

1-1-2016

La dificultad de la primera empresa

Alex Leonardo Cubillos Casas
Universidad de La Salle, Bogotá

Omar Andrés Rodríguez Sanabria
Universidad de La Salle, Bogotá

Follow this and additional works at: https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas

Citación recomendada

Cubillos Casas, A. L., & Rodríguez Sanabria, O. A. (2016). La dificultad de la primera empresa. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/1392

This Trabajo de grado - Pregrado is brought to you for free and open access by the Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible - FEEDS at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Administración de Empresas by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

LA DIFICULTAD DE LA PRIMERA EMPRESA

Alex Leonardo Cubillos Casas.¹

Omar Andrés Rodríguez Sanabria.²

RESUMEN

El presente artículo analiza las problemáticas a las que se enfrentan las nuevas empresas en Colombia, a través de distintos autores se pretende establecer diferentes aspectos en la dificultad de la primera empresa, su creación, y cómo estas pueden afectar su permanencia en el tiempo. En un primer momento, se determina la situación actual de las unidades productivas en el país, identificando que en los últimos 4 años la creación de nuevas empresas se ha incrementado un 15%, sin embargo, el 50% de ellas quiebra durante el primer año de actividad, por lo que se hace importante entender los factores, tanto internos como externos, que impiden la supervivencia en los mercados actuales.

El análisis realizado en este artículo, identifica una serie de factores a tener en cuenta durante la creación de empresas, tales como factores políticos-legales, demográficos, sociales, tecnológicos y económicos, los cuales se deben considerar y entender de qué forma pueden afectar a las compañías positiva o negativamente, conociendo así la realidad del entorno para la toma de decisiones.

PALABRAS CLAVE:

Creación, Problema, Empresa, Factor, Modelo.

¹ leocubillos7@gmail.com

² oars07@gmail.com

INTRODUCCION

“La creación de empresa, entendida como un proceso formal y consciente, que proteja la iniciativa naciente con un ambiente que disminuya el impacto de factores externos propios de la competencia del mercado real, está conformada por eslabones débiles en países en vía de desarrollo”. (Ramos Ruíz, J. L., Gómez Núñez, L., & Moreno Cuello, J. L, 2012, p 02).

Dicho de otra forma la creación empresa depende tanto de factores externos como internos, de los cuales se evidencia el comportamiento de la misma desde su aspecto económico hasta lo administrativo, factores políticos que faciliten su desarrollo, ya que su mapa económico está sujeto a los cambios globales que se puedan dar, y más si se está sujeto a países o economías más poderosas que ejercen presión sobre su capital y medios de inversión, sus tecnologías y la competencia.

Siendo así, las empresas deben superar diferentes factores, no solo internos sino externos para lograr sobrevivir en los mercados en los que se encuentran, luchando por sobresalir de su competencia para asegurar su permanencia en el tiempo. Creyendo en el correcto funcionamiento de la posición que debe adoptar cualquier proyecto que inicie a nivel empresarial, es importante que cree barreras y lineamientos claros como lo son modelos propuestos por autores especializados; algunos de estos se pueden percibir descritos en el libro incubadoras de empresas en Colombia, (Ramos, Gómez, Moreno 2012), tales como:

- Modelo de creación de empresa de Galbraith (1982)
- Modelo de Birley (1985)
- Modelo de creación de empresa de Veciana (1988)
- Modelo de Reynolds Y Miller (1992)
- Modelo de Bhave (1994)

Los modelos anteriormente nombrados tienen en común un proceso que consta de varias etapas, en donde se evalúa la idea, la experiencia, el desarrollo y el proceso de crecimiento, exceptuando el modelo de Birley (1985), este se basa en una idea-producto, la cual desprende sus decisiones de un proceso de *SI* o *NO* para la correcta toma de decisión del camino a tomar, replanteado la decisión o abandonando la idea

La situación es determinar qué tanta importancia tienen los lineamientos de los expertos académicos que explican cuál es el proceso a tener en cuenta en la creación de empresa y si los empresarios aún no se han dado cuenta que no tener en el horizonte estos procesos son las barreras reales que los llevan a no mantenerse en los mercados

METODO

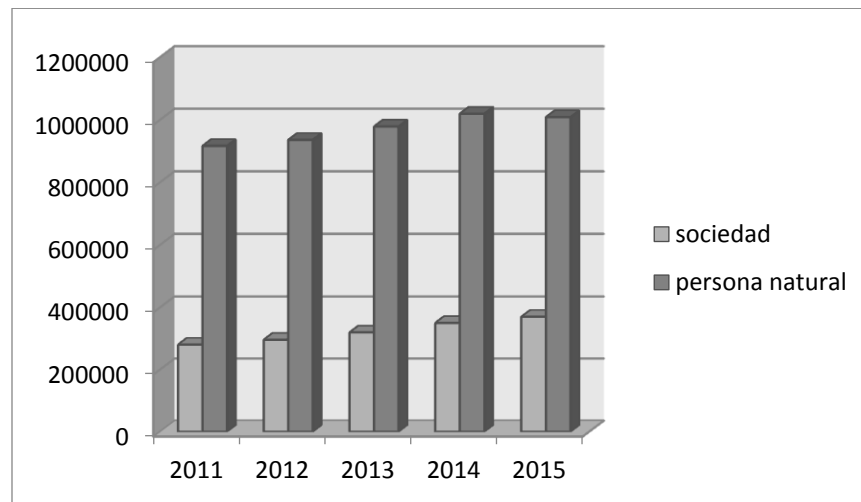
Con el propósito de evaluar la situación actual de las empresas nuevas en Colombia, para descubrir las dificultades que tienen los empresarios cuando deciden emprender nuevos proyectos, nos basamos en la información de varias fuentes, especialistas en informes descritos de creación de empresas; como lo son Confecámaras Colombia; quienes durante el primer semestre de 2016 han recopilado los datos más relevantes ocurridos en el país frente al movimiento en la creación, crecimiento y comportamiento de los empresarios y su creación de empresas en el país

Seguido a esta información sometemos los datos a una comparación en los modelos de creación de empresa citados, aquellos procesos no tenidos en cuenta que expresan y dan como resultado bases débiles en la creación de empresas nuevas, que las llevan a encontrarse con barreras que nos les permite prosperar y mantenerse en el tiempo.

RESULTADOS

De acuerdo con el último informe presentado por Confecámaras (2016), entre el 2011 y 2015 se incrementó el número de empresas formales existente en 15,2%, al pasar de 1.197.573 unidades productivas a 1.379.284 unidades. Del total de empresas existentes (stock); durante el último año el 73% corresponden a personas naturales, mientras que el 27% restante son empresas en sociedad. (*Confecamaras. Nacimiento y supervivencia de las empresas en Colombia, 2016*)

Grafica 1. Evolución del stock en las empresas en Colombia 2011 - 2015



1. Fuente: creación propia a partir de datos suministrados por el documento; nacimiento y Supervivencia de las empresas en Colombia, Confecamaras Septiembre (2016)

Así mismo se destaca que en el país la mayoría de empresas existentes son microempresas con una participación del 92,1%, seguida por el grupo de empresas pequeñas con el 5,9%, las medianas con el 1,5%, y las grandes que representan el 0,5%. Como se observa, el papel de las pymes juega un papel importante en el aspecto socioeconómico, debido a que es uno de los principales motores de la economía generando un gran volumen de empleo y producción. (*Confecamaras. Nacimiento y supervivencia de las empresas en Colombia, 2016*)

Ante esto, es importante entender la dinámica de las empresas nuevas registradas y aquellas que se cancelan o se dan a la baja, ya que la creación y sostenibilidad de las empresas en el tiempo deben dar un indicador de desarrollo económico, dada su relación con la generación de empleo.

De acuerdo a lo anterior, se concluye que por cada 100 empresas formales, entran 23 empresas nuevas al mercado y salen alrededor de 19. Entender las problemáticas, sociales, financieras y políticas que afectan los nacimientos de las nuevas empresas llevará al análisis de las problemáticas y dificultades que enfrentan las nuevas empresas en Colombia.

En los últimos años, incluso a las empresas mejor dirigidas les ha costado trabajo mantenerse en el mercado, con poco crecimiento o con pérdida; agregando que estas también se han encontrado con barreras cada vez mayores que los obligan a trasladar sus costos de mantenerse a los precios de sus productos o servicios ofrecidos al usuario final.

Todo esto con el fin de entender que nos encontramos frente a un mercado competitivo y con pocas seguridades para cualquier empresa que quiera mantenerse en a flote; aquellos empresarios creadores de empresas nuevas pequeñas o medianas; lo hacen desconociendo las escasas probabilidades de supervivencia, y a pesar de ellas, según los datos arrojados por el estudio de Confecámaras (2016); se demuestra que el 50% de dichas empresas salen a delante y el restante 50% quiebran durante el primer año de actividad, y no menos del 90% antes de cinco años. Y todos estos resultados llevan al análisis estadístico, que el 95% de las empresas que fracasan es por falta de experiencia en la dirección de sus modelos administrativos los cuales no se encuentran basados en modelos estudiados que describen procesos específicos a tener en cuenta.

Al mirar dentro de las problemáticas en la creación de empresas podemos encontrar factores internos como externos, que afectan el comportamiento y su enfoque, seguidos de los modelos anteriormente descritos se resalta las fallas que se dan al interior, las cuales pueden ser:

ADMINISTRACION DEL TIEMPO

Cuando se inicia las labores de una empresa recién creada no se realiza un máximo de trabajo, lo que busca es emplear la menor cantidad de tiempo y dinero. No se tiene el conocimiento básico que genere el delegar el trabajo a sus empleados, o delegar a otras personas para que negocien mejores precios con los proveedores. El principio de hacerlo todo uno mismo en los negocios, mientras que sus empleados no hacen nada” es uno de los principales errores; esto permite que las empresa y sus empleados se hagan dependientes de una sola cabeza y no del desarrollo colectivo que conlleva al deterioro humano y empresarial.

PRESUPUESTO

Al crear empresa con un presupuesto ajustado, no se prevé una reserva y pueden aparecer los problemas de liquidez. Estos problemas financieros bajan la moral y la motivación. Es así como se genera problemas desde sus inventarios afectando la oferta o en otros casos el no sostenimiento de la demanda; es allí donde crean un vacío que otra empresa emergente podrá suplir cuando tienen un manejo más efectivo de sus presupuestos.

GASTOS

Los gastos son un talón de Aquiles tanto en la creación como en la puesta en funcionamiento de la empresa. Así el propietario de la empresa como sus socios emplean el dinero de la empresa para bienes personales, esto genera iliquidez por lo tanto no se puede cubrir los gastos directos que devenga la actividad propia de la empresa. No instauran presupuestos mes a mes y no se forja un control. No tienen de forma ordenada la operatividad de la empresa y su control al final de cada proceso; esto debe ser una prioridad.

DEFICIENCIA EN LA PUBLICIDAD

Uno de los objetivos de la empresa que nacen es tener clientes que compren los productos o adquieran los servicios. En este punto no permiten o no establecen medios para dar a conocer su labor o el servicio que prestan para lograr este objetivo, no ven necesario hacer la publicidad y el marketing. La Publicidad requiere tiempo y dinero que se prevé en el plan de negocios y para la mayoría de las empresas aun de tipo mediano o grande esto es una parte deficiente. Al no disponer de fondos para la publicidad, sencillamente no se encontrará clientes.

MERCADO NO DELIMITADO

Como en toda empresa lo que se busca son una serie de productos o un producto líder que ingrese al mercado y a un cliente en común, por lo general ponen al mercado productos que no tiene una característica común a un consumidor específico por lo que genera malos entendimientos, estrés, pérdidas y preocupaciones debido a que estos clientes desean la totalidad del mercado todo el tiempo en busca de una explicación. Las peticiones de los clientes así como las críticas tendrán como resultado la pérdida del producto y el reconociendo del misma en el mercado.

La suma de estos aspectos provocan que la empresas no tengan una gran permanencia en el mercado, obligando a que su dueño o socios tomen como opción el cierre de la misma, esto genera

desempleo, pérdidas en la inversión, y aun, que la economía no crezca, pero siendo cierto estas pequeñas empresa que nacen no forman una parte importante para el gobierno ya que este lo que fomenta es el fortalecimiento de las grandes compañías y el deceso de las pequeñas o mejor dicho que queden solo en idea de creación y que si pasan de este proceso sea corta su participación.

ESTADISTICAS

Algunos expertos en los temas de creación de empresas han generado estudios con resultados en porcentajes que pueden dar una radiografía de un mercado, en este caso en el artículo; la orientación al mercado y la financiación en etapas tempranas como factores ausentes en la empresarialidad por necesidad publicado en el 2012 por Francisco Javier Matiz Bulla y León Darío Parra Bernal, describen los resultados obtenidos por Postigo (2002) de los principales problemas a los que se enfrentan los emprendedores Tabla N° 1, la cual describe la posibilidad de tener acceso efectivo a los mercados, la correcta financiación de su gestión donde se concentran los principales retos para los emprendedores, retos que pueden entonces ser determinados como factores claves o críticos de éxito.

Tabla 1. Problemática en la creación de empresas

PRINCIPAL PROBLEMA	EBU	ENU
Obtener información del Mercado	31%	26%
Obtener clientes	72%	61,5%
Conseguir proveedores adecuados	44%	51%
Contratar gerentes	16%	13%
Contratar trabajadores calificados	52%	49%
Tener el equipamiento adecuado	41%	61,5%
Gerenciar la empresa	44%	28%
Financiar y manejar el flujo de caja	68%	67%
Manejar las operaciones de la empresa	32%	41%
Certificar estándares de calidad	30%	23%
Adaptar el producto/servicio a las necesidades del mercado	42%	44%
Manejar las relaciones con grandes clientes	37%	36%

Fuente. Postigo, (2002)

En Colombia los últimos años el fenómeno emprendedor y/o de crear empresa ha generado una gran dinámica en diferentes campos como la generación de políticas y programas de creación y desarrollo de iniciativas de apoyo, tanto financiero como no financiero, de origen público como privado. De acuerdo con los Informes anuales del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), la principal investigación en temas de emprendimiento a nivel mundial en la cual Colombia participa desde el año 2006, Colombia se ha venido presentando como uno de los países con mayores niveles de emprendimiento en el mundo lo que se expresa en que de acuerdo con estos estudios, en el país existen más de seis millones de emprendedores en la dificultosa tarea de consolidar sus propuestas empresariales, sin embargo estos proyectos están aún lejos de ser tomadas propuestas creadoras y sostenibles en el tiempo, situación que se ve claramente reflejada a la hora de examinar la inversión involucrada en las mismas, tal como se puede observar en la tabla 2.

Tabla 2. Financiación de nuevas empresas

FINANCIACION NUEVAS EMPRESAS	2006	2007	2008	2009
Promedio de inversión requerida (pesos)	23.655.783	24.355.444	32.583.950	31.070.965

Fuente. GEM Colombia (2009)

A partir de esto los grupos de investigación Entrepreneurship Group y Cultura Emprendedora de las Universidad EAN y Universidad de La Sabana, con el esfuerzo de crear un aporte significativo desde la investigación al conocimiento y reflexión sobre la dinámica empresarial, durante los años 2013 y 2014 desarrollaron el proyecto de investigación llamado Global Entrepreneurship Monitor : reporte anual Bogotá 2013-2014 , una decisión que contó con el apoyo y la financiación del Departamento Administrativo de Ciencia Tecnología e Innovación y Colciencias.

Los principios que ahora se describen son aquellos que se deben tener en cuenta por aquellos empresarios que desean sobrevivir en los mercados actuales con sus nuevas empresas, factores externos que involucran la empresa, basados en los modelos académicos y que afectan desde la creación hasta su punto más alto en desarrollo.

FACTORES EXTERNOS

El primer Principio es el de administración política- legal, no tenido en cuenta por la mayoría de los empresarios para sus emprendimientos a fondo ya que si evaluar a fondo las variables que estas variables pueden afectar directa e indirectamente, toman desprevenidos a los empresarios

que aun lucha por consolidar sus empresas que no se dan cuenta la marea alta que se avecina en sus sectores económicos que termina por hundirlos sin tener tiempo de reaccionar adecuadamente

Algunos factores a ponerlos en la mira de la visión de crecimiento a futuro, de las nuevas empresas son:

La política fiscal que con su variabilidad genera más gastos, más impuestos, menos beneficios, los cuales afectan la línea de creación de empresa y su sostenibilidad, puesto afecta directamente los costos de producción de la empresa y los obliga a buscar estrategias para gastar menos.

Por ejemplo las empresas en nacimiento contratan poco personal o mantienen congelado creación de nuevos puestos de trabajo para así lograr reducir el impacto en costos; evitando afectar directamente los precios a su público. Mientras que algunos proyectos que no son muy necesarios se ponen en espera o se cancelan, otros se mitigan y se desaceleran para evitar el gasto excesivo, lo que afecta la evolución de las empresas nacientes llevándolas a un generar menor demanda de bienes y servicios dando como resultado menores ventas.

Otra de las variables que comúnmente afectan el crecimiento de las nuevas empresas son los principios sociales que nos son tenidos en cuenta en la mayoría de organizaciones para las decisiones de crecimiento correcto; no tenerse en cuenta los impactos sociales, culturales, religiosos, y demográficos crea una mala estrategia de segmentación del mercado a impactar.

Este tipo de factores son muy importantes para determinar causas que moldean el entorno de las empresa, su comportamiento y su visión al corto, mediano y largo plazo.

Estar a la vanguardia en avances científicos y tecnológicos permite a las empresas mostrarse en mercados más competitivos y robustos donde se encuentran los consumidores más exigentes pero más rentables para las empresas; convertir a la tecnología en uno de los mayores obstáculo que no permiten la evolución de las empresas nuevas, es una mala decisión gerencial y administrativa, pero generalmente el problemas para evolucionar en este factor es el capital económico elevado necesario, que normalmente no se encuentra disponible en las etapas iniciales de todas las empresas.

DISCUSIÓN

Al observar las afectaciones tanto internas como externas al momento de crear empresa se puede evidenciar la falta de conocimiento y desarrollo en la cual se soporta y se de base la política interna de la compañía, desde su capital, tiempo, inversión, capacitación y adecuación para una evolución interna y que se mantenga y/o mejore en el tiempo, ya en el marco externo que encierra todo un mercado comercial ya sea nacional o internacional que opaca el progreso, ya que son pocas las oportunidades que se dan para encontrar un mercado poco volátil a la espera de nuevos empresarios, con monedas estables, tecnología de punta pero de fácil acceso, intereses de inversión atractivas, etc. Dentro de todo esto se debe tener en cuenta que la creación de empresa parte desde

lo más básico ya sea un nombre, el manejo de personal, un capital de inversión hasta la tasa de la moneda extranjera y/o mercado de capitales que permitan la inclusión y el sostenimiento que lleve una idea está a una teoría y finalmente la creación de la empresa con lo necesario para ser competitiva y sostenible en el tiempo.

CONCLUSIONES

El crear empresa más que una idea debe ser una decisión basada en muchos aspectos, se debe conocer el mercado tanto de un país, como la economía de un sector o el comportamiento del consumidor y/o cliente al cual se va a dirigir la atención. El capital es importante ya que esto se desprende el inicio de labores tanto de inversión interna de la empresa como el conocimiento de la misma a lo externo. Es imperativo conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas tanto personales como sociales y económicas y así tener en cuenta nuestro nivel de éxito y fracaso lo cual siempre debemos tener en cuenta a si no guste la idea.

Se debe tener la certeza de querer crear empresa y por otro lado tener buen ánimo, entusiasmo y decisión. Hay que entender que hacer empresa debe ser parte del proyecto de vida, con lo cual se va a crecer o se va fallar de acuerdo con las decisiones que se tomen a corto plazo ya que de estas estarán sujetas las obligaciones inmediatas las cuales serán la base de la empresa para su labor, crecimiento y reconocimiento.

Las empresas son un unidad muy importante, ya que ellas además de generar patrimonio pueden generar empleo, accesos a conocimientos, aprendizaje, formación personal, comercialización, pueden beneficiar al consumidor, competir con otros mercados, brindan mayores oportunidades e ingresos a los personas dentro de ellas, son factores que al crear empresa benefician a un país y su economía, pero esto va sujeto a la oportunidad y apoyo que brinde el gobierno, que sus procesos sean eficientes y eficaces, además a esto, se debe tener una base solidad para crear, desde capital hasta el talento humano que la conformara

Encontramos entonces si las decisiones y los factores por los cuales las empresas no surgen en el tiempo es un problema meramente de finalidad teórica o decisiones sin fundamentos y por creencia o por razones en donde es el mercado quien los obliga y los lleva a evolucionar o morir en el intento.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. Ramos Ruiz, J. L., Gómez Núñez, L., & Moreno Cuello, J. L. (2012). Incubadoras de empresas en Colombia: balance y recomendaciones de políticas. Barranquilla, Colombia: Universidad del Norte.
2. Nacimiento y Supervivencia de las empresas en Colombia, Confecamaras Septiembre (2016)
3. Francisco Javier Matiz Bulla, León Darío Parra Bernal (2012) La orientación al mercado y la financiación en etapas tempranas como factores ausentes en la empresarialidad por necesidad
4. Global Entrepreneurship Monitor (2009). Reporte Anual Colombia 2009