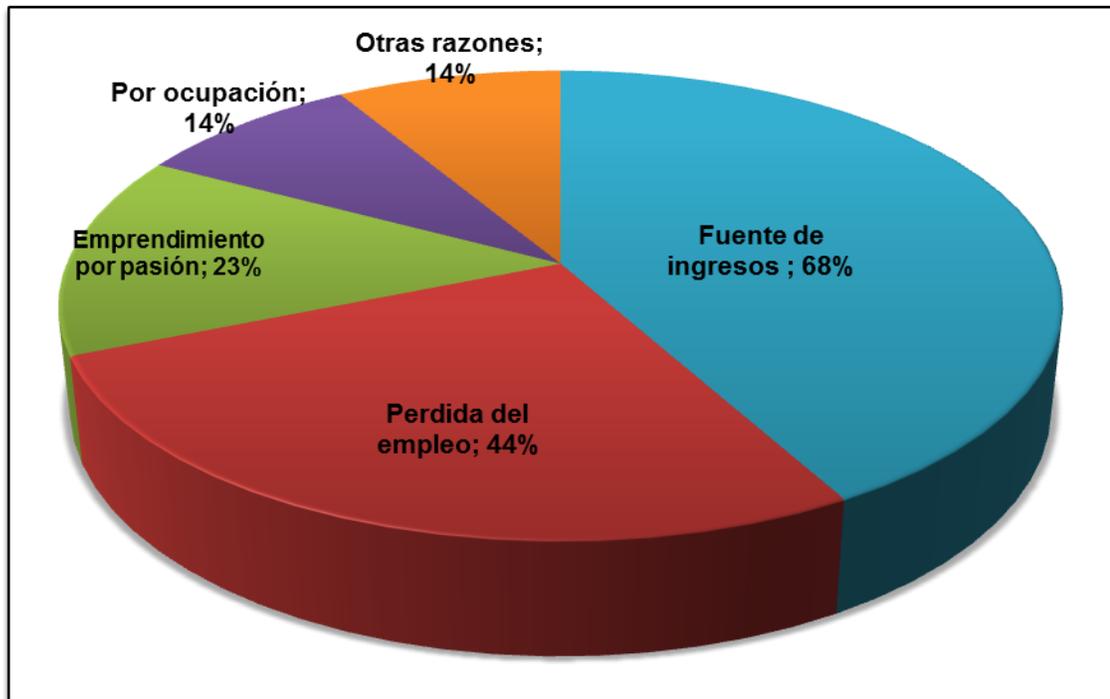
El buscar en que emplear el tiempo, es otra razón para emprender un negocio, debido a que la mayoría de estas personas han conseguido un capital que desean invertir, buscan una idea de negocio llamativa a primera vista con el objetivo de crear una microempresa en donde puedan desarrollar una actividad que los mantenga ocupados y además puedan divertirse y disfrutar de poder invertir el tiempo en algo provechoso.

### **6.2.5 Otras razones**

Lo que motiva a algunos de los microempresarios a emprender son las oportunidades de mercado que en su mayoría suponen, sin ningún tipo de estudio previo, que al ofrecer un producto y/o servicio pueden obtener ganancias, solo crean las microempresas con la concepción de que su idea de negocio da, es decir que generará buenas utilidades.

Otros factores que motivan a emprender son el deseo de generar riqueza al ser el dueño, dado que se busca la forma de independizarse y de crecer por cuenta propia.

**Figura 5. Motivación para iniciar la microempresa**



Fuente: *Elaboración propia - 2015*

Con respecto a esta pregunta incluida en la entrevista, el motivo de mayor representatividad para iniciar fue el interés por tener una fuente de ingresos propia para poder subsistir con el 68%, seguido por quedar desempleado con el 44%.

### **6.3 DESEMPEÑO DE LAS MICROEMPRESAS EN SUS INICIOS SEGÚN LOS MICROEMPRESARIOS**

La mayoría de los microempresarios mencionó que el capital inicial para sus negocios fueron ahorros, y que el tiempo inicial de dedicación a la microempresa fue entre 8 y 12 horas diarias.

Manifiestan que empezar un negocio es bastante complicado, puesto que a veces no marcha como se espera, también requiere de tener un capital extra para subsistir los primeros meses dado que aún no se obtienen las ganancias necesarias.

Los primeros seis meses tienden a tener pérdidas debido a que el negocio es nuevo y requiere que lo conozcan, pero después de que atraen los clientes el negocio va funcionando mejor y se evidencian las ganancias al año.

Otros microempresarios relatan que su inicio no fue complicado, debido a que ya venían desarrollando esta actividad sin estar inscritos ante cámara y comercio, teniendo como ventaja un mercado explorado y unos clientes fieles.

Por último, algunos microempresarios no tienen una idea clara de cómo marcha el negocio, dado que no han realizado ningún tipo de planeación básica y se preocupan por realizarla después de estar operando y es ahí donde comprueban que su negocio no está siendo lo suficientemente rentable

## **6.4 MOTIVOS QUE ORIGINAN EL CIERRE DE LAS MICROEMPRESAS EN LA CIUDAD DE PALMIRA**

La identificación y estudio de los diferentes motivos, en su totalidad, representan el objetivo principal del estudio, su ponderación porcentual, en cada uno de los distintos ítems específicos no es excluyente, es decir, que un microempresario que haya presentado una planeación sin fundamentos (en el caso de los motivos administrativos), al mismo tiempo pudo tener también problemas en la ejecución, falta de indicadores y/o falta de proceso de análisis, manejo del tiempo y de la información, significando esto que la sumatoria de esa caracterización porcentual puede ser mayor al 100%, siendo esto, una constante en todas las diferentes categorizaciones de los motivos del cierre de las microempresas en la ciudad (administrativos, financieros, marketing, factores externos y otros factores de fracaso).

En la Figura 6: “Causas de cierre de las microempresas en la ciudad de Palmira” se plasman los resultados de cada categoría a manera general del ejercicio de investigación, permitiendo saber el impacto total de cada categoría sobre la población objeto de estudio.

### **6.4.1 Administrativos**

En el proceso de administración se hace menester llevar un control continuo de todas las actividades de la microempresa, regularidad de sus ventas, alcance constante del punto de equilibrio entre unidades vendidas y costo de manutención de ésta, en ninguno de los casos emprendedor alguno tenía algún tipo de indicador que pudiera ayudarle a llevar un control que le permitiera mejorar su rendimiento. Con una incidencia del 30% los factores administrativos son los de

mayor peso al momento del cierre de las microempresas hallados en el presente estudio, identificándolo como un pilar vital a fortalecer entre los microempresarios si se quiere cambiar este escenario de cierre microempresarial por uno de continuidad y sostenibilidad a corto, mediano y largo plazo. La falta de conocimientos técnicos, recolección de información, uso de información entre otras actividades por parte de los microempresarios, hace que esta categoría influya con un gran impacto en su cierre, puesto que carecen de una base sólida para tomar decisiones en cuanto a su microempresa y esto dificulta su supervivencia.

**Figura 7: Causas Administrativas**



**Fuente:** *Elaboración propia - 2015*

Este aspecto es fundamental para cualquier emprendedor, es el que ayuda a tener un grado de organización en la ejecución de las labores diarias, así como llevar registro de las actividades y su evolución al pasar del tiempo, dentro de esta categoría hay dos ítems latentes que se identifican en la población estudiada.

### **Planeación sin fundamentos:**

La planeación en este caso, viene siendo el plan de negocios si hablamos al momento anterior a la puesta en marcha de la idea de negocio, que, por cierto ninguno de los emprendedores manifestó haber realizado. En este caso particular la planeación posterior a la formalización de la microempresa también fue nula, no hay indicador de ningún tipo bajo el cual se pueda generar algún tipo de crecimiento a largo plazo, tampoco hay estrategias de expandir el mercado o diversificar productos para así aumentar sus ingresos manteniendo los mismos clientes. Una cosa lleva a la otra, si el plan de negocios no está claro y se actúa según van ocurriendo los eventos, la capacidad de reacción disminuye, puesto que le va a tomar más tiempo al emprendedor tomar las decisiones adecuadas que le permitan a su microempresa seguir en funcionamiento y si la reacción toma más de lo necesario, se ve rápidamente inmerso en una situación donde su microempresa ya no es rentable.

Se encontró que un 44% de la población objeto de estudio tuvo esta falencia, claramente expresaron en su discurso que al momento de emprender su idea, no realizaron ningún tipo de estudio previo a la realización de esta, por ende, la información importante como la proyección de ventas, clientes potenciales, portafolio de productos/servicios a ofrecer según las exigencias del mercado no estuvo disponible antes de considerar poner en marcha la idea, se dejaron guiar por su instinto y también por su observación superficial al entorno, este impacto del factor administrativo al cierre de las microempresas de la ciudad es altamente representativo, se evidencia que los emprendedores de la ciudad no tienen conocimiento de la correcta puesta en marcha de una idea de negocio, por tanto, cometen estos errores a la hora de desarrollar su idea y omiten pasos e información primordial para poder reducir sus probabilidades de cierre a corto, mediano y largo plazo.

### **Problemas en la ejecución:**

Ya la ejecución viene supeditada por la planeación, si no hay ningún tipo de planeación sobre la cual realizar una ejecución, es cuando menos lógico que durante el desarrollo de la idea se actúe instintivamente y se cometan errores de toda clase, detalles simples como los colores del local, presentación de los productos a la vista del cliente, el diálogo base con el cual abordar al cliente, entre otros muchos factores que no se analizaron desde la planeación, en la ejecución se ven desarrollados de una manera mediocre y que a largo plazo es muy difícil que logren mantenerse en competencia con respecto de otros establecimientos.

Este apartado obtuvo una incidencia del 38% en el cierre de las microempresas de la ciudad, si bien está condicionado por la planeación previa a la creación de la microempresa, no necesariamente implica que sean causa y efecto respectivamente, una ejecución ineficiente de las labores hace que sea muy poco probable la fidelización de los clientes para el sostenimiento de cualquier microempresa, además de que supone un mal funcionamiento de ésta, en tanto las tácticas empleadas no están elaboradas en base a una estrategia debidamente definida. El hecho de realizar una ejecución mediocre supone una omisión de datos y registros que se hacen fundamentales a la hora de tomar decisiones, este punto de inflexión hace que los microempresarios fracasen en su emprendimiento inevitablemente.

## **Falta de indicadores**

Este apartado se caracteriza por la carencia del microempresario en crear algún tipo de variable medible para la evaluación periódica del desempeño y desarrollo de la microempresa, dificultando el sostenimiento de ésta a través del tiempo.

La falta de indicadores es un gran problema, el no tener registro alguno de las actividades de la microempresa no permite evaluar el desempeño que ésta tiene, lo cual, a su vez hace imposible que se pueda proyectar a mediano o corto plazo con cierto grado de incertidumbre. La falta de indicadores también dificulta la toma de decisiones estructuradas, puesto que no se dispone de ninguna información se debe de optar por tomar decisiones basadas en la propia percepción del microempresario sin ningún tipo de soporte cuantitativo de peso, éste apartado representa un 22% de la población total.

## **Falta de proceso de análisis, manejo del tiempo e información.**

Comprende la rudimentaria costumbre del microempresario de realizar análisis de naturaleza cualitativa, que no dan garantía alguna en el caso de estar indebidamente orientados, contiene también la variabilidad de sus tiempos, no saben cuánto tiempo invertirle a su microempresa o lo invierten de manera parcial al tiempo de realizar otro tipo de actividades que no tienen nada que ver con ésta, ocasionando un desempeño mediocre por falta de enfoque, además de esto, no saben categorizar la información que sus clientes puedan brindarles y los pocos que lo hacían se limitaban a las encuestas de satisfacción, que aunque no están mal, eran incorrectamente aplicadas, además de ser muy superficiales a la hora de análisis e información relevante.

Se obtuvo una incidencia del 16% en el cierre de las microempresas, al no tener un plan de acción claro a seguir, los microempresarios empiezan a actuar

conforme su microempresa va enfrentando dificultades y diferentes situaciones, forzándolos a improvisar sin ningún tipo de garantía al momento de ejecutar lo que ellos consideran debe realizarse en el determinado momento.

#### **6.4.2 Financieros**

Aquí se encuentran agrupados todos aquellos indicadores de carácter financiero que influyen directamente en la gestión de las microempresas, el más destacado de todos es que el nivel de ventas queda por debajo del punto de equilibrio entre ventas y costos de operación, por tanto se hace inminente el cierre del establecimiento, ya que, llegado a este punto no produce ni siquiera lo necesario para mantenerse sin ganancia alguna, esta categoría registró una incidencia del 26% constituyendo la segunda causal de cierre más influyente encontrada en el estudio, la falta de investigación que realizan los microempresarios con cara a las diferentes fuentes de financiamiento de las que disponen es mínima o nula, no tienen ningún tipo de aval conforme a los bancos y sucumben ante el miedo de quedar endeudados con una idea que fracase, esto se debe a que, no se realiza ningún tipo de estudio previo, ya sea de prefactibilidad conforme a la idea o un estudio de cualquier otra naturaleza, no brinda ningún tipo de garantía al microempresario por lo que prefiere no arriesgarse a invertir lo necesario y en gran parte de los casos encontrados, esto se ve reflejado en una mala ejecución debido a recursos insuficientes para un óptimo funcionamiento de las diferentes microempresas.

Se encuentran también otros factores como:

**Figura 8: Causas financieras**



**Fuente:** *Elaboración propia - 2015*

**Falta de proyecciones financieras:**

Los microempresarios no definen un planeación financiera, y esto lleve a que no dimensionen la realidad de su negocio en cuanto a cifras, al no contemplar este factor, no miden el tiempo en que tardaran para alcanzar un punto de equilibrio, ni el retorno de la inversión, no dimensionando los ingresos suficientes para mantenerse en el mercado y poder subsistir.

Con una incidencia del 41% se hace evidente que la falta de planeación, en este caso financiera, hace que la microempresa no tenga una idea de su rango de ventas en ningún momento de su puesta en marcha, la falta de proyecciones financieras impide determinar la tasa interna de retorno y además genera incertidumbre sobre la continuidad de ésta por la falta de información y análisis de rendimientos.

### **Dificultad de financiamiento:**

La mayoría manifestaron que crearon sus empresas con inversión propia o con el financiamiento de algunos familiares y amigos, pero fueron muy pocos los que recibieron financiamiento de las entidades bancarias, pues algunos solicitaron créditos pero les fueron negados por no tener capacidad de endeudamiento; lo que reduce su capacidad de inversión en el negocio.

Con una ocurrencia del 33% se refleja la falta de confianza de los microempresarios para con las entidades financieras, no creen en éstas entidades porque no ven la viabilidad de la idea debido a las altas tasas de interés, sumado a esto, su falta de planeación aumenta esta desconfianza, puesto que le genera un problema adicional al de gestionar su microempresa y es el de responsabilizarse por una deuda que, a falta de información, no sabe ni siquiera si es posible pagarla, tampoco el tiempo, margen de error, entre otra información a tener en cuenta, por ello prefieren iniciarla con sus propios activos, cuestión que, en su mayoría hace que les falte inversión para la idónea puesta en marcha de la microempresa para su correcto funcionamiento.

### **Administración del dinero:**

Generar ingresos propios, puede ser una buena idea para crear un negocio, pero el solo hecho de que el negocio sea rentable no significa que se deba disponer de ese dinero sin ningún control, dado que hay que contemplar otras obligaciones que se van adquiriendo, es decir tener un negocio rentable no es sinónimo de tener ingresos suficientes para mantener un estilo de vida bien definido. Teniendo una incidencia del 18% en esta causa, se analiza una actitud ambiciosa por parte del microempresario, quienes tuvieron ingresos considerables durante su gestión e incurrieron en ésta causa, se vieron afectados por una administración equivocada del dinero producido por la microempresa, si bien unos respondían por las

obligaciones tributarias, de nómina, funcionamiento y demás que comprenden el mantenimiento económico de una empresa, no reinvertían dinero de sus utilidades para hacer crecer a ésta, por tanto se iban quedando en la carrera del océano rojo del mercado y por otra parte hubo quienes ni siquiera se molestaban en responder por sus obligaciones legales, pareciera insólito, pero se encontró dentro del estudio realizado.

### **Gastos Operativos**

Comprenden todos aquellos gastos necesarios que no influyen directamente en la creación de valor para la microempresa, pero que se hacen necesario para la correcta elaboración de su producto o prestación de su servicio, es decir, son necesarios para el funcionamiento del establecimiento en cuestión. Con una incidencia del 11% en esta causal, algunos microempresarios debieron cerrar su microempresa debido a que sus gastos de operación no hacían viable la gestión de ésta en cuestiones financieras, esto quiere decir que finalmente, los costos eran superiores a las ventas.

Esto lo ocasiona la falta de documentación y de investigación del microempresario, no se toma el tiempo para realizar su ecuación de valor y determinar cuánto lo cuesta su producto o servicio y cual su precio de venta, para poder determinar la viabilidad o no del funcionamiento de su idea de negocio.

### **6.4.3 Marketing**

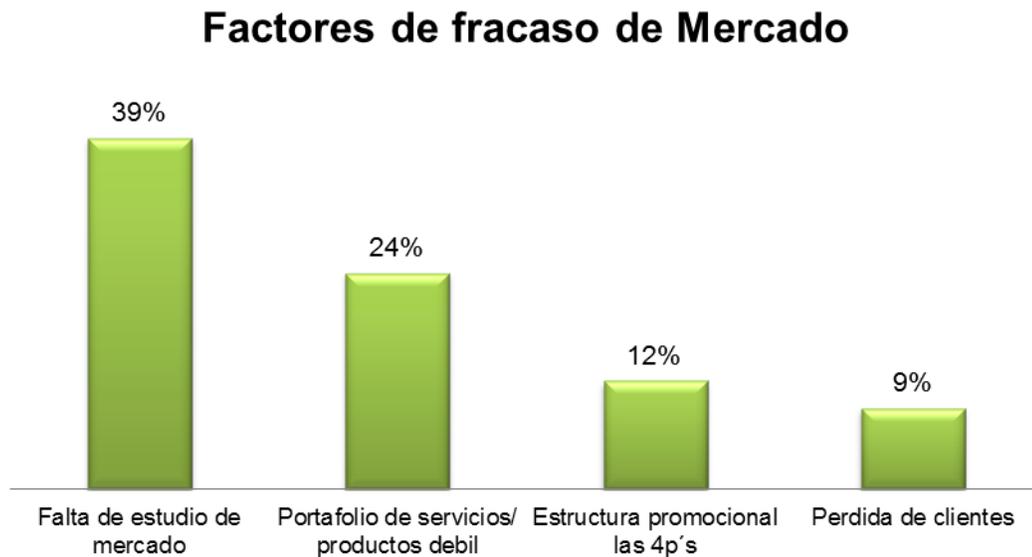
En este apartado se abarca todo lo referente a productos y servicios ofrecidos así como la forma de ofrecerlo y los canales que se utilizan por el emprendedor para hacer una comunicación en doble vía con el cliente que pueda ser efectiva y que

satisfaga la necesidad del cliente, así como también pueda permitir la obtención de ingresos para la microempresa.

Son varios los canales que un microempresario puede utilizar para dar a conocer su nueva idea de negocio a clientes potenciales, la más valiosa actualmente es el uso de las TIC's además de ser una buena estrategia y en la mayoría de casos gratuita por medio del uso de redes sociales y blogs generalmente.

Con una incidencia del 21% esta categoría es la tercera más influyente en el cierre microempresarial de la ciudad, todo el compendio de técnicas para dar a conocer el producto al cliente objetivo son vitales y de no ser tenidas en cuenta constituye una desventaja considerable, el microempresario, por lo general, no tiene un plan de acción claro a ejecutar, si bien conoce su idea, carece de planeación que le indique, el ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Qué? Y ¿Quién? Debe hacer determinadas actividades, le falta el desempeño táctico de su idea como resultado de no tener una estrategia previamente diseñada.

**Figura 9: Causas de Marketing**



**Fuente:** *Elaboración propia - 2015*

En esta categoría se destacan los siguientes ítems como los más influyentes al momento del fracaso de la microempresa:

#### **Falta de estudio de mercado:**

El estudio de mercado es un aspecto fundamental en el cual el mayor logro es identificar el perfil y tipo de cliente que se va a abordar, en este caso de estudio ninguno de los microempresarios estudiados dio una justificación de su idea más allá de algo netamente lógico, “yo inicié este negocio porque no había ningún otro en este sector”, “emprendí en esta idea porque ya estaba pensionado y necesitaba una ocupación” esas entre muchas otras declaraciones dejan ver el porqué del fracaso, si no hay un estudio lo suficientemente detallado como para reducir los niveles de riesgo, aumenta las probabilidades de no éxito, por supuesto que aun realizando cualquier tipo de estudio las probabilidades de éxito no van a alcanzar

el 100% pero si van a permitir conocer los escenarios que se pueden presentar y cómo afrontarlos en el caso de que se presenten.

Con una ocurrencia del 39% el estudio de mercado demuestra su importancia a la hora de garantizar la continuidad de una microempresa, sin esta información el microempresario puede tomar decisiones basadas en algo más que no sea su improvisación y lo que él cree y siente correcto, una vez más, no se apoyan en información, hay una carencia exorbitante de carácter investigativo por parte del emprendedor palmirano.

### **Falta de portafolio de servicios/productos:**

La inclusión de varios tipos de productos o servicios complementarios es un factor causal de fracaso en la población estudiada, puesto que pierden la oportunidad de generar más ventas, si voy a ofrecer el servicio de internet, debería de igual forma ofrecer el servicio de impresión, quemado de CDs, entre muchos otros servicios y productos que puedan ir de la mano, pero si me quedo con un solo servicio, además de perder clientela que va a buscar otro lugar donde le ofrezcan el paquete completo, también se pierde la oportunidad de generar mayores ingresos, muchos microempresarios se dedicaban a productos o servicios concretos, teniendo la oportunidad de aumentar su portafolio a ofrecer, esto a largo plazo les hizo perder una gran oportunidad de crecer y por el contrario les hizo desaparecer.

Con una incidencia del 18% la falta de portafolio de servicios representa la falta de creación y propuesta de valor del microempresario, muchas veces buscan apuntarle a un solo producto y en algunos casos es una decisión acertada, pero, en sectores como el de comidas, bisuterías, almacenes de repuestos, entre otros, la variedad de productos es vital, independientemente de ofertar varias marcas, todo esto encaminado a la satisfacción del cliente, la falta de oferta para el cliente es algo que, inmediatamente nos hace perder su fidelidad, pues, en la mayoría de

los casos éste prefiere conseguir todo en un mismo sitio que tener que desplazarse a diferentes lugares para conseguir lo que necesita, es una decisión lógica en el proceso de comprar o no.

### **Estrategia promocional las 4p's:**

Como es de imaginarse ninguno mencionó razones de peso para la selección de este mix de marketing, obviamente en la práctica se hace así no se tenga conocimiento de él, pero el hecho de no ser consciente de esta estrategia, en la mayoría de los casos, hace que sea mal utilizada, si no se define bien el producto o servicio y como se va a competir con él, en el sentido de calidad, precio, cercanía o algún otro factor que le de valor agregado al cliente, simplemente se es uno más en el mercado, así mismo para la plaza, el precio y la promoción, son variables a desarrollar en conjunto y que cada una pueda potenciar a la otra, en nuestro caso, los emprendedores no eran conscientes del diseño de su mix de marketing y por esto también fracasaron algunos de ellos. Con una incidencia del 12% el mix de mercado de los microempresarios fallaba, puesto que no era congruente en conjunto, si un ítem como el producto, está ubicado en una plaza que no lo beneficiará, aunque el producto tenga una propuesta de valor excepcional, está destinado al fracaso, esto pudo verse reflejado en los microempresarios que por falta de conocimiento e iniciativa para investigar operan mediante la improvisación, causando una mala ejecución en la forma de promocionar sus productos/servicios mediante la estrategia de las 4p's.

### **Pérdida de clientes**

Se refiere a la disminución del nivel de ventas, ocasionado por la no recompra de los clientes fieles que, deciden irse a la competencia por razones que oscilan entre la oferta de un mejor producto/servicio o la pésima gestión del microempresario a la hora de satisfacer las necesidades de éste. Con una incidencia del 9% algunos

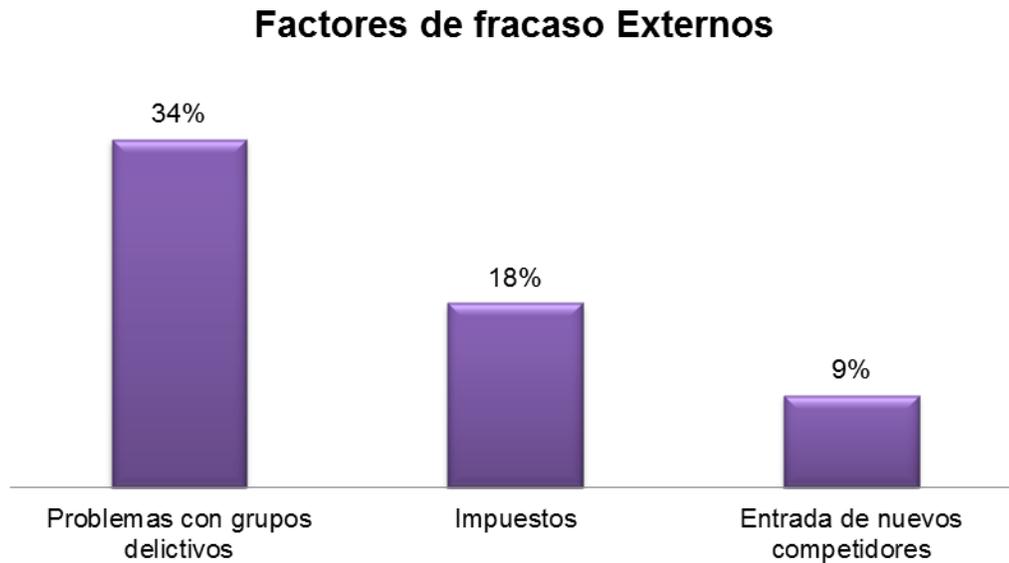
microempresarios fracasaron por fallar en mantener a sus clientes fieles, sin brindar ningún tipo de beneficios a éstos, en un mercado tan competitivo como el actual, quien ofrezca al cliente una propuesta de valor, donde éste perciba un beneficio mayor, ya sea éste en materia de precio, calidad o ambas, el cliente toma la determinación de cambiar de marca, ningún microempresario que se encontró en este apartado tuvo algún tipo de oferta especial para sus clientes que los motivara a ser leales a su marca, la falta de planeación promocional y planes de incentivación al consumo fueron relevantes para el cierre de estos microempresarios en cuestión.

#### **6.4.4 Factores Externos**

A pesar de las previsiones, el tiempo dedicado, esfuerzo invertido y estudios realizados, existen detalles que se salen del control del emprendedor, estas situaciones juegan en contra de cualquier microempresa y se presentan en contra de cualquier pronóstico que no hay manera de combatirlo.

Este apartado resultó en una incidencia del 20%, siendo factores que el microempresario no puede controlar como sí lo son los de todas las demás categorías, muestra una vez más la falta de investigación de los microempresarios, siendo en este caso su entorno específicamente, se evidencia un desinterés por parte del microempresario a la hora de emprender puesto que se limita a ejecutar su idea de la forma que éste cree, puede ir bien.

**Figura 10: Causas externas**



**Fuente:** *Elaboración propia - 2015*

Los factores más frecuentes en los microempresarios palmiranos entrevistados son:

**Problemas con grupos delictivos:**

Algunos de los microempresarios, relataron que desistieron de su iniciativa empresarial porque recibían amenazas constantes contra ellos y sus familias por no pagar las denominadas “vacunas” a grupos subversivos, también afirman no haber recibido ningún tipo de apoyo por parte de las autoridades correspondientes, por lo cual, prefirieron el cierre de sus microempresas, indicando que es mucho más importante la vida de sus familias como para arriesgarse a comprometer su seguridad. Con una incidencia del 34% es lamentable determinar que la delincuencia es el factor externo de mayor peso para la decisión del cierre de una microempresa en la ciudad.

### **Impuestos:**

Con el pasar del tiempo el impuesto que deben pagar los empresarios va aumentando según su nivel de ventas, en algunos casos, algunos de ellos manifiestan que cierran porque el impuesto llega a alcanzar niveles “ridículos” a razón de lo que ellos realmente producen, lo que hace que la actividad deje de ser rentable para ellos, aquí la mayoría lo que hace es vender el negocio, aunque usan el método de venta como fachada dado que al registrar nuevamente el negocio ante cámara y comercio los impuestos bajan por los beneficios que ofrece el estado para los nuevos emprendedores y pasan de ser los representantes legales en los registros a los administradores de la microempresa.

Este factor, también tienden a generar problemas debido a que muchos de los microempresarios ya tenían un negocio informal que generaba ganancias y cuando crearon empresa, aparece este factor, donde sencillamente se reducen o se vuelve mínimas. Con una incidencia del 18% el factor tributario es determinante al momento de cerrar una microempresa, si los impuestos en cuestión incrementan de forma demasiado acelerada no van a incentivar el emprendimiento en la ciudad, ahora bien, si el microempresario tuviera proyección alguna para sus años de ejecución y éstas proyecciones se actualizarán se pueden efectuar las labores de la empresa teniendo en cuenta éste factor y la forma de afrontarlo, de nuevo, la falta de planeación, aunque no es la única determinante en este apartado, también toma participación.

### **Entrada de nuevos competidores:**

La aparición de nuevas microempresas dedicadas a la misma actividad económica, generan en ellas una fuerte presión que conlleva a que analicen su mercado y como dentro de su planeación no previeron este fenómeno origina pérdida de clientes lo que lleva a que las ventas disminuyan y se vea afectada la

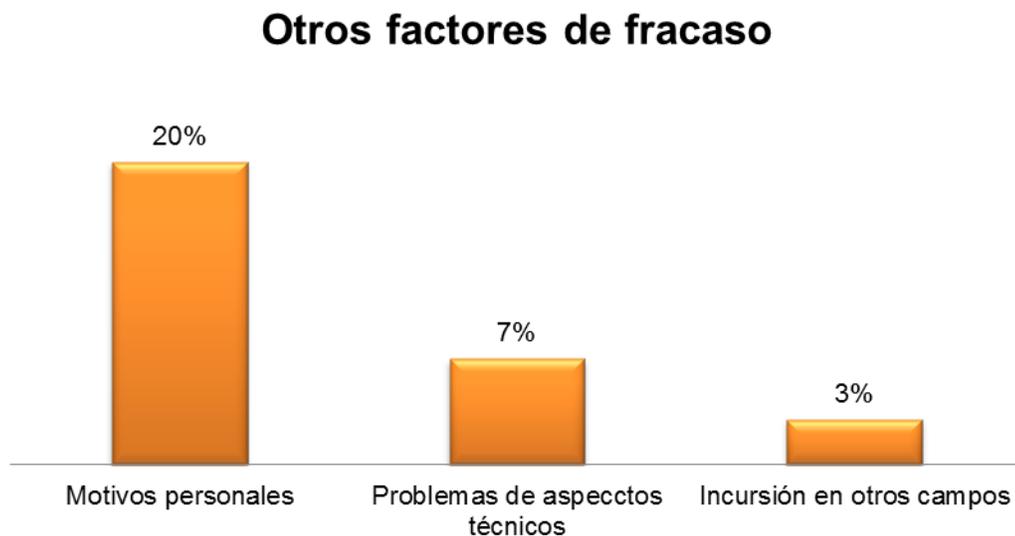
competitividad de la empresa. Con una incidencia del 9% se nota la falta de un plan de contingencia para este tipo de eventos, el microempresario, por lo general, no estima la entrada de nuevos competidores directos, ni tampoco el impacto que éstos puedan tener en la gestión de su microempresa, por ende, al actuar de forma improvisada cometen errores y terminan perdiendo contra microempresas más competitivas en su comparación.

#### **6.4.5 Otros Factores**

Aquí se exponen otros factores de cierre que no caben en ninguna de las otras categorías, pero que también influyen a la hora de que la microempresa se vea en la obligación de cerrar.

Con una incidencia del 10% los factores que no encajan en ninguna de las anteriores categorías, se caracterizan por no obedecer decisiones tomadas de una forma lógica sino personal, en éste ámbito se sale del ejercicio empresarial y toma un mayor peso el factor personal del microempresario, que termina llevando al cierre de la microempresa, en estos casos especiales solo cabe considerar la continuidad de la idea en manos de otra persona y que el fundador de ésta se relegue a un plano de accionista.

Figura 11: Otras causas



Fuente: *Elaboración propia - 2015*

Los factores principales son los siguientes:

#### **Motivos Personales:**

Algunos emprendedores deciden cerrar, no porque el negocio ya no sea rentable, sino porque deciden descansar de él, se mudan de una localidad a otra y no planean seguir con su actividad empresarial allá donde se dirigen o simplemente lo venden porque quieren o necesitan el dinero por cualquier circunstancia, en la mayoría de estos casos, el emprendedor simplemente vende la microempresa con todos sus activos e inclusive los nuevos dueños conservan el nombre comercial por el impacto y reconocimiento que este genera en sus clientes. Con una incidencia del 20% éstas razones no obedecen a ningún tipo de lógica empresarial, es una decisión que se toma por razones externas que condicionan la continuidad de la microempresa, si el microempresario optara por ceder el control

de la idea y relegarse a ser un accionista únicamente, pudiera considerarse el sostenimiento de la idea de negocio.

### **Problemas de aspectos técnicos**

Todo lo relacionado con la infraestructura, distribución dentro del local y demás detalles que influyen en la venta del producto y que lo hacen más atractivo para el cliente. Con una incidencia del 7% esta causal implica una falta de conocimiento técnico a la hora de la puesta en marcha de la microempresa, se nota la falta de investigación y capacitación del emprendedor para con su microempresa.

### **Incursión en otros campos**

Se refiere a la decisión del microempresario por incursionar en otro ámbito empresarial o laboral, pierde el interés y/o la pasión por la naturaleza de la actividad que estaba desempeñando. Con una incidencia del 3% el cambio de gustos representa cierre de microempresas en la ciudad, al igual que los motivos personales, si se eligiera pasar a un segundo plano en esta idea, pero permitirle su continuidad, mejoraría un poco la situación de las microempresas de la ciudad.

## 7. ESTUDIO DE CASOS

### 7.1 CASO 1: “Creando un negocio por no quedarse quieto”

Cuando se emprende solamente por la necesidad de hacer algo y de ocupar el tiempo en algo productivo, se carece de una verdadera visión de empresa, se cometen, en este orden de ideas una serie de errores en forma consecutiva que, aun antes de formalizar la empresa, ya la están predeterminando a un inminente fracaso.

Es este el caso de la microempresa de fotocopias cuyo inicio nace de la posibilidad de inversión de un dinero obtenido por una jubilación, que además de crear una actividad de ocupación, genere, obviamente unos ingresos considerables. Sumado a esto, la única razón de peso para la creación de este tipo de microempresa, fue que en esa zona no había ninguna empresa dedicada a prestar ese servicio.

En sus inicios no se realizó ningún tipo de proyección a lo que la microempresa podría llegar a convertirse o crecer, en palabras textuales era más “una cuestión de entretenimiento o pasatiempo” dejando a un lado la rentabilidad que ésta actividad económica en realidad pudiese llegar a representar. Luego de esto, empezando ya a realizar cálculos y cuentas por pagar, se dieron cuenta de que los costos de operación eran mucho mayores que las ventas que realmente generaba la máquina fotocopidora, aquí, cabe aclarar que su actividad económica giraba solamente en torno a las fotocopias, no había ningún otro tipo de servicio complementario o accesorio, como bisutería, regalos, juguetería, cuadernos, etc. Es allí donde realmente se dan cuenta que esa concepción de empresa por entretenimiento no es viable.

Finalmente con la incursión de otra actividad comercial competidora como un café internet que apareció a tomar gran parte de su mercado, fue la última razón de peso que definitivamente les llevó a cancelar su matrícula mercantil y dejar de prestar el servicio, cabe aclarar esto, puesto que hay microempresas que cancelan y siguen operando en la clandestinidad.

## **Análisis**

En este caso particular hay una serie de elementos clave que sirven como indicadores para determinar el fracaso puntual de este emprendimiento, más allá de que la empresa sea o no rentable.

En primera instancia se crea una microempresa sin visión alguna, ya que no hay aspiración de crecimiento por parte del emprendedor, sumado a esto, no se realiza ningún estudio o análisis de peso que justifique la creación de una microempresa de este tipo, se toma la iniciativa por una simple noción de que el hecho de no tener competencia, hace prometedora la creación de ésta. Al no existir ningún tipo de análisis de infiere que no se contemplaron ni siquiera los aspectos básicos a tener en cuenta en la creación de una microempresa (costos, gastos y ventas mínimas).

Otro factor de peso que influye en el cierre de esta microempresa es que en su portafolio de servicios no tiene más que una actividad para ofrecer a sus clientes, es por esto, que cuando aparece la competencia haciendo lo mismo, mejor y además con un portafolio de servicios más amplio.

En conclusión, las causas de cierre fueron un compendio de errores que se agrupan en:

Factores Financieros, como ingresos insuficientes para la sostenibilidad de la microempresa, costos y gastos operativos no contemplados.

Factores Administrativos, entre los cuales no se encuentra ningún tipo de planeación preliminar.

Factores Externos, como el ingreso de competidores con valor agregado en la prestación de sus servicios, sumado a mayores opciones de atraer clientes.

## **7.2 CASO 2: “Cambio del mercado”**

En este caso, tenemos un emprendedor con visión a largo plazo, cuyo deseo de emprender nace desde la época en que tenía un empleo estable en una buena empresa como administrador, su pasión por la fotografía lo motivó a querer incursionar en este tipo de empresa, remontándonos al año de 1998, quiso incluir también la edición de videos.

En sus viajes alrededor del mundo, éste emprendedor se encuentra con técnicas de fotografías y específicamente en Europa encuentra una serie de equipos de conversión de videos a formato local, para su reproducción, realiza compra de estos equipos para conversión y además se dedicó también a la realización de videos para ocasiones especiales, como bautizos, grados, quince años y demás.

En sus primeros años de actividad, la empresa no tuvo ningún tipo de inconvenientes, puesto que el negocio fue bastante rentable y se proclama como pionero en este tipo de actividad en la ciudad, por eso mismo expresa que su éxito en los primeros años pudo darse sin mayores obstáculos.

Luego se presenta un fácil acceso a las nuevas tecnologías de información como computadoras caseras, celulares con cámaras integradas y demás dispositivos electrónicos que permitían la creación y edición de videos a cada usuario, tuvo un gran impacto en sus ventas, dado de que el servicio estaba siendo desplazado, sumado a esto, el emprendedor compartía las técnicas y el procedimiento para la conversión de videos, con colegas que solicitaban sus servicios eventualmente, ésta acción en particular, hizo que sus colegas empezaran a realizar esta actividad por sí mismos, teniendo así cada vez menos material para convertir y por ende una menor productividad en su actividad empresarial.

Finalmente se vio inmerso en problemas financieros, puesto que la baja en sus ingresos ya no le permitía cancelar algunas obligaciones con entidades bancarias, pese a esto, él pidió prórroga en el banco para poder sobrellevar ésta situación por más tiempo. El banco aceptó y le perdonó los intereses por un tiempo, fue este el último intento para continuar con su emprendimiento, pero, terminado el tiempo de prórroga, la situación no mejoró y terminó en cierre por baja significativa en ventas.

### **Análisis**

Se determinan los problemas fundamentales que ocasionan el cierre de ésta microempresa, los cuales son la aparición de nuevos competidores y nuevas tecnologías respectivamente, ambos problemas se agrupan en la categoría de factores externos.

No tuvo una capacidad de reacción ante las amenazas del entorno y éstas terminaron por sacarlo del mercado, puesto que ya dejó de ser competitivo con respecto a las nuevas exigencias del mercado, básicamente, las cinco fuerzas de Michael Porter influyeron significativamente en su microempresa, teniendo un impacto negativo en ella, visto desde cada una de sus dimensiones.

### **7.3 CASO 3: “Extorsión”**

En este caso encontramos a un microempresario con un nivel educativo de educación primaria únicamente, durante gran parte de su vida fue empleado y al pensionarse, decidió emprender en el sector de transporte de todo tipo de mercancías, teniendo un propio vehículo para la prestación de este servicio y siendo el principalmente el conductor del mismo, junto con otra persona que en ocasiones le hacía relevo.

Cuenta el microempresario que era como una fórmula mágica, no tenía ningún grado de complejidad y puesto que prestaba el servicio en forma idónea, en cuanto a condiciones de la mercancía y tiempos de entrega se refiere, tenía una clientela bastante amplia, el producido del vehículo siempre fue superior a todos los costos y gastos que suponía la prestación del servicio en su totalidad, inclusive en algún momento fue suficiente también para el pago de las frecuentes extorsiones de que era víctima por diferentes tipos de grupos y personalidades criminales de la ciudad, el caso es que, la situación llegó a un momento en que ya su vida se estaba viendo amenazada y prefirió desistir de esta buena fuente de ingresos para él y su empleado.

#### **Análisis**

La causa de cierre en este caso es un factor sociocultural totalmente externo a la actividad desempeñada por este microempresario, nunca recibió ningún tipo de apoyo por parte del municipio ni garantía alguna para su seguridad, motivo por el cual desiste de su microempresa puesto que la vida es el bien invaluable ante todo.

Al no tener ningún tipo de apoyo por parte de entidad alguna y ver la seguridad de su familia comprometida no tuvo otra opción que desistir de su idea, básicamente, sucumbió ante este factor externo determinante.

## 8. VERIFICACIÓN DE OBJETIVOS

Con el fin de justificar la consecución de los objetivos formulados en la investigación, se mencionarán a continuación cada uno de ellos para poder enunciar cómo se lograron:

Objetivo General: • Determinar las causas del cierre de las microempresas de la ciudad de Palmira (Valle del Cauca) en el período 2010 – 2014

**Figura 12: Causas de cierre de las microempresas en la ciudad de Palmira**



Fuente: *Elaboración propia - 2015*

Con respecto a este objetivo, los resultados del instrumento aplicado permitieron identificar varias causas de cierre de las microempresas en la ciudad de Palmira, las que a criterio de los microempresarios definieron como motivos que a su vez se agruparon en los grupos que se evidencia en la figura 11, destacándose en orden de importancia las siguientes a la hora de decidir cerrar su microempresa:

1. Planeación sin fundamentos (Administrativa)
2. Falta de proyecciones financieras (Financiera)
3. Falta de estudio de Mercado (Marketing)
4. Problemas en la ejecución (Administrativa)
5. Problemas con grupos delictivos (Factor externo)

## 9. CONCLUSIONES

- Este trabajo investigativo se convierte en un punto de partida, como referente teórico en el cual se identificaron las causas del cierre de las microempresas en la ciudad de Palmira, permitiendo a los futuros emprendedores revisar, analizar y asimilar cada una de las razones que conllevaron a fracasar con la iniciativa empresarial, para mitigar este efecto del cierre empresarial no solo a nivel regional sino también a nivel nacional debido a que las microempresas representan más del 96% de las unidades económicas del país
- La principal razón para el fracaso es de motivos administrativos, siendo la causa fundamental la planeación sin fundamentos, debido a que muchos emprendedores en el momento de desarrollar la idea de negocio no esbozan un plan que ayude a perfilar el camino con mayor certeza en el proyecto trazado
- Se identificó que el motivo primordial que tienen los microempresarios al momento de emprender es la necesidad de tener una fuente de ingresos para subsistir, por ende, este enfoque crea una relación muy fuerte con el fracaso de las microempresas, dado a que no planean ni proyectan tener ahorros lo suficientemente vastos para sobrellevar el tiempo en el que la microempresa tarde en generar ingresos, esto podría mitigarse si antes de aperturar una microempresas se realizan proyecciones financieras tanto personales como del futuro proyecto
- Las causas de naturaleza administrativa por las cuales cerraron los microempresarios en la ciudad de Palmira fueron: Planeación sin fundamentos 44%, problemas en la ejecución 38%, falta de indicadores 22% y falta de proceso de análisis, manejo del tiempo e información. Se evidenció la falta de recolección y uso de información por parte del microempresario, antes y durante la puesta en marcha de su microempresa, su reactividad en una dinámica de mercado competitiva los puso en notable desventaja frente a otros microempresarios.
- Las causas de naturaleza financiera por las cuales cerraron los microempresarios en la ciudad de Palmira fueron: Falta de proyecciones financieras 41%, dificultad de financiamiento 33%, administración del dinero y gastos operativos 11%. La desinformación financiera por parte de los

microempresarios terminó influyendo significativamente en su cierre, si quienes integran este apartado hubiesen buscado un apoyo o inversión acompañada de un plan de acción es muy probable que su microempresa no hubiese cerrado, una vez más la falta de capacidad informativa e investigativa jugó en contra del microempresario palmirano.

- Las causas de naturaleza de mercadeo por las cuales cerraron los microempresarios en la ciudad de Palmira fueron: Falta de estudio de mercado 39%, portafolio de productos/servicios débil 24%, estructura promocional de las 4p's 12%, pérdida de clientes 9%. La carencia en la creación de estrategias de marketing impidió que el microempresario palmirano tuviera un panorama claro en cuanto a obstáculos y oportunidades a enfrentar, su pasividad investigativa lo pone en un escenario de azar principalmente con una buena idea de negocio, pero una gestión incierta que terminó empobreciendo la ejecución idónea de dicha idea.
- Los factores externos por los cuales cerraron los microempresarios en la ciudad de Palmira fueron: Problemas con grupos delictivos 34%, impuestos 18% y entrada de nuevos competidores 9%. Sin posibilidad de control frente a los factores externos el microempresario solo tiene la opción de reducir el impacto que éstos tengan para con su microempresa con un debido plan de contingencia a determinadas eventualidades, el no estudiar el entorno en que se desarrolla su idea de negocio fue otro factor relevante que, influyó al momento de cerrar su microempresa, nuevamente, la falta de investigación termina jugando en contra del microempresario.
- Las otras razones por las cuales cerraron los microempresarios en la ciudad de Palmira fueron: Motivos personales 20%, problemas de aspectos técnicos 7% e incursión en otros campos 3%. En este apartado todo lo concerniente a temas académicos se relegan a un segundo plano, ya que, una decisión tomada a nivel personal va a estar por encima del nivel empresarial cuando es el dueño de la microempresa quien la toma, de tenerse una mentalidad de progreso para la ciudad, se optaría por una continuidad de dicha idea de negocio, aun cuando no se tiene la pasión para continuarla por parte del microempresario.

## 10.BIBLIOGRAFÍA

Asopymes Colombia. La Pyme y los Empresarios. Recuperado el 29 de Marzo de 2014, de internet: <http://asopymescolombia.org/blog/la-pymes-y-los-empresarios/>

Carrillo, S., Ramírez Zizumbo, H., Valenzuela Bustamante, A. C., Villanueva Figueroa, A., & Zanoguera Bravo, L. M. Factores que afectan la continuidad de las MIPYMES. págs. 1751, Global Conference on Business & Finance Proceedings; Vol. 8 Issue 2.(Junio de 2013).

Codigo de Comercio de Colombia. (Decreto 410 de 1971) . Publicado en el Diario Oficial 33.339 de junio 16 de 1971. Recuperado el 26 de Febrero de 2014 de internet: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=41102>

Conozca a Palmira. Publicado en internet: <http://www.palmiguia.com/conozca-palmira/palmira>

Fundación Progresamos, Camara de Comercio de Palmira. (s.f.). Camara de Comercio de Palmira. Recuperado el 25 de Febrero de 2014, de internet: <http://www.ccpalmira.org.co/portal/estudios/estudios/2013-01-08-20-21-52>

\_\_\_\_\_ (s.f.). Fundación Progresamos vamos con usted. Recuperado el 25 de Febrero de 2014, de <http://fundacionprogresamos.org.co/estudios-investigaciones/anuarios-estadisticos>

Hernández Sampieri, R. Metodología de la investigación. Grupo editorial McGraw Hill.Cuarta Edición.Mexico D.F.(2006).

- Miles, D. A. Risk Factors and Business Models: Understanding the Five Forces of Entrepreneurial Risk and the Causes of Business Failure. Boca Ratón, Florida: Universal-Publishers.(2011).
- Ministerio de Comercio, I. y. (2011). Mipymes Portal empresarial colombiano. Recuperado el 05 de Abril de 2014, de internet: <http://www.mipymes.gov.co/>
- Ministerio de Trabajo, la USAID y FUPAD. Informe del Plan Local de Empleo en Palmira.
- Mures Quintana, M. J., Garcia Gallego, A., Vallejo Pascual, M. E., Análisis del Fracaso Empresarial por Sectores: Factores Diferenciadores. Pecvnia, Monográfico (2012), pp 53-83 Universidad de León (España)
- Observatorio y desarrollo de las microempresas. Publicado en internet: <http://www.microempresas.com.co/portal/observatorio/ESTADISTICASMICROEMPRESA-Revisfinal.pdf>
- Ortiz, Marina. El fracaso de la microempresa relacionado con las características individuales del propietario: un estudio empírico en República Dominicana publicado en internet: <http://www.faedpyme.upct.es/fir/index.php/revista1/article/view/34/43>
- Ospina, Raul; Franco, Carlos. Visión crítica de Palmira. Noviembre 2013 <http://www.palmiguia.com/opinion/tribuna/820-vision-critica-de-palmira>
- Porter, Michael E. Ventaja competitiva, creación y sostenimiento de un desempeño superior. Grupo editorial Patria. 6ª edición.
- Rodriguez, A. G. La realidad de la Pyme colombiana. Desafío para el desarrollo. FUNDES Internacional.(2003).

Romero Espinosa F., Alcances y limitaciones de los modelos de capacidad predictiva en el análisis del fracaso empresarial. Julio- diciembre 2013 pp 45 – 70 Medellín Colombia

Tascón Fernandez, M. T., & Castaño Gutierrez, F. J. Variables y Modelos para la Identificación y Predicción. Rc-Sar Vol. 15 - Nº 1, pags. 58.(2012).

Torres Bernal, C. A. Metodología de investigación. Grupo Editorial Pearson Educación.Tercera edición.(2010).

## **11. ANEXOS**

## **ANEXO A: Cuestionario aplicado en la entrevista al microempresario palmirano**

El Objetivo de la investigación es identificar en emprendedores cuales fueron las causas que los llevaron a cerrar su empresa

**A: Por favor responda las siguientes preguntas con la intención de realizar un perfil del emprendedor que cerró su empresa. Le recordamos que los datos que usted proporcione sólo serán utilizados con fines académicos**

1. ¿Sexo?

Masculino  Femenino

2. Vive en la ciudad de Palmira

Sí  No

3. ¿Estado civil?

Casado/a  Divorciado/a  Soltero/a  
 Viudo/a  Separado/a  Unión Libre

4. ¿Edad?

Menos de 22  
 23 - 29  
 30 - 39  
 40 - 49  
 50 o más

5. Nivel de estudios

Primaria  Bachillerato  
 Pregrado  Maestría

6. Cuantos empleados máximo llegó a tener

Menos de 2

3 a 6

7 a 10

**B: Con las siguientes preguntas describa mejor su experiencia en el cierre de su empresa**

1. Cuáles fueron sus motivos para crear la empresa

2. Como fue el desempeño de su microempresa en sus primeros meses

3. Cuáles fueron sus motivos para cerrar la empresa

## ANEXO B: Listado de microempresas a entrevistar de la ciudad de Palmira

CAMARA DE COMERCIO DE PALMIRA															
Matricula	Nit	Razón Social	Dirección Comercial	Email	Teléfono	Activos	Fecha Matricula	Fecha Constitución	Fecha_renovacion	Fecha_cancelacion	Sector	ciuu	Actividad	Cod_comuna	Municipio
68188	1 6524461	3	RINCON RINCON EMILIANO	CLL 36 No. 20-03		9999999	1.500.000	10-nov-04	00000000	01-oct-09			Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por	4	PALMIRA
68189	2 0		EL RINCON DE JUANCHO	CLL 36 No. 20-03		9999999	1.500.000	10-nov-04	00000000	01-oct-09			Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por	4	PALMIRA
71144	1 94306236	8	DELGADO RODRIGUEZ ROBINSON	CL 37A No. 20-25			500.000	08-jun-05	00000000	31-dic-09			Actividades de impresión	4	PALMIRA
55101	2		TIENDA ROSA JULIA	CORREG. POTRERILLO		2580481	1.200.000	03-jul-01	00000000	13-mar-09			Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por	6	PALMIRA
59320	1 94300390	7	SALAZAR GRISALES VICTOR HUGO	CR 29 # 31-25, LOCAL 110		2758720	7.400.000	30-jul-02	00000000	31-dic-09			Comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio, en establecimientos	6	PALMIRA
59320	1 94300390	7	SALAZAR GRISALES VICTOR HUGO	CR 29 # 31-25, LOCAL 110		2758720	7.400.000	30-jul-02	00000000	31-dic-09			Comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio, en establecimientos	6	PALMIRA
59321	2 0		ANNIE EXPRESS	CR 29 # 31-25, LOCAL 110		2758720	7.400.000	30-jul-02	00000000	31-dic-09			Comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio, en establecimientos	6	PALMIRA
85968	2 0		MULTISERVICIOS MICHELLE	CR 4 No. 23-89		2750433	1.000.000	19-sep-08	00000000	31-dic-09			SERVICIOS DE TRANSMISION DE DATOS A TRAVES DE REDES	6	PALMIRA
88467	1 66783944	7	MEJIA ACOSTA ROCIO ALEJANDRA	CL 30 No. 22-46		3004939751	6.000.000	05-jun-09	00000000	05-jun-09			Comercio al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio en establecimientos especializados	6	PALMIRA
82379	1 94329432	4	PITO HERNANDEZ VICTOR ADOLFO	CL 10 # 15-325 CORR ROZO		2685007	1.200.000	22-nov-07	00000000	16-mar-09			Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento	8	PALMIRA
82380	2 0		SON CANDELA ROZO	CL 10 # 15-325 CORR ROZO		2685007	1.200.000	22-nov-07	00000000	16-mar-09			Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento	8	PALMIRA
51398	2		LACTEOS LA PRIMAVERA	CL 41 No 13A-05		2746465	1.000.000	14-jul-00	00000000	31-dic-09			Comercio al por menor de leche, productos lácteos y huevos, en establecimientos especializados	5	PALMIRA
68326	1 31908142	9	ARROYAVE LOZADA MARIA MERCEDES	CL 31 No. 44-239 LLANO GRANDE L-131		3357090	2.000.000	23-nov-04	00000000	31-dic-09			Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos	3	PALMIRA

La información suministrada en el presente listado, corresponde a las empresas registradas en la Cámara de Comercio de Palmira y a los datos suministrados y actualizados por las mismas al matricularse o al renovar

CAMARA DE COMERCIO DE PALMIRA

Matricula	Nit	Razón Social	Dirección Comercial	Email	Teléfono	Activos	Fecha Matricula	Fecha Constitución	Fecha_renovacion	Fecha_cancelacion	Sector	cluu	Actividad	Cod_co muna	Municipio
68327	2 0	CREACIONES CAIPIRINHA	CL 31 No. 44-239 LLANO GRANDE L-131			2.000.000	23-nov-04	00000000	31-dic-09	08-mar-10	G	4771	Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos	3	PALMIRA
79649	1 16259964	LEMA BOTERO RUBEN DARIO	KM 1 VIA PRADERA ANTES DEL BRR PARAISO		2721429	1.200.000	15-mar-07	00000000	25-nov-09	08-mar-10	I	5611	Expendio a la mesa de comidas preparadas	6	PALMIRA
84013	1 31151415	DURAN YOLANDA U	CR 19 # 34-73 BRR URIBE URIBE		2746657	1.300.000	07-abr-08	00000000	31-dic-09	18-mar-10	J	6110	Actividades de telecomunicaciones alámbricas	4	PALMIRA
84090	2 0	MISCELANEA J C PALMIRA	CORR TIENDA NUEVA KM 9 - 013		2623359	1.150.000	10-abr-08	00000000	17-feb-10	29-jun-10	G	4719	Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por	13	PALMIRA
89915	2 900274105	ROOT + CO PALMIRA	CL 31 No. 44-239 L-117		2744909	132.224.540	09-nov-09	00000000	04-jun-10	29-jun-10	G	4771	Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos	3	PALMIRA
59407	1 66780860	MUNOZ MAYOR SANDRA	CRA 31 # DIAG 65-95		2815039	1.400.000	03-mar-04	00000000	30-jun-10	30-jun-10	I	642204	SEREVICIOS DE INTERNET	1	PALMIRA
65028	2 0	SUPER NET COMUNICACIONES	CRA 31 # DIAG 65-95		2815039	1.400.000	03-mar-04	00000000	30-jun-10	30-jun-10	I	642204	SEREVICIOS DE INTERNET	1	PALMIRA
71457	1 66782901	POTES GARCIA PATRICIA	CL 26 No 25-81		2732516	500.000	27-jun-05	00000000	30-jun-10	30-jun-10	G	4723	Comercio al por menor de carnes (incluye aves de corral), productos cárnicos, pescados y productos de mar, en	7	PALMIRA
18645	2	FERRETERIA ROALZA	CR 41 # 36-27		2874250	450.000	02-jun-89	00000000	07-sep-10	07-sep-10	G	4752	Comercio al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio en establecimientos especializados	3	PALMIRA
78696	1 6390683	CUAYAL RODRIGUEZ WILLIAM	CL 37 NO. 19-35		2732671	1.200.000	10-ene-07	00000000	07-sep-10	07-sep-10	S	9609	Otras actividades de servicios personales n.c.p.	4	PALMIRA
78697	2 0	PARQUEADERO LA 37 PALMIRA	CL 37 NO. 19-35		2732671	1.200.000	10-ene-07	00000000	07-sep-10	07-sep-10	S	9609	Otras actividades de servicios personales n.c.p.	4	PALMIRA
86984	1 16254106	GUERRERO CUBIDES PEDRO WILLIAM	CR 42 No 36A-15		2701868	5.600.000	28-ene-09	00000000	07-sep-10	07-sep-10	I	5630	Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento	3	PALMIRA
86985	2 0	LICORES CABANAS	CR 42 No 36A -15		2701868	5.600.000	28-ene-09	00000000	07-sep-10	07-sep-10	I	5630	Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento	3	PALMIRA

La información suministrada en el presente listado, corresponde a las empresas registradas en la Cámara de Comercio de Palmira y a los datos suministrados y actualizados por las mismas al matricularse o al renovar

## CAMARA DE COMERCIO DE PALMIRA

Matricula	Nit	Razón Social	Dirección Comercial	Email	Teléfono	Activos	Fecha Matricula	Fecha Constitución	Fecha_renovacion	Fecha_cancelacion	Sector	ciuu	Actividad	Cod_co muna	Municipio
74863	1 16823601	7 LUNA BOJORGE TYRONE ARTURO	CL 35 No. 21-59		3162825645	1.300.000	29-mar-06	00000000	03-may-10	26-oct-10	S	9529	Mantenimiento y reparación de otros efectos personales y enseres domésticos	0	PALMIRA
74864	2 0	CRISTAL PALMIRA	CL 35 No. 21-59		3162825645	1.300.000	29-mar-06	00000000	03-may-10	26-oct-10	S	9529	Mantenimiento y reparación de otros efectos personales y enseres domésticos	0	PALMIRA
92215	1 14702651	9 PRADA CUELLAR FERMIN	CL 58 No. 34A-28		3202221974	1.600.000	03-ago-10	00000000	03-ago-10	26-oct-10	G	4711	Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por	1	PALMIRA
92216	2 0	TIENDA FERMIN PRADA	CL 58 No. 34A-28		3202221974	1.600.000	03-ago-10	00000000	03-ago-10	26-oct-10	G	4711	Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por	1	PALMIRA
59435	2 800008128	2 A SANCHEZ RADIOLOGOS PALMIRA	CL 31 No. 31-37		2708872	14.943.128	20-ago-02	00000000	24-mar-10	27-oct-10	Q	8691	Actividades de apoyo diagnóstico	7	PALMIRA
90181	1 31143239	1 LONDONO SANCHEZ GERMANIA	CENTRO COMERCIAL LLANO GRANDE LOCAL 212		3154578685	6.000.000	05-ene-10	00000000	05-ene-10	27-oct-10	G	4771	Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos	3	PALMIRA
73563	2 0	FABRI HERRAJES DEL SUR	CORREGIMIENTO DE PALMASECA		3136830963	1.200.000	23-nov-05	00000000	03-may-10	02-feb-11	D	361900	FABRICACION DE OTROS MUEBLES NCP	9	PALMIRA
85684	1 111362077	5 ARANGO HIGUERA CLAUDIA PATRICIA	CR 19 # 36 -44		2817121	1.400.000	27-ago-08	00000000	23-abr-10	02-feb-11	G	4541	Comercio de motocicletas y de sus partes, piezas y accesorios	5	PALMIRA
85685	2 0	DISTRICASCOS PALMIRA	CR 19 No. 36-44		2707599	1.400.000	27-ago-08	00000000	23-abr-10	02-feb-11	G	4541	Comercio de motocicletas y de sus partes, piezas y accesorios	5	PALMIRA
33577	2	MISCELANEA Y REMATE LA 30	CALLE 30 # 24 - 01		0727778	800.000	31-dic-10	00000000	31-dic-10	02-feb-11	G	4719	Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por	6	PALMIRA
75233	1 4610334	7 BOTINA JIMENEZ CARLOS	CR 41 NO. 38-06		2757421	1.300.000	20-abr-06	00000000	16-mar-10	03-feb-11	N	8299	Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas n.c.p.	3	PALMIRA
75234	2 0	DETALLITOS N N PALMIRA	CR 41 NO. 38-06		2757421	1.300.000	20-abr-06	00000000	16-mar-10	03-feb-11	N	8299	Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas n.c.p.	3	PALMIRA
72059	1 29899012	2 MALDONADO BOTERO BIBIANA LUCIA	CLL 33 # 20-06		3174222309	1.550.000	18-mar-09	00000000	25-mar-10	03-feb-11	G	4719	Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por	4	PALMIRA

La información suministrada en el presente listado, corresponde a las empresas registradas en la Cámara de Comercio de Palmira y a los datos suministrados y actualizados por las mismas al matricularse o al renovar

## CAMARA DE COMERCIO DE PALMIRA

Matricula	Nit	Razón Social	Dirección Comercial	Email	Teléfono	Activos	Fecha Matricula	Fecha Constitución	Fecha_renovacion	Fecha_cancelacion	Sector	ciuu	Actividad	Cod_co muna	Municipio				
77973	20	ACTEL PALMIRA	CR 19 NO. 36-11		2756549	2.300.000	04-oct-06	00000000	31-dic-10	18-mar-11	I	642600	SERVICIOS RELACIONADOS CON LAS TELECOMUNICACIONES	5	PALMIRA				
78348	131146601	MEJIA ARANGO ANA PATRICIA	VEREDA LA QUISQUINA		2758271	1.300.000	08-nov-06	00000000	12-abr-10	18-mar-11	A	12500	CRIA ESPECIALIZADA DE OTROS ANIMALES NCP Y LA OBTENCION DE SUS PRODUCTOS	16	PALMIRA				
78349	20	OK FRESCO	VEREDA LA QUISQUINA			1.300.000	08-nov-06	00000000	12-abr-10	18-mar-11	A	12500	CRIA ESPECIALIZADA DE OTROS ANIMALES NCP Y LA OBTENCION DE SUS PRODUCTOS	16	PALMIRA				
81097	166767911	CANCHALA GIRALDO ANA ROSA	CL 69 # 28A-73		2754899	1.250.000	24-jul-07	00000000	12-mar-10	18-mar-11	G	4530	Comercio de partes, piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehiculos automotores	2	PALMIRA				
81098	20	TORNIPARTES ROZUCA	CL 69 # 28A-73		2754899	1.250.000	24-jul-07	00000000	12-mar-10	18-mar-11	G	4530	Comercio de partes, piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehiculos automotores	2	PALMIRA				
84479	16373865	HENAO OSPINA VICTOR	CL 32A # 30 - 78		2725128	1.500.000	13-may-08	00000000	07-abr-10	18-mar-11	R	9006	Actividades teatrales	4	PALMIRA				
66715	20	JC BIENES CONSTRUCTORES INMOBILIARIA	CL 31 NO 28-28 OF 302		2702196	1.200.000	13-jul-04	00000000	30-jun-11	01-jul-11	M	7110	Actividades de arquitectura e ingeniería y otras actividades conexas de consultoría técnica	7	PALMIRA				
86054	3900244697	COMERCIALIZADORA AGRICOLA Y PECUARIA EL PORVENIR LTDA	CORR. TABLONES CALLEJON EL RANCHAL PREDIO PORVENIR		2727460	60.000.000	26-sep-08	20080609	29-jun-11	01-jul-11	A	12200	CRIA ESPECIALIZADA DE GANADO PORCINO	13	PALMIRA				
86055	20	COMERCIALIZADORA AGRICOLA Y PECUARIA EL PORVENIR LTDA	CORR. TABLONES CALLEJON EL RANCHAL PREDIO PORVENIR		2727460	60.000.000	26-sep-08	00000000	29-jun-11	01-jul-11	A	12200	CRIA ESPECIALIZADA DE GANADO PORCINO	13	PALMIRA				
91507	20	MARIA VIRGINIA CANO SAA	CLL 100 No. 12-90	marvy_06@hotmail.es	5210740	2.000.000	18-may-10	00000000	30-may-11	01-jul-11	G	4772	Comercio al por menor de todo tipo de calzado y artículos de cuero y sucedáneos del cuero en establecimientos	10	PALMIRA				
30700	166777020	GAITAN GRANOBLES GLORIA INES	CALLE 37 # 11-12		2750308	1.000.000	24-may-94	00000000	29-jun-11	05-jul-11	C	1081	Elaboración de productos de panadería	5	PALMIRA				
30701	20	PANADERIA GLORIA	CALLE 37 # 11-12		2750308	1.000.000	24-may-94	00000000	29-jun-11	05-jul-11	C	1081	Elaboración de productos de panadería	5	PALMIRA				
92867	111365690	19	6	TRIBIDO MONTES JESSICA	CR 20 No.31-40			jessica605@hotmail.com.es	2874916	1.600.000	05-oct-10	00000000	10-ago-11	17-ago-11	J	6110	Actividades de telecomunicaciones alámbricas	6	PALMIRA

La información suministrada en el presente listado, corresponde a las empresas registradas en la Cámara de Comercio de Palmira y a los datos suministrados y actualizados por las mismas al matricularse o al renovar

## CAMARA DE COMERCIO DE PALMIRA

Matricula	Nit	Razón Social	Dirección Comercial	Email	Teléfono	Activos	Fecha Matriculación	Fecha Constitución	Fecha renovación	Fecha cancelación	Sector	ciuu	Actividad	Cod_comuna	Municipio
75479	1 31174700	7	MIRANDA BURBANO LUZ MARINA	CL 37 Nro. 18-35	3206785614	1.600.000	04-may-06	00000000	16-ago-11	18-ago-11	S	9602	Peluquería y otros tratamientos de belleza	0	PALMIRA
75480	2 0	0	PELUQUERIA UNISEX MARYLIN	CL 37 Nro.18-35	3206785614	1.600.000	04-may-06	00000000	16-ago-11	18-ago-11	S	9602	Peluquería y otros tratamientos de belleza	0	PALMIRA
89210	1 31213612	5	BOTINA DE MARIN CARMEN MILGEN	CR 37 No. 25C-50	2713611	1.000.000	21-ago-09	00000000	11-ago-11	18-ago-11	G	4719	Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por	3	PALMIRA
92510	1 31971669	5	PENAGOS DEVIA MARITZA	CR 32 No 20-37	5553449	5.000.000	02-sep-10	00000000	18-ago-11	18-ago-11	I	5612	Expendio por autoservicio de comidas preparadas	7	PALMIRA
96442	2 0	0	CAROL BABYS	CL 39 No. 22-32	2750256	2.200.000	26-oct-11	00000000	26-oct-11	17-nov-11	G	4759	Comercio al por menor de otros artículos domésticos en establecimientos especializados	4	PALMIRA
61758	1 29671549	5	CASTILLO QUIJANO LEYDI KATHERINE	DG 65 NO. 31-105	lekaos@hotmail.com	2736200	19-sep-06	00000000	16-nov-11	18-nov-11	I	642600	SERVICIOS RELACIONADOS CON LAS TELECOMUNICACIONES	1	PALMIRA
77754	2 0	0	KATHERINE.COM	DG 65 NO. 31-105	2736200	1.200.000	19-sep-06	00000000	16-nov-11	18-nov-11	I	642600	SERVICIOS RELACIONADOS CON LAS TELECOMUNICACIONES	1	PALMIRA
81675	1 16267250	1	GIL MORENO BERNARDO	AV 4 # 1-284 CORR PALMASECA	3154111174	5.400.000	17-sep-07	00000000	12-ene-11	18-nov-11	G	4731	Comercio al por menor de combustible para automotores	9	PALMIRA
81676	2 0	0	DISTRIBUIDORA DE COMBUSTIBLES LA PALMITA	AV 4 # 1-284 CORR PALMASECA	3154111174	5.400.000	17-sep-07	00000000	12-ene-11	18-nov-11	G	4731	Comercio al por menor de combustible para automotores	9	PALMIRA
84416	2 900203783	5	GRUPO EMPRESARIAL LITORAL S A E S P NO 01	CARRETERA ROZO CERRITO CLLION DIMAX	8810834	3.050.000	02-may-08	00000000	04-may-11	18-nov-11	G	4759	Comercio al por menor de otros artículos domésticos en establecimientos especializados	8	PALMIRA
90108	114413885	0	MELO RUIZ JULIAN DAVID	CL 51 CR 43 SECTOR IV URBANIZACION PORTAL DE LAS PALMAS LOTE No. 5	2754349	1.000.000	02-dic-09	00000000	31-mar-11	18-nov-11	S	9609	Otras actividades de servicios personales n.c.p.	2	PALMIRA
90109	2 0	0	PARQUEADERO EL GUARDIAN	CL 51 CR 43 SECTOR IV URBANIZACION PORTAL DE LAS PALMAS LOTE No. 5	2754349	1.000.000	02-dic-09	00000000	31-mar-11	18-nov-11	S	9609	Otras actividades de servicios personales n.c.p.	2	PALMIRA
95064	1 66931058	1	ESPINOSA TRUQUE VICTORIA EUGENIA	CR 5A No. 23-17 B/CAICELANDIA	gasifica@hotmail.com	2.200.000	10-jun-11	00000000	10-jun-11	21-nov-11	S	9529	Mantenimiento y reparación de otros efectos personales y enseres domésticos	6	PALMIRA

La información suministrada en el presente listado, corresponde a las empresas registradas en la Cámara de Comercio de Palmira y a los datos suministrados y actualizados por las mismas al matricularse o al renovar

## CAMARA DE COMERCIO DE PALMIRA

Matricula	Nit	Razón Social	Dirección Comercial	Email	Teléfono	Activos	Fecha Matricula	Fecha Constitución	Fecha_renovacion	Fecha_cancelacion	Sector	ciuu	Actividad	Cod_comuna	Municipio
90418	20	MOVEL UNIDAD DE ATENCION PRIMARIA NO 2	CR 31 No.30-54	movel.uap@gmail.com	2874523	2.500.000	27-ene-10	00000000	29-mar-11	30-mar-12	Q	8621	Actividades de la práctica médica, sin internación	6	PALMIRA
93937	16273579	MOLINA GUTIERREZ WILMAN FRANKY	CL 71 No. 28E-91 2DO PISO		3154029781	2.200.000	04-mar-11	00000000	04-mar-11	30-mar-12	I	5611	Expendio a la mesa de comidas preparadas	1	PALMIRA
93938	20	LAS DELICIAS DE KAROL PALMIRA	CL 71 No. 28E-91 2DO PISO			2.200.000	04-mar-11	00000000	04-mar-11	30-mar-12	I	5611	Expendio a la mesa de comidas preparadas	1	PALMIRA
94052	16900422343	LO NOVEDOSO DE PALMIRA SAS	CL 29 No. 26-20		2870613	10.000.000	18-mar-11	20110301	18-mar-11	30-mar-12	G	4771	Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos	6	PALMIRA
94053	20	LO NOVEDOSO DE PALMIRA	CL 29 No. 26-20		2870613	10.000.000	18-mar-11	00000000	18-mar-11	30-mar-12	G	4771	Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos	6	PALMIRA
9069	131149682	MOLINA MARMOLEJO RUTH MARGARITA	CL 33 # 31-68		2719035	500.000	23-feb-83	00000000	29-jun-11	31-mar-12	G	4719	Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por	6	PALMIRA
9070	2	CACHARRERIA ZULIMA	CL 33 # 31-68		0000000	500.000	23-feb-83	00000000	29-jun-11	31-mar-12	G	4719	Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por	6	PALMIRA
22877	129656677	ARANA MARIA CIEJUTO FLOREZ DE	-CR 28 No. 35-33		2750104	74.340.000	26-sep-91	00000000	27-dic-11	31-mar-12	G	4541	Comercio de motocicletas y de sus partes, piezas y accesorios	4	PALMIRA
91849	116799384	MENA BONILLA ERLYN ANTONIO	CR 3 No. 35D-20		2878151	1.600.000	25-jun-10	00000000	31-dic-11	31-mar-12	K	725000	MANTENIMIENTO Y REPARACION DE MAQUINARIA DE OFICINA, CONTABILIDAD E INFORMATICA	5	PALMIRA
91850	20	SOLUCIONES KADI	CR 3 No. 35D-20			1.600.000	25-jun-10	00000000	31-dic-11	31-mar-12	K	725000	MANTENIMIENTO Y REPARACION DE MAQUINARIA DE OFICINA, CONTABILIDAD E INFORMATICA	5	PALMIRA
92264	129666764	PALACIOS DE LOPEZ ROSA DELIA	CL 15A No. 30-46		2759355	1.600.000	09-ago-10	00000000	31-ago-11	31-mar-12	C	140000	EXPLOTACION DE MINERALES NO METALICOS	7	PALMIRA
92265	20	PRODUCTOS AL SERVICIO DEL AGRO COLOMBIANO	CL 15A No. 30-46		2759355	1.600.000	09-ago-10	00000000	31-ago-11	31-mar-12	A	14000	ACTIVIDADES DE SERVICIOS, AGRICOLAS Y GANADEROS, EXCEPTO LAS ACTIVIDADES VETERINARIAS A CAMBIO DE	7	PALMIRA
67892	116654657	GIRALDO GIRALDO LORENZO DE JESUS L G	CL 27 No. 24-72 BARRIO LAS DELICIAS	yolagi@hotmail.com	2702325	316.217.528	12-ago-10	00000000	31-mar-11	31-mar-12	G	4659	Comercio al por mayor de otros tipos de maquinaria y equipo n.c.p.	6	PALMIRA

La información suministrada en el presente listado, corresponde a las empresas registradas en la Cámara de Comercio de Palmira y a los datos suministrados y actualizados por las mismas al matricularse o al renovar

## CAMARA DE COMERCIO DE PALMIRA

Matrícula	Nit	Razón Social	Dirección Comercial	Email	Teléfono	Activos	Fecha Matricula	Fecha Constitución	Fecha_renovacion	Fecha_cancelacion	Sector	ciuu	Actividad	Cod_co muna	Municipio
92277	20	DISTRIBUIDORA MAYORISTA LA AMISTAD	CL 27 No. 24-72	yolagi@hotmail.com	2702325	316.217.528	12-ago-10	00000000	31-mar-11	31-mar-12	G	4659	Comercio al por mayor de otros tipos de maquinaria y equipo n.c.p.	7	PALMIRA
92512	1296783738	HERRERA OSORIO VIVIANA	CRA 26 # 31-39 CENTRO	cielito.45@hotmail.com	2711726	2.500.000	02-sep-10	00000000	17-mar-11	31-mar-12	S	9609	Otras actividades de servicios personales n.c.p.	6	PALMIRA
85547	20	PANADERIA PUNTO SABROSO LA VERSALLES	CL 42 No. 28-06		2752025	3.000.000	15-ago-08	00000000	22-mar-12	12-jul-12	C	1081	Elaboración de productos de panadería	2	PALMIRA
90075	26	SICTE PALMIRA	CR 18 No. 31-52	ingrid.pineda@sicte.com	2368047	500.000	30-nov-09	00000000	12-jul-12	12-jul-12	F	4290	Construcción de otras obras de ingeniería civil	6	PALMIRA
95032	114392646170	ZAPATA ORDOÑEZ LEIDY YOLENA	CR 25 No. 29-25	leidyzapata72@hotmail.com	3166629491	2.200.000	07-jun-11	00000000	12-jul-12	12-jul-12	G	4754	Comercio al por menor de electrodomésticos y gasodomeísticos de uso doméstico, muebles y equipos	6	PALMIRA
95033	11439264627	MUEBLERÍA Y COLCHONERÍA TINO CO	CR 25 No. 29-25			2.200.000	07-jun-11	00000000	12-jul-12	12-jul-12	G	4754	Comercio al por menor de electrodomésticos y gasodomeísticos de uso doméstico, muebles y equipos	6	PALMIRA
97737	20	RESTAURANTE CHINA CASA DRAGON	CL 10 NO 8-182 AVDA PRINCIPAL VIRGINIA ROZO			4.000.000	15-mar-12	00000000	15-mar-12	06-nov-12	I	5611	Expendio a la mesa de comidas preparadas	8	PALMIRA
97750	1942762762	CABALLERO LONDOÑO JAMES ADRIAN	CL 10 NO 8-182 AVDA PRINCIPAL VIRGINIA ROZO			4.000.000	15-mar-12	00000000	15-mar-12	06-nov-12	I	5611	Expendio a la mesa de comidas preparadas	8	PALMIRA
64632	124167081	LEMOS ESCOBAR GILBERTO	CRA 31 # 24-56		2725877	1.500.000	09-feb-04	00000000	03-ago-12	07-nov-12	R	9311	Gestión de instalaciones deportivas	7	PALMIRA
64633	20	FLEXUS GIMNASIO	CRA 31 # 24-56		2725877	1.500.000	09-feb-04	00000000	03-ago-12	07-nov-12	R	9311	Gestión de instalaciones deportivas	7	PALMIRA
66062	2	PIQUETEADERO LAS DELICIAS DE LA 19	CR 19 No. 36-02		3162807563	100.000	11-may-04	00000000	06-nov-12	07-nov-12	I	5619	Otros tipos de expendio de comidas preparadas n.c.p.	5	PALMIRA
82956	1383550145	TAPIERO VARGAS RUBY	CL 19A # T16-174		0	1.700.000	23-ene-08	00000000	16-mar-12	07-nov-12	G	4711	Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por	7	PALMIRA
23399	20	INDUSTRIAS STEYNER	CLL 42 # 39-05		2733802	9.620.000	31-ene-92	00000000	21-ago-12	27-mar-13	C	2829	Fabricación de otros tipos de maquinaria y equipo de uso especial n.c.p.	3	PALMIRA

La información suministrada en el presente listado, corresponde a las empresas registradas en la Cámara de Comercio de Palmira y a los datos suministrados y actualizados por las mismas al matricularse o al renovar

## CAMARA DE COMERCIO DE PALMIRA

Matrícula	Nit	Razón Social	Dirección Comercial	Email	Teléfono	Activos	Fecha Matricula	Fecha Constitución	Fecha_renovacion	Fecha_cancelacion	Sector	ciuu	Actividad	Cod_co muna	Municipio
30857	1 14435400 9	LLANOS RUIZ JAIRO ALFONSO	CL 2# 1-173 LA DOLORES	frallanos@yahoo.com	6669176	2.400.000	16-jun-94	00000000	13-mar-12	27-mar-13	S	9609	Otras actividades de servicios personales n.c.p.	10	PALMIRA
30858	2 0	JAIRO ALFONSO LLANOS RUIZ	CL 2 # 1-173 LA DOLORES	frallanos@yahoo.com	6669180	2.400.000	16-jun-94	00000000	13-mar-12	27-mar-13	S	9609	Otras actividades de servicios personales n.c.p.	10	PALMIRA
8072	2 0	AGROPECUARIA EL DIEZ Y CIA S.C.S	CLL 29 #27-40 OF. 504		2722356	3.000.000	18-dic-96	00000000	31-dic-12	27-mar-13	A	13000	ACTIVIDAD MIXTA (AGRICOLA Y PECUARIA)	6	PALMIRA
41687	1 11334573	FLOREZ ALGARRA LUIS FERNANDO	CRA 35 # 41-63		0000000	900.000	06-ene-98	00000000	31-dic-12	27-mar-13	I	5611	Expendio a la mesa de comidas preparadas	3	PALMIRA
41688	2	CAFETERIA DON PAVA	CRA 35 # 41-63		0000000	900.000	06-ene-98	00000000	31-dic-12	27-mar-13	I	5611	Expendio a la mesa de comidas preparadas	3	PALMIRA
41768	1 29503571	CASTANO ARGENIS CABRERA DE	CRA 37 # 39-65		0	2.400.000	13-ene-98	00000000	03-ago-12	27-mar-13	H	4921	Transporte de pasajeros	3	PALMIRA
41769	2	ARGENIS CABRERA DE CASTANO	CRA 37 # 39-65		00000	2.400.000	13-ene-98	00000000	03-ago-12	27-mar-13	H	4921	Transporte de pasajeros	3	PALMIRA
9157	1 16266655 4	JARAMILLO VALLEJO JOSE MARIA	CR 30 No. 23-58		2758785	27.500.000	20-abr-98	00000000	29-mar-12	27-mar-13	H	4923	Transporte de carga por carretera	7	PALMIRA
92563	2 0	FRUTAS Y VERDURAS EL AGRICULTOR	CR 43 No. 40-36		2719682	3.000.000	07-sep-10	00000000	04-feb-13	15-may-13	G	4631	Comercio al por mayor de productos alimenticios	3	PALMIRA
96965	1 16841719 3	GRAJALES MAZUERA ELVER	AVENIDA 9 # 14 - 305	athleticsequip osgym@hotmail.com		4.000.000	13-ene-12	00000000	27-mar-13	15-may-13	R	9311	Gestión de instalaciones deportivas	0	PALMIRA
96966	2 0	ATHLETICS GYM ROZO	AVENIDA 9 # 14 - 305			4.000.000	13-ene-12	00000000	27-mar-13	15-may-13	R	9311	Gestión de instalaciones deportivas	0	PALMIRA
83278	1 31491250 3	CAICEDO POSSO OLGA LUCIA	CL 43 # 25-70	IMPERIAL42@HOTMAIL.COM	2701480	3.000.000	11-feb-08	00000000	27-mar-13	16-may-13	N	7911	Actividades de las agencias de viaje	2	PALMIRA
91063	1 43838551 0	QUINTERO GUTIERREZ DIANA PATRICIA	CL 30 NO. 32-59	dipaqui1@hotmail.com	2750453	2.000.000	26-mar-10	00000000	21-feb-13	16-may-13	Q	8622	Actividades de la práctica odontológica	7	PALMIRA

La información suministrada en el presente listado, corresponde a las empresas registradas en la Cámara de Comercio de Palmira y a los datos suministrados y actualizados por las mismas al matricularse o al renovar

## CAMARA DE COMERCIO DE PALMIRA

Matricula	Nit	Razón Social	Dirección Comercial	Email	Teléfono	Activos	Fecha Matricula	Fecha Constitución	Fecha_renovacion	Fecha_cancelacion	Sector	ciuu	Actividad	Cod_co muna	Municipio
91064	2 0	CUIDADADO ORAL PALMIRA	CL 30 No. 32-59		2750453	2.000.000	26-mar-10	00000000	21-feb-13	16-may-13	Q	8622	Actividades de la práctica odontológica		7 PALMIRA
96405	2 93293890 3	NUTRIFACTOR K	CR 31 No. 31-33	jorgeivan13@yahoo.es	2711726	8.000.000	21-oct-11	00000000	27-mar-13	16-may-13	G	4773	Comercio al por menor de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador en		3 PALMIRA
89174	2 0	CONDIMENTOS SAZON Y PUREZA	CL 26A No. 21A-21	francy.salazar@hotmail.com		1.700.000	19-ago-09	00000000	15-may-13	17-may-13	G	4789	Comercio al por menor de otros productos en puestos de venta móviles		7 PALMIRA
6031	1 6150389 4	DIAZ ARIAS FERNEY DE JESUS	CR 26 No. 33-52		2710481	4.000.000	13-ago-12	00000000	16-may-13	17-may-13	J	5911	Actividades de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión		4 PALMIRA
99166	2 0	TVCINE VIDEO LASER	CR 26 No. 33-52		2710481	4.000.000	13-ago-12	00000000	16-may-13	17-may-13	J	5911	Actividades de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión		4 PALMIRA
43336	2 0	FERROMATERIALES D'MARFIL	CLL 70 # 28E-04		2742204	3.500.000	22-may-98	00000000	27-mar-13	20-may-13	G	4752	Comercio al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio en establecimientos especializados		1 PALMIRA
90143	1 94321508 9	DITTO RUIZ JOHN ROBERT	CR 49 NO. 41-67		3177496926	3.000.000	11-dic-09	00000000	05-abr-13	20-may-13	P	8559	Otros tipos de educación n.c.p.		3 PALMIRA
93339	1 31164626 7	ZULUAGA GIRALDO OMAIRA	CL 70 # 28E-04		2742204	3.500.000	16-dic-10	00000000	27-mar-13	20-may-13	G	4752	Comercio al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio en establecimientos especializados		1 PALMIRA
97629	1 70978368 7	CARDONA SUAREZ FAVIAN HUMBERTO	CR 31 # 42-08		3116331403	4.000.000	07-mar-12	00000000	21-may-13	21-may-13	G	4530	Comercio de partes, piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos automotores		2 PALMIRA
70993	2 0	CPS SIMTEC COMUNICACIONES LLANO GRANDE	CL 31 No. 27-80 C. CIAL BOULEVAR PALMIRA	fbedoya@simtec.com.co	2818485	3.000.000	27-may-05	00000000	20-mar-13	22-may-13	J	6120	Actividades de telecomunicaciones inalámbricas		3 PALMIRA
79897	1 66768197 9	CHACON RODRIGUEZ SARA	CL 29 NO. 27-03			3.220.000	10-jun-09	00000000	20-may-13	23-may-13	G	4719	Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por		6 PALMIRA
88504	2 0	EL RINCON DE MARIA PALMIRA	CL 29 No. 27-03			3.220.000	10-jun-09	00000000	20-may-13	23-may-13	G	4719	Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por		6 PALMIRA
89211	2 0	MISCELANEA NICH0	CR 37 No. 25C-50		2713611	3.000.000	21-ago-09	00000000	17-may-13	23-may-13	G	4719	Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por		3 PALMIRA

La información suministrada en el presente listado, corresponde a las empresas registradas en la Cámara de Comercio de Palmira y a los datos suministrados y actualizados por las mismas al matricularse o al renovar

## CAMARA DE COMERCIO DE PALMIRA

Matricula	Nit	Razón Social	Dirección Comercial	Email	Teléfono	Activos	Fecha Matricula	Fecha Constitución	Fecha_renovacion	Fecha_cancelacion	Sector	cluu	Actividad	Cod_co muna	Municipio
92118	16900372029	3 SURTIACABADOS ALTAMIRA S A S	CR 26 NO. 46-55 BRR ALTAMIRA		3113182599	1.000.000	28-jul-10	20100716	31-dic-12	23-may-13	F	4330	Terminación y acabado de edificios y obras de ingeniería civil	2	PALMIRA
92119	20	3 SURTIACABADOS ALTAMIRA S A S	CR 26 NO. 46-55 BRR ALTAMIRA		3117935482	1.000.000	28-jul-10	00000000	31-dic-12	23-may-13	F	4330	Terminación y acabado de edificios y obras de ingeniería civil	2	PALMIRA
95717	116241871	0 MARIN CRUZ MARTIN ALONSO	CRA 37 No 25C -50		2875201	3.000.000	18-ago-11	00000000	17-may-13	23-may-13	G	4719	Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por	4	PALMIRA
1E+05	16318655	2 MUDOZ MAYORGA HELMER	CL 48A # 34C-06	helmum196800@hotmail.com	3168657098	1.300.000	27-jun-13	00000000	27-jun-13	03-ene-14	J	6190	Otras actividades de telecomunicaciones	2	PALMIRA
1E+05	20	2 COMUNICACIONES HELMUM	CL 48A # 34C-06	helmum196800@hotmail.com	3168657098	1.300.000	27-jun-13	00000000	27-jun-13	03-ene-14	J	6190	Otras actividades de telecomunicaciones	2	PALMIRA
92211	216732742	6 RAPITIENDA Y SERVICIOS INTEGRADOS MARACUYA	CL 96 No. 20-75		2800704	2.000.000	03-ago-10	00000000	31-dic-13	07-ene-14	G	522200	COMERCIO AL POR MENOR DE LECHE, PRODUCTOS LACTEOS Y HUEVOS EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS	10	PALMIRA
68974	131166522	9 MINA CASTILLO LUZ MARIELA	CR 25 No. 39-24		2733882	2.200.000	19-ene-11	00000000	31-dic-13	07-ene-14	I	5611	Expendio a la mesa de comidas preparadas	4	PALMIRA
93538	20	2 RESTAURANTE EL BUEN SABOR DE PALMIRA	CR 25 No. 39-24		2733882	2.200.000	19-ene-11	00000000	31-dic-13	07-ene-14	I	5611	Expendio a la mesa de comidas preparadas	4	PALMIRA
47540	131172490	6 OLAYA MARIA MARGOTH	CR 19 # 36-09		2713410	13.000.000	22-jul-99	00000000	30-abr-13	08-ene-14	G	4541	Comercio de motocicletas y de sus partes, piezas y accesorios	4	PALMIRA
78588	111363014	3 VARGAS PARRA SINDY PAOLA	CLL 13A N 26 - 46	nene8726@hotmail.com	2718416	1.500.000	18-dic-06	00000000	27-jun-13	08-ene-14	J	6190	Otras actividades de telecomunicaciones	7	PALMIRA
78589	20	2 CAFE INTERNET CINDY	CLL 13 N 26 - 52	nene8726@hotmail.com	2719861	1.500.000	18-dic-06	00000000	27-jun-13	08-ene-14	J	6190	Otras actividades de telecomunicaciones	7	PALMIRA
45952	129684201	4 MARTINEZ FERIA NILA	CR 25 NO. 30-61	nila_martinez@hotmail.com	2723824	74.949.328	23-ene-07	00000000	28-oct-13	08-ene-14	G	4754	Comercio al por menor de electrodomésticos y gasodomeísticos de uso doméstico, muebles y equipos	6	PALMIRA
78900	229684201	2 MUEBLES Y ELECTRODOMESTICOS LA ESMERALDA PALMIRA	CR 25 NO. 30-61	nila_martinez@hotmail.com	2723824	74.949.328	23-ene-07	00000000	28-oct-13	08-ene-14	G	4754	Comercio al por menor de electrodomésticos y gasodomeísticos de uso doméstico, muebles y equipos	6	PALMIRA

La información suministrada en el presente listado, corresponde a las empresas registradas en la Cámara de Comercio de Palmira y a los datos suministrados y actualizados por las mismas al matricularse o al renovar

## CAMARA DE COMERCIO DE PALMIRA

Matricula	Nit	Razón Social	Dirección Comercial	Email	Teléfono	Activos	Fecha Matricula	Fecha Constitución	Fecha_renovacion	Fecha_cancelacion	Sector	ciuu	Actividad	Cod_co muna	Municipio
89889	16900323876	6 THE MURO GROUP S A S	CR 30 DIAG 48-03 BRR BOSQUES DE MORELIA	brojas@themurogroup.com	2807735	60.431.500	17-nov-09	20091024	28-oct-13	08-ene-14	J	6202	Actividades de consultoría informática y actividades de administración de instalaciones informáticas	2	PALMIRA
1E+05	20	COMERCIALIZADORA DE FRUTAS TROPICALES VE	CL 42 No 8-53	victorescoabar2009@hotmail.com	2753173	4.500.000	05-mar-13	00000000	05-mar-13	14-feb-14	H	4923	Transporte de carga por carretera	2	PALMIRA
16521	20	EXXONMOBIL DE COLOMBIA S.A.	AEROPUERTO ALFONSO BONILLA ARAGON	pablo.rivas@exxonmobil.com	4482964	119.178.629	05-feb-88	19930618	21-mar-13	18-feb-14	G	4731	Comercio al por menor de combustible para automotores	9	PALMIRA
46973	116053703	5 GRISALES MARTINEZ RUBEN DARIO	CLL 41 # 8-22		2736512	2.400.000	11-ago-03	00000000	30-ago-13	18-feb-14	C	1089	Elaboración de otros productos alimenticios n.c.p.	5	PALMIRA
63013	20	REFRESCOS TAN FRESCOS	CLL 41 # 8-22		2736512	2.400.000	11-ago-03	00000000	30-ago-13	18-feb-14	C	1089	Elaboración de otros productos alimenticios n.c.p.	5	PALMIRA
86363	20	FABIAN GOMEZ ZULUAGA	CL 29 No. 21-54			1.200.000	31-oct-08	00000000	26-mar-13	18-feb-14	A	113	Cultivo de hortalizas, raíces y tubérculos	6	PALMIRA
72094	131174253	6 MOSQUERA LOPEZ ISABEL CRISTINA	CR 28 NO. 30-56		2859600	10.072.000	07-abr-09	00000000	22-abr-13	18-feb-14	G	4772	Comercio al por menor de todo tipo de calzado y artículos de cuero y sucedáneos del cuero en establecimientos	6	PALMIRA
87887	20	CALZADO EL MOTILON	CRA 28 No. 30-56		2710081	10.072.000	07-abr-09	00000000	22-abr-13	18-feb-14	G	4772	Comercio al por menor de todo tipo de calzado y artículos de cuero y sucedáneos del cuero en establecimientos	6	PALMIRA
94123	20	MORO BOUTIQUE CENTRO	CR 28 No. 31-30 LOCAL 108		2722948	500.000	18-mar-11	00000000	31-dic-13	18-feb-14	G	4771	Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos	6	PALMIRA
62762	2	GRAFI CENTER	CRA 28 # 22-42		2755302	500.000	21-jul-03	00000000	31-dic-13	31-mar-14	N	8219	Fotocopiado, preparación de documentos y otras actividades especializadas de apoyo a oficina	7	PALMIRA
64690	17466258	9 TANGARIFE DIAZ BERNARDO DE JESUS	CRA 26 # 26-30		9999999	1.000.000	11-feb-04	00000000	31-dic-13	31-mar-14	G	4631	Comercio al por mayor de productos alimenticios	7	PALMIRA
64691	20	EL BECERRO DE ORO	CRA 26 # 26-30		9999999	1.000.000	11-feb-04	00000000	31-dic-13	31-mar-14	G	4631	Comercio al por mayor de productos alimenticios	7	PALMIRA
50905	16397800	1 CUERO SALVADOR	CR 26A N 26-68			3.000.000	01-abr-04	00000000	30-ago-13	31-mar-14	G	521101	COMERCIO AL POR MENOR EN TIENDAS PEQUEÑAS Y GRANEROS	6	PALMIRA

La información suministrada en el presente listado, corresponde a las empresas registradas en la Cámara de Comercio de Palmira y a los datos suministrados y actualizados por las mismas al matricularse o al renovar

## CAMARA DE COMERCIO DE PALMIRA

Matricula	Nit	Razón Social	Dirección Comercial	Email	Teléfono	Activos	Fecha Matricula	Fecha Constitución	Fecha_renovacion	Fecha_cancelacion	Sector	cluu	Actividad	Cod_comuna	Municipio
65514	20	TIENDA CUERO	CR 26A N 26-68			3.000.000	01-abr-04	00000000	30-ago-13	31-mar-14	G	4711	Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por	6	PALMIRA
67106	1 31170403	CUELLAR SERNA MARIA EUGENIA	CLL 30 No. 33-38		2750833	2.450.000	11-ago-04	00000000	31-dic-13	31-mar-14	I	5611	Expendio a la mesa de comidas preparadas	6	PALMIRA
67107	20	RESTAURANTE PALATINO	CLL 30 No. 33-38		2750833	2.450.000	11-ago-04	00000000	31-dic-13	31-mar-14	I	5611	Expendio a la mesa de comidas preparadas	6	PALMIRA
69375	1 6395508	VILLAFANE GUILLERMO	CR 25 No. 27-73		2723907	1.000.000	18-feb-05	00000000	31-dic-13	31-mar-14	I	5613	Expendio de comidas preparadas en cafeterías	6	PALMIRA
69376	20	CAFETERIA VILLAFANE	CR 25 No. 27-73		2723907	1.000.000	18-feb-05	00000000	31-dic-13	31-mar-14	I	5613	Expendio de comidas preparadas en cafeterías	6	PALMIRA
69532	1 14651412	SAAVEDRA TENORIO JULIAN ANDRES	CR 33A No 28-24		3128333365	1.000.000	25-feb-05	00000000	29-nov-13	31-mar-14	A	161	Actividades de apoyo a la agricultura	12	PALMIRA
69533	20	JULIAN SAAVEDRA TENORIO	CR 33A No 28-24		3128333365	1.000.000	25-feb-05	00000000	29-nov-13	31-mar-14	A	161	Actividades de apoyo a la agricultura	12	PALMIRA

La información suministrada en el presente listado, corresponde a las empresas registradas en la Cámara de Comercio de Palmira y a los datos suministrados y actualizados por las mismas al matricularse o al renovar