Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Abierta Interamericana

Maestría en Alta Dirección de Empresas

Proyecto de Tesis

Factores Individuales y Empresariales que Influyen en la Creación de Empresa en la Ciudad de Neiva-Colombia

Alumna: Carolina Guzmán

Tutor: Dr. Ángel Oscar Arostegui

2023

Resumen

El propósito de este estudio es identificar los factores individuales y empresariales más relevantes que influyen en la creación y consolidación de empresas en la ciudad de Neiva, considerando aspectos socio-laborales, familiares y personales. Para ello, se obtuvo información sobre el tejido empresarial de Neiva a través de la Cámara de Comercio del Huila. Se recopilaron datos de empresas activas con más de 3.5 años de funcionamiento, así como de empresas canceladas y liquidadas con menos de 3.5 años de funcionamiento. Se seleccionó una muestra representativa de aproximadamente 259 empresas mediante un muestreo aleatorio y estratificado. De estas, alrededor de 135 empresas correspondieron a empresas consolidadas y 124 empresas a empresas canceladas. A los empresarios de esta muestra se les realizó una encuesta abarcando aspectos socioeconómicos, personales y familiares.

Una vez recolectada la información de la encuesta, se llevó a cabo un análisis estadístico-descriptivo para caracterizar las variables estudiadas y obtener una visión general de los empresarios de empresas consolidadas y no consolidadas. Posteriormente, se utilizó un modelo de regresión logística binaria Logit para identificar la probabilidad de consolidación de una empresa en comparación con aquellas que se cancelan en Neiva. El análisis destacó que varias variables tienen una influencia significativa en la probabilidad de establecer una empresa consolidada. Algunas de estas variables incluyen la edad de los empresarios, la participación de familiares de primer grado en el ámbito empresarial, el estrato socioeconómico y el nivel educativo.

Palabras clave: *Creación de Empresa, Empresa consolidad, Empresa cancelada, Emprendimiento, Empresario.*

Tabla de contenido

Introducción 5

Contextualización 8

1. Planteamiento del problema 10

2. Objetivos 14

2.1 Objetivo General 14

2.2 Objetivos Específicos 14

3. Planteamiento de Hipótesis 15

4. Marco Teórico 16

5. Análisis de la situación empresarial del departamento del Huila y la cuidad de Neiva 27

Número de empresas por municipio 29

Número de empresas creadas en el departamento del Huila 31

Número de empresas que salieron del tejido empresarial en el departamento del Huila 33

6. Metodología de la Investigación 36

6.1. Metodología GEM 37

6.2. Nivel de Investigación 39

6.3. Diseño de la Investigación 39

6.4. Población 41

6.5. Muestra 41

6.6. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos 43

6.7. Sistema de variables interrelacionadas 45

7. Resultados 49

7.1. Análisis descriptivo de las empresas consolidadas 49

7.1.1. Características de las Empresas 49

7.1.2. Características individuales de los empresarios 54

7.2. Análisis descriptivo de las empresas liquidadas 69

7.2.1. Características de las Empresas liquidadas 69

7.2.2. Características individuales de los empresarios de las empresas liquidadas 74

7.3. Análisis Econométrico 89

8. Conclusiones 107

9. Futuras líneas de investigación 110

Referencias bibliográficas 112

ANEXO 1: Encuesta a empresarios de Neiva 117

Introducción

Ser empresario en Colombia implica enfrentar diferentes desafíos y oportunidades únicas que caracterizan la región, debido al entorno económico y político, pero también ofrece oportunidades únicas para aquellos que estén dispuestos a innovar y adaptarse a las condiciones locales. El éxito de los empresarios, sujeto a las condiciones socioeconómicas de los países, cada vez es más dependiente del apoyo gubernamental, sobre todo en momentos de coyuntura económica como el actual, en donde según cifras de la Cepal, el 10% de las pequeñas empresas en Colombia se declararon en bancarrota a causa de la pandemia SARS-CoV-2, siendo el impacto mayor en las microempresas y las pymes, el 88.4% de las empresas de América latina corresponde a microempresas, solo el 11.6% restante hacen parte de las grandes, medianas y pequeñas empresas. (CEPAL, 2020).

Con el ingreso de la Ley colombiana No 1014 del 2006, “De fomento a la cultura del emprendimiento”, el gobierno de Colombia apoya en el proceso de la creación de nuevos microemprendimientos en el país, estableciendo objetivos como “promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país”, el cual se logrará fomentando estrategias como la expuesta en el artículo 13 “Enseñanza obligatoria. En todos los establecimientos oficiales o privados que ofrezcan educación formal es obligatorio en los niveles de la educación prescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media (p. 10)”.

El emprendimiento y la innovación son fundamentales para el impulso económico, cultural y social de cualquier país o región, porque pueden crear empleo, mejorar las condiciones de vida de sus habitantes, estimular el aumento de la producción y del PIB, fomentar la competitividad y generar ingresos y riqueza para los empresarios y la economía en general. Los emprendedores y las empresas innovadoras crean empleo y ayudan a reducir la tasa de desempleo en una región

o país. Además, la creación de empleo en nuevas empresas puede ayudar a diversificar la economía y a reducir la dependencia de los sectores económicos tradicionales.

Se ha observado que los países con niveles altos de auge y crecimiento suelen estar asociadas con niveles altos de creación de empresas e innovación en sus economías. Esto se debe a que la creación de empresas y la innovación son factores clave para el crecimiento económico sostenible a largo plazo.

Joseph Schumpeter, economista austriaco del siglo XX, es conocido por su teoría del "emprendimiento innovador", según la cual el empresario y la empresa son los principales motores del crecimiento económico. En su obra "Capitalismo, socialismo y democracia", Schumpeter describe cómo el empresario y la empresa pueden transformar la economía a través de la innovación.

Schumpeter argumenta que el empresario es un agente de cambio que introduce nuevas ideas y técnicas en la economía, lo que puede llevar a una reorganización completa de la producción y el consumo. El empresario es el creador y el catalizador de la innovación, y su papel es fundamental para el progreso económico. Ahora bien, la pregunta es, cómo lograr que países como Colombia lleguen a tener este desarrollo empresarial e innovador, que muchos países desarrollados han alcanzado. Las empresas, y todo lo que se crea con ellas, establece importantes impactos en la innovación, la competitividad, la creación de empleo y el crecimiento económico (Garofoli, 1995; Acs y Audretsch, 1991, 1994; Alburquerque, 1997; Burachik, 2000; Zevallos, 2003; Vincett, 2010; Pece et al., 2015; Di Negara, 2020, entre otros), El fomento de políticas públicas en innovación empresarial es esencial para promover el crecimiento económico sostenible y el desarrollo de las empresas. Las políticas públicas pueden ayudar a crear un entorno favorable para la innovación empresarial al proporcionar estímulos para el impulso la investigación y desarrollo (I+D), así como al facilitar la colaboración entre empresas, instituciones de que desarrollan (I+D), y universidades, pero en algunas ocasiones, el estado no se puede

tomar decisiones, por la falta de información confiable sobre la cual justificar sus decisiones. La cámara de comercio de Bogotá (2018), establece que las empresas cierran a causa de unas bajas ventas y pocas ganancias, lo que hace que se afecte las finanzas personales de los inversionistas, toda vez que estos tendían a cubrir los gastos de la empresa con recursos propios, situación que se convierte en insostenible con el tiempo.

Neiva, considerada una ciudad intermedia de Colombia, no es ajena a esta problemática, según cifras de la Cámara de Comercio del Huila (2023), durante el primer trimestre del 2021 se cancelaron un total de 2984 empresas, frente a las 478 empresas canceladas durante el mismo periodo del año 2020, lo que equivale a un incremento del 524,27% en el número total de compañías canceladas durante el último año, convirtiendo a Neiva en una de las ciudades con mayor liquidación de empresas del país. Dada la anterior situación, el propósito de este trabajo es determinar cuáles son los factores que fijan la creación de empresas ya consolidadas en la ciudad de Neiva. Para lograr esto, se plantea la estimación de un modelo econométrico de probabilidad Probit, mediante el cual, se quiere establecer cuál es la probabilidad de que, en Neiva, se cree una empresa consolidada de acuerdo con un conjunto de factores socio-laborales, familiares y personales de los empresarios o dueños de las empresas. Para definir una empresa consolidada, se utilizará la metodología Global Entrepreneurship Monitor (GEM), es una metodología que se utiliza para medir y analizar la actividad empresarial en todo el mundo. Siendo una empresa consolidada, aquella con matrícula mercantil activa, la cual según la metodología (GEM) tienen más de 3.5 años de funcionamiento.

La metodología GEM utiliza una encuesta anual para medir la actividad empresarial en diferentes etapas de desarrollo, incluyendo la intención de crear una empresa, la fase de inicio y el crecimiento empresarial. También se analizan factores que influyen en la actividad empresarial, como la cultura empresarial, la educación y la formación empresarial, el acceso a la financiación y el apoyo gubernamental.

La información utilizada provendrá de fuentes de información primaria, pues se realizará una encuesta dirigida a dos tipos de empresarios de Neiva, primero, a quienes dirigen empresas consolidadas, que como ya se comentó son empresas con más de 3.5 años desde su creación y que están activas, y segundo, a exempresarios de empresas canceladas con menos de 3.5 años de funcionamiento; de esta manera se logrará establecer cuáles son los factores que difieren entre las empresas consolidadas frente a las empresas canceladas.

Contextualización

Neiva, capital del departamento del Huila, es una ciudad ubicada a 310 kilómetros de Bogotá la capital de Colombia. La ciudad de Neiva es una de las principales ciudades del sur de país, con una población cercana a los 367.000 habitantes. La Ciudad cuenta con una población relativamente joven, las personas menores de 25 años constituyen el 48,52% de la población total, los adultos entre 25 y 60 años participan con el 43%; el 8,48% restante de la población está conformado por los adultos mayores con más de 60 años.

Por su composición demográfica Neiva es un municipio eminentemente urbano que reproduce el carácter multiétnico de la población colombiana; alberga en sus zonas rurales a individuos pertenecientes a grupos indígenas, y afrocolombianos. Esta situación responde al proceso migratorio relacionado con el desarrollo de las actividades económicas y como consecuencia del conflicto armado colombiano, en donde el departamento del Huila ha sido fuertemente golpeado, siendo su capital un municipio eminentemente receptor de personas afectadas por el conflicto.

El departamento del Huila, según el ranking del Índice Departamental de Competitividad del año 2020 elaborado por el Consejo Privado de Competitividad de Colombia, se ubica en el puesto 13 de 33 departamentos del país con un puntaje general de 5,23 sobre 10; en el año 2019 ocupó el puesto 15 con un puntaje de 5,08, y en 2018 el puesto 18, lo que muestra un

mejoramiento en el nivel de competitividad del Departamento. A nivel nacional, los dos primeros departamentos son Bogotá, con un puntaje de 8,33 y Antioquia con un puntaje de 6,8.

El Índice Departamental de Competitividad está conformado por 4 factores y 13 pilares. Los pilares peor calificados durante 2020 fueron mercado laboral en el puesto 22, tamaño del mercado (puesto 19), adopción de Tic (puesto 18), sofisticación y diversidad (18), e innovación y dinámica empresarial (puesto 17). Por otro lado, sistema financiero (puesto 4), sostenibilidad ambiental (puesto 5), infraestructura (puesto 6) e instituciones (puesto 8), fueron los pilares mejor calificados. Uno de los pilares que mayor preocupación genera es el de innovación y dinámica empresarial, el cual registró el puntaje más bajo de todos los índices con 2,29 puntos, mostrando un menor desempeño con respecto al año anterior; al interior de este pilar se encuentra el indicador de la tasa de natalidad empresarial neta con una puntuación de 3,68 en el puesto 15 de 33 departamentos de Colombia, el indicador de densidad empresarial con un puntaje de 2,59 también en el puesto 15, y el indicador de participación de medianas y grandes empresas con un puntaje de 4,21 pero con la peor ubicación de los tres en el puesto 23, indicando que el tejido empresarial en el Huila está conformado especialmente por pequeñas y medianas empresas.

Si bien, el departamento del Huila se encuentre en el nivel medio de competitividad del país, estos resultados no se corresponden con la importancia política, social y cultural del Huila en el sur colombiano. De ahí la importancia de que en el Huila se fortalezca la competitividad regional como un factor indispensable para que se desarrolle el crecimiento dentro de la economía del Departamento y, por ende, del país, pues el aporte del Huila a la producción nacional, medido a través del Producto Interno Bruto, apenas alcanza el 1,6%.

1. Planteamiento del problema

En cuanto a la dinámica empresarial, de acuerdo con CONFECAMARAS (Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio), en el Huila existen 81,8 personas jurídicas constituidas por cada 10.000 habitantes, muy debajo de ciudades como Bogotá con 254,8 personas jurídicas y departamentos como Risaralda con 120 constituciones. “Este desalentador panorama, se explica principalmente por el restringido acceso a tecnologías por parte de las microempresas, en las que prima la utilización de máquinas y equipos de tecnologías obsoletas, así como el uso de recurso humano semi-calificado y no calificado” (Cerquera, 2012, p. 6).

El Huila es una región en donde predominan las microempresas; de acuerdo con cifras de la Cámara de Comercio del Huila, en 2021 se constituyeron 8.440 nuevas empresas entre personas naturales y jurídicas en comparación a 7.305 creadas en el 2020, lo cual representa un incremento del 15,5%. Del total de nuevas empresas, la participación porcentual es del 87,80% corresponden a personas naturales y el 12,20% a personas jurídicas.

Sin lugar a duda, para el 2020, el sector empresarial es uno de los más afectados por la pandemia del SARS-CoV-2 pues justamente los sectores de comercio, hoteles y restaurante han sido los más afectados debido a los cierres obligatorios impuestos en los repetidos periodos de cuarentenas establecidos en Colombia. Sin embargo, las cifras del 2021, muestra un incremento en la dinámica empresarias de la región, producto del impulso de la reactivación económica que vivió la región posterior a la aparición del SARS-CoV-2 y sus medidas de mitigación en el año 2020. Sin embargo, sus cifras, siguen siendo menores frente a sus vecinos.

Durante el año 2021, se constituyeron un total de 1030 sociedades, un 17,3% más que las constituidas en 2020 al pasar de 878 en el 2020 a 1.030 en el 2021, y las naturales 15,3% al pasar de 6.427 en 2020 a 7.410 en el 2021.

Basado en el valor de sus activos, se puede observar que las nuevas unidades productivas se componen principalmente de microempresas (99,93%), seguidas por medianas empresas (0,04%), pequeñas empresas (0,02%) y grandes empresas (0,01%).

El sector del comercio fue el que más contribuyó a la creación de empresas, con un 46,20% de participación, seguido por el sector de servicios con un 40,04%. La industria registró una contribución del 7,50%, mientras que la construcción representó el 3,36% y la agricultura el 1,53%.

Un aspecto de gran preocupación es el tema de la liquidación o cancelación de empresas; si bien durante el 2020 el número de empresas liquidadas disminuyo en un 37,2% con respecto al 2019, se cree que esta disminución no se explica por la dinámica empresarial propia del Huila, sino a temas de gestión en la cancelación de las empresas, pues durante más de dos meses el país estuvo en aislamiento preventivo obligatorio, lo que imposibilitaba la realización de este tipo de trámites, y durante los meses de mayo a diciembre el Departamento implemento las etapas de aislamiento preventivo obligatorio inteligente y aislamiento selectivo y responsabilidad individual, que limito el funcionamiento de la Cámara de Comercio del Huila; además se considera que el efecto propio de la cancelación de empresas no es inmediato, sino que se verá reflejado en los siguientes años.

Durante el año 2021, en el departamento de Huila, un total de 3.427 empresas cancelaron su matrícula mercantil, lo que representa un aumento del 1,7% en comparación con el año 2020, donde se registraron 3.369 cancelaciones en total.

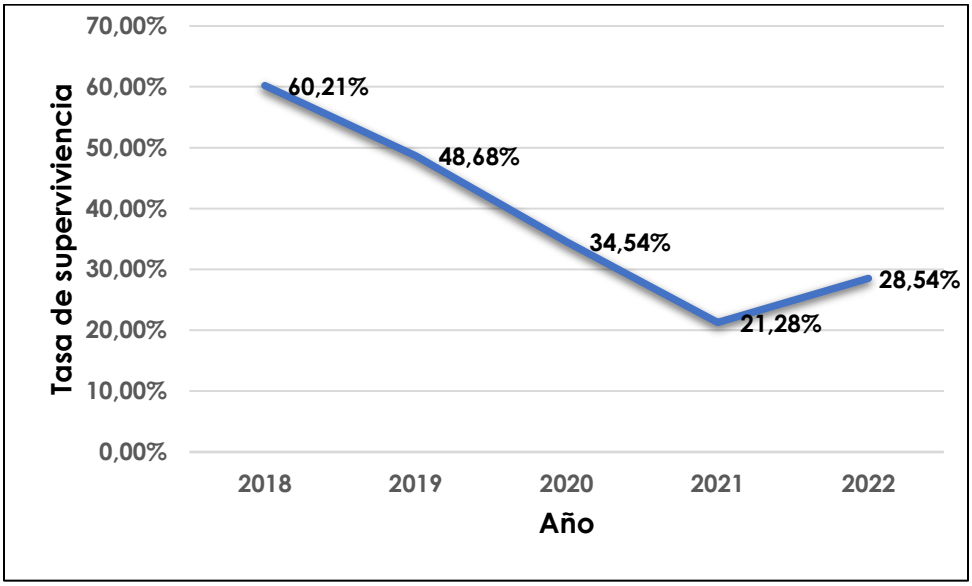
En términos de tamaño, las microempresas (99,62%) fueron las que más cancelaciones presentaron, seguidas por las pequeñas empresas (0,38%). En cuanto a las actividades económicas relacionadas, el sector del comercio representó el 47,45% de las cancelaciones, seguido por el sector de servicios con el 40,49%, la industria con el 7,06% y la agricultura con el 2,22%.

Según Confecámaras (2022), la supervivencia de las empresas se evalúa a través del seguimiento anual de su actividad, utilizando como punto de partida el año de su creación y renovando su registro mercantil por año.

En el departamento del Huila, en el año 2017 se crearon 8.427 empresas, según la Cámara de Comercio. De ellas, sobrevive el 60,21% al primer año, el 34,54% al tercer año y un 28,54% continúa operando tras 5 años de su constitución.

Esquema 1.

Tasa de supervivencia empresarial del Huila (2017 – 2022).



Fuente: Elaboración propia con datos de la cámara de comercio del Hula (CCHUILA)

Dado el contexto anterior, la situación socioeconómica del departamento del Huila es preocupante; el nivel de competitividad regional es reducido teniendo en cuenta la importancia geográfica de la región, el aporte económico del Huila a nivel nacional es muy poco, la constitución de empresas tanto a nivel departamental como en Neiva ha venido disminuyendo, al tiempo que la cancelación o liquidación ha venido aumentando. De acuerdo con Méndez (2007), “El Huila presenta un escaso desarrollo empresarial y restringida cultura hacia el

emprendimiento, los valores agregados en los procesos son limitados y no existen cadenas productivas consolidadas" (p.34).

Según Audretsch (1995), la disminución de la actividad empresarial se relaciona de manera positiva con el crecimiento económico, es decir, una menor actividad empresarial se asocia con un menor crecimiento económico, producido generalmente por la existencia de bajas tasas de ocupación laboral que afecta directamente el nivel de ingreso y consumo de los individuos. Según el Banco Interamericano de Desarrollo (2002). La creación y la consolidación de empresas es un aspecto sumamente importante porque permite contribuir en el crecimiento económico, generar empleo, rejuvenecer el tejido socio productivo, dinamiza las regiones, promueve la innovación, entre otras externalidades positivas.

Dado que el sector empresarial es crucial para el desarrollo socioeconómico de las regiones y que el departamento del Huila, en particular su capital Neiva, presenta niveles bajos de desarrollo y consolidación empresarial, es importante entender las razones detrás de esto en el contexto actual. Para comprender qué características permiten que un empresario pueda crear una empresa que se mantenga consolidada con el tiempo, es fundamental identificar los factores socio-laborales, familiares y personales más relevantes en la creación de una empresa consolidada en la ciudad de Neiva. Con este fin, la presente investigación busca responder la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los factores más importantes que influyen en la creación y consolidación de una empresa en la ciudad de Neiva, desde una perspectiva socio-laboral, familiar y personal?

2. Objetivos

En esta sección, se definen los objetivos planteados con el propósito de orientar el desarrollo de la investigación. Dichos objetivos se desglosan en dos categorías: el objetivo general y los objetivos específicos. El objetivo general representa la meta principal que se pretende alcanzar con la investigación y ofrece una visión global de los resultados deseados. Mientras tanto, los objetivos específicos cumplen la función de etapas intermedias que contribuyen a enfocar y dirigir el trabajo de investigación hacia el logro del objetivo general.

2.1 Objetivo General

Establecer cuáles son las características más importantes de las empresas y sus empresarios que influyen en la creación y consolidación de una empresa en la ciudad de Neiva, desde una perspectiva socio-laboral, familiar y personal.

2.2 Objetivos Específicos

Determinar cuáles son las características individuales y familiares de los empresarios que más influyen en la probabilidad de crear una empresa consolidada en Neiva.

Establecer cuál es el efecto que tiene el nivel educativo del empresario sobre la probabilidad de crear o no una empresa consolidada.

Identificar sí los empresarios que innovaron un producto o servicio en sus emprendimientos tienen mayor probabilidad de establecer una empresa consolidada.

Definir la importancia que tiene las experiencias previas en creación de empresa en el establecimiento de una empresa sostenible a lo largo del tiempo.

Demostrar cuales son los métodos de financiación empresarial que tienen mayores efectos en la consolidación de una empresa.

3. Planteamiento de Hipótesis

1. Las características personales del empresario, tales como la existencia de familiares empresarios y un mayor nivel socioeconómico, juegan un papel primordial en la probabilidad de establecer una empresa consolidada.
2. El nivel educativo del empresario desempeña un papel fundamental en el desarrollo y el éxito de las empresas.
3. Los empresarios que toman la decisión de crear empresa, porque innovaron en algún producto o servicio tienen más probabilidad de establecer una empresa consolidada.
4. Los empresarios con experiencia previa en la creación de empresa tienen mayor posibilidad de establecer una empresa sostenible a lo largo del tiempo.
5. Los empresarios que utilizaron recursos propios para financiar sus empresas tienen mayores probabilidades de crear una empresa consolidada.

4. Marco Teórico

En la actualidad, para la gran mayoría de los egresados de las carreras universitarias administrativas y afines, crear empresas y trabajar en su emprendimiento se ha convertido en gran tendencia, toda vez que la considera como una alternativa al desempleo. Sin embargo, volverla realidad no es tarea fácil.

Un emprendedor es una persona que emprende o inicia una nueva empresa o negocio. Los emprendedores son personas innovadoras y creativas que tienen la capacidad de identificar oportunidades y transformarlas en un negocio exitoso. El término se refiere a una persona que está dispuesta a asumir riesgos financieros, personales y profesionales para crear y dirigir su propia empresa, asumiendo la responsabilidad de la toma de decisiones y el liderazgo del proyecto empresarial.

Schumpeter, se convierte en una referencia obligada para todo aquél que quiera hablar sobre emprendimiento por sus valiosos aportes sobre el tema; en su obra "*Teoría del desarrollo económico"* (1912). Schumpeter describió al emprendedor como una figura central en el proceso de innovación económica y cambio social. Para él, el emprendedor es una persona que introduce nuevas combinaciones de factores de producción, innovando en productos, procesos o mercados. Esta actividad emprendedora genera disrupción en el mercado y, por lo tanto, crea oportunidades para el crecimiento económico. Para McClelland (1961) el emprendedor es una persona que tiene una fuerte necesidad de logro y que está impulsada por el deseo de hacer algo significativo y de tener éxito en el mundo empresarial. Shapero (1975) identifica tres elementos clave que caracterizan el evento emprendedor: la percepción de la oportunidad, la decisión de emprender y la creación de una nueva organización. Según Shapero, la percepción de la oportunidad es el primer paso del proceso emprendedor, ya que implica la identificación de una necesidad o problema en el mercado. La decisión de emprender implica la evaluación de la viabilidad de la oportunidad y la decisión de invertir recursos en la creación de una nueva

empresa. Finalmente, la creación de una nueva organización implica el establecimiento de una estructura formal para llevar a cabo la idea emprendedora. Benavides, Sanchez y Luna (2004), definen al emprendedor como una persona que tiene una "actitud proactiva y de búsqueda de oportunidades, dispuesta a asumir riesgos, con habilidades de liderazgo y capacidad para crear e innovar". Según los autores, el emprendedor se caracteriza por su capacidad de identificar oportunidades de negocio, su creatividad para diseñar nuevos productos o servicios, y su habilidad para liderar equipos de trabajo.

Para Peter F. Drucker (1999) definió al emprendedor como alguien que busca oportunidades y crea valor a través de la innovación y el cambio. Según Drucker, el emprendedor no solo crea empresas, sino que también puede ser una fuerza positiva para el crecimiento y la competitividad de las empresas existentes y la economía en general. Siendo alguien que tiene una visión clara de las oportunidades que existen en el mercado y es capaz de identificar necesidades no satisfechas por otros productos o servicios. El emprendedor busca continuamente nuevas oportunidades, desafía las formas tradicionales de hacer las cosas y está dispuesto a asumir riesgos para crear algo nuevo.

El estudio de Raúl Varela (2001), "*Innovación Empresarial: Arte y ciencia en la creación de empresas*", aborda el tema de la innovación empresarial desde una perspectiva práctica y teórica.

El estudio presenta una revisión de los principales modelos teóricos y las herramientas prácticas para la creación y gestión de empresas innovadoras, así como los factores clave que influyen en la innovación empresarial. siendo algunos factores los siguientes:

1. **Cultura de innovación:** una cultura empresarial que fomente la innovación es esencial para generar nuevas ideas y proyectos. La cultura de innovación debe incluir la experimentación, la tolerancia al fracaso y el reconocimiento de los logros.

2. **Liderazgo y compromiso:** el liderazgo y compromiso de los líderes empresariales son esenciales para promover y apoyar la innovación en la empresa.
3. **Capital humano:** contar con un equipo de trabajo con habilidades y competencias adecuadas para la innovación, y que tenga una formación adecuada, es fundamental para el éxito de la innovación empresarial.
4. **Conocimiento del mercado**: es importante conocer el mercado y sus necesidades para poder crear soluciones innovadoras que satisfagan las necesidades de los clientes.
5. **Acceso a recursos y tecnología**: disponer de los recursos necesarios y de la tecnología adecuada para desarrollar la innovación es clave para el éxito de la empresa innovadora.
6. **Financiamiento adecuado:** contar con un presupuesto y financiamiento adecuado es esencial para desarrollar y llevar a cabo proyectos innovadores.

Estos factores interaccionan entre sí alrededor de la puesta en marcha de la propuesta de valor, del nuevo negocio. Además, el autor incluye casos prácticos de empresas innovadoras y exitosas en diferentes sectores y países, lo que permite al lector tener una visión más amplia de cómo se lleva a cabo la innovación empresarial en la práctica.

En su libro "Economic Theory in Retrospect", Mark Blaug (1998) examina la evolución histórica de la teoría económica y la posición del empresario dentro de esta teoría.

Según Blaug, a lo largo de la historia, los economistas han abordado la figura del empresario de diversas formas. En los primeros pensadores clásicos de la economía, como Adam Smith y David Ricardo, se percibía al empresario como un agente pasivo que se limitaba a invertir capital y coordinar el trabajo de los trabajadores. Con el paso del tiempo, el empresario adquirió mayor relevancia y se comenzó a ver como un agente activo y creativo en la economía.

Como también, el empresario es visto como un agente importante en la economía, ya que es el que toma decisiones de inversión y asume riesgos con el fin de obtener beneficios. Según Blaug, la capacidad del empresario para identificar oportunidades de inversión y llevar a cabo proyectos creativos es fundamental para el crecimiento económico. Determina que las funciones más importantes del empresario son:

1. **Aportes de capital:** Si bien es cierto que, en los tiempos actuales con los mercados financieros, las formas mercantiles, etc., esta función está perdiendo importancia desde una perspectiva individual al no realizarse exclusivamente por el propio empresario o emprendedor.
2. **Administrador o management:** Es decir, todo lo concerniente a planificación, organización, gestión, y control. En la medida que esta función cada vez está más profesionalizada y se tiende a delegar, en forma similar a la anterior, va perdiendo importancia en cuanto a la naturaleza propia del empresario emprendedor.
3. **El poder de decisión:** Es esencialmente la capacidad de tomar decisiones críticas como crear una empresa, todo lo referente a establecer la misión y los objetivos de la empresa, elegir las unidades de negocio, el mercado a que se va a entrar, entre otros. Esta función es la verdadera esencia del emprendedor y empresario, su rasgo de identidad auténtico y, por lo tanto, la más distintiva de su papel.

Casson (1991) escoge una serie de autores cuyos aportes al estudio del empresario han sido de gran importancia. Cada uno de ellos enfatiza en una determinada función empresarial, relacionándose de forma secuencial unos con otros. El cuadro 1 resume dicho orden de los autores estudiados por Casson.

Cuadro 1.

Autores considerados por Casson.

Autor	Función empresarial
Leibenstein	Minimizar la ineficiencia
Kirzner	Arbitrar y buscar oportunidades de beneficio
Knight	Arriesgar sus recursos
Schumpeter	Innovar
Penrose	Establecer la estrategia de la empresa (administrar)

Fuente: Casson (1991)

El primer autor señalado por Casson es Leibenstein (1968, 1978), para quién la función principal de un empresario es la de “minimizar la ineficiencia. La necesidad de reducir la ineficiencia conduce al segundo de los autores destacados por Casson, de nombre Kirzner (1973, 1979), que destacó la necesidad del empresario de estar informado para reducir la ineficiencia. Para ello, debe orientarse al mercado pues es ahí donde encontrará información y las oportunidades de beneficio que busca para mitigar la ineficiencia. Knight (1948) plantea que es preciso arriesgar los recursos que posee el empresario para alcanzar los beneficios y oportunidades indicados, en tanto que Schumpeter (1942, 1968) plantea el concepto del empresario innovador que va buscando nuevas oportunidades en los mercados. Al respecto, Penrose (2009), define la función estratégica, como la capacidad de una empresa para mantenerse competitiva en un mercado, dicha función depende de los recursos internos de la empresa, tales como habilidades, conocimientos y tecnologías, y cómo se aplican para crear productos y servicios valiosos y distintivos.

En la teoría de la "*Destrucción Creativa*" de Schumpeter (1912), el empresario tiene un papel fundamental. Los empresarios son los principales agentes de la innovación y el cambio tecnológico, poseen la capacidad de introducir nuevos productos, procesos o tecnologías en el mercado, lo que a su vez crea nuevas oportunidades de negocio y cambia la forma en que se hacen las cosas.

En la teoría de Schumpeter, el empresario es un agente clave de la "destrucción creativa", ya que introduce nuevas tecnologías y procesos que a menudo reemplazan a los antiguos. Si bien esto puede ser doloroso a corto plazo para algunas empresas y sectores, a largo plazo permite que la economía sea más eficiente y próspera.

A la vez que, manifiesta que los empresarios son innovadores y creadores, su principal motivación es la búsqueda del lucro. Introduciendo nuevas combinaciones de factores de producción de una manera más eficiente. Estos son impulsados a crear empresas por el deseo de obtener beneficios económicos.

De acuerdo con la teoría de Schumpeter, los factores críticos para el éxito empresarial incluyen la innovación, el emprendimiento, la competencia, los recursos financieros y humanos, y la estrategia empresarial. La innovación permite a las empresas destacarse y mantener una ventaja competitiva, mientras que el emprendimiento les permite explorar nuevas oportunidades comerciales. La competencia estimula la eficiencia y la mejora constante, y los recursos financieros y humanos son esenciales para la inversión y el desarrollo empresarial. Por último, una estrategia empresarial bien definida permite a las empresas tomar decisiones informadas y mejorar su capacidad para competir en el mercado.

Albert Shapero (1982), en su artículo "*Developing a High-Tech Complex Through Small Company Formations*", sostiene que la creación de nuevas empresas y el surgimiento de nuevos empresarios es el resultado de múltiples factores complejos, tales como la situación, lo social, lo psicológico, lo cultural y lo económico. La aparición de eventos empresariales es el resultado de un proceso dinámico influenciado por fuerzas situacionales que impactan a los individuos. Los valores y percepciones de estos individuos están influidos por sus experiencias y herencias culturales y sociales.

Para fortalecer su teoría, Shapero se enfoca en un sistema denominado "evento empresarial", en lugar de analizar únicamente al empresario. En este sistema, el evento

empresarial es la variable dependiente, mientras que el individuo o grupo empresarial y los factores sociales, económicos, políticos, culturales y situacionales que afectan la formación de una empresa son las variables independientes.

También identifica factores clave que influyen en la conducta empresarial, tales como la percepción de la oportunidad, la capacidad de asumir riesgos, la creatividad, la tolerancia a la ambigüedad, el compromiso y perseverancia. Todos estos factores son importantes para identificar, evaluar y explotar oportunidades de negocio, así como para superar los desafíos que pueden surgir en el camino hacia el éxito empresarial.

En el artículo "Factores Determinantes en la Creación de una Empresa", Valencia y García (2009), examina los principales factores que influyen en la decisión de emprender y crear una empresa. Este estudio se enfoca en analizar cómo los valores culturales, los programas de ayuda pública y las redes sociales afectan la creación de empresas. Se llevó a cabo una investigación con una muestra de 157 empresarios de la provincia de Albacete, utilizando un análisis logit para obtener los resultados. Se encontró que existen diversos factores sociales, culturales y políticos que influyen en la creación de empresas, y se descubrió una relación positiva entre ciertos valores culturales, las redes sociales informales de los empresarios y las ayudas públicas no financieras de la Ventanilla Única Empresarial con la creación de empresas.

Los resultados del estudio destacan la importancia de fomentar los factores socio-culturales que favorecen la iniciativa empresarial y de implementar políticas y medidas que reduzcan el impacto negativo de algunos de estos factores. Además, el análisis estadístico reveló que el grado de valores mixtos del empresario, los conocimientos directivos adquiridos a través de las redes sociales y la solicitud de ayuda de la Ventanilla Única Empresarial se correlacionan positivamente con la creación de empresas, mientras que el grado de valores colectivistas se relaciona negativamente con la iniciativa empresarial.

Stel, Storey y Thurik (2007), estudiaron la relación entre las regulaciones y el emprendimiento en 39 países, y encontraron que los emprendedores se enfrentan a una serie de obstáculos como el capital mínimo para crear empresa, rigidez del empleo, acceso a la educación, pago de impuestos, obtención de créditos, cierre de negocios y procedimientos para realizarlo.

Según Gonzalez (2004), el autor destaca la importancia del entorno institucional en el desarrollo del espíritu emprendedor y la creación de empresas, la capacidad del emprendedor se apoya en un conjunto de competencias básicas (el lenguaje, las matemáticas, científicas y tecnológicas), ciudadanas (emocionales, comunicativas, integradoras y cognitivas) y generales (dominio personal, orientación ética, empatía, toma de decisiones, creatividad, pensamiento reflexivo, gestión de planes, manejo de tecnología, liderazgo orientación al servicio, etc.) que se requieren en todos los ámbitos de la vida: personal, académica, laboral, etc.

El estudio del Banco Interamericano de Desarrollo (2001) se enfoca en los obstáculos al desarrollo empresarial y el tamaño de las empresas en América Latina. El autor concluye que existen múltiples y variados obstáculos al desarrollo empresarial en la región, tales como la falta de acceso a financiación, la escasez de recursos humanos calificados, la inestabilidad política y económica, la falta de infraestructura adecuada y la burocracia excesiva.

Además, se observa que el tamaño promedio de las empresas en América Latina es menor que en otras regiones del mundo. Esto se debe en parte a los obstáculos mencionados anteriormente y a la falta de un entorno propicio para el crecimiento empresarial.

En este estudio se destaca la importancia de las políticas públicas en la promoción del desarrollo empresarial y el crecimiento de las empresas en la región. Entre las políticas sugeridas por el autor se incluyen la eliminación de barreras al comercio y la inversión, la reducción de la carga fiscal y regulatoria sobre las empresas, y la promoción de la educación y la capacitación empresarial.

Para este estudio, se utilizó una metodología cuantitativa, utilizó datos de encuestas de empresas en varios países de América Latina para analizar las principales barreras que enfrentan las empresas en la región y cómo afectan el tamaño y la productividad de estas.

Según un estudio realizado por Ramos Constantino, Campillo Almudena y Gago Roberto (2007), se destaca la importancia creciente que se le da en la ciencia regional al comportamiento de las empresas a nivel espacial, ya que el desarrollo económico de las regiones es resultado de una compleja interacción de factores, siendo la demografía empresarial un elemento clave. A pesar de esto, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) reconoce que son escasos los estudios empíricos que examinan la relación entre nuevas empresas y el cambio económico local, aunque los emprendedores son una forma de generar empleo y aumentar los ingresos en las comunidades locales.

El estudio en cuestión utiliza como metodología la relación entre la capacidad emprendedora y el crecimiento económico regional para analizar las diferencias regionales en el proceso de creación de empresas en la economía española, tomando como marco de referencia la Comunidad Autónoma de Castilla y León. A partir de esta información, se profundiza en los factores que influyen en el proceso de creación de nuevas empresas en los municipios de Castilla y León, utilizando un modelo de regresión. Entre las conclusiones obtenidas, se destaca el alto poder explicativo de la presencia de economías de aglomeración y de urbanización en el proceso de creación de empresas.

López, Lozano, Martínez y Tunjo (2020), en la investigación "*Determinantes del emprendimiento empresarial en Colombia: una mirada desde el mercado informal"* tuvo como objetivo, analizar los determinantes del emprendimiento empresarial informal en Colombia utilizando una metodología cuantitativa de tipo correlacional, transversal y descriptiva. Se utilizaron datos de la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH5) del año 2019, administrada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE), que contiene información

mensual sobre las condiciones de empleo y características generales de la población en Colombia. La muestra consistió en 2,970 individuos que reportaron tener un negocio en las principales cabeceras urbanas de 23 departamentos del país. se utilizaron tres módulos de la encuesta: el módulo de características generales que incluye variables como sexo, estado civil, edad, jefe de hogar y nivel educativo; el módulo de ocupados que proporciona información sobre si el negocio es formalmente registrado ante la cámara de comercio; y el módulo de vivienda y hogares que incluye variables como acceso al servicio de internet y estrato socioeconómico.

El estudio concluyó que los mayores tienen más probabilidades de emprender en el mercado informal, en contra de la creencia popular de que los jóvenes son los que emprenden más. El estado civil y la posición como jefe de hogar también influyen en la probabilidad de tener un negocio informal, y se considera que el emprendimiento es un asunto familiar. La educación del emprendedor y el uso de internet también tienen un impacto en la formalidad del negocio. El estrato socioeconómico también es un factor determinante en la probabilidad de emprender.

En su estudio, Delgado y Ramírez (2021) se propusieron examinar la posibilidad de establecer una empresa informal en las ciudades capitales de los departamentos de Antioquia, Caldas, Quindío, Risaralda, Valle del Cauca, Manizales, Pereira e Ibagué (Colombia). Para lograr esto, se aplicaron tres modelos de probabilidad diferentes: lineal, Probit y Logit, utilizando variables como sexo, estado civil, edad, jefe de hogar y nivel educativo.

Los resultados de las estimaciones permitieron concluir que existe una mayor probabilidad de informalidad para aquellos que viven en la ciudad de Armenia y una menor para los que se encuentran en la ciudad de Manizales. En otras palabras, las ciudades más pequeñas tienden a tener mayores niveles de informalidad en comparación con las ciudades que tienen una economía diversificada, como es el caso de Pereira. Además, los modelos de estimación revelaron que la variable de educación no resulta significativa, la variable de edad tiene una

relación inversa con la informalidad, mientras que el género y la relación con el propietario del negocio tienen una relación directa con la probabilidad de tener un empleo informal.

Alvear, Hernández, Portillo, Velandia y Salas (2022), el objetivo de este estudio es examinar los procesos más comunes que los microempresarios consideran al decidir crear su empresa, así como explorar los factores socioculturales que influyen en su comportamiento. La metodología utilizada es el enfoque empírico-inductivo y un diseño de investigación de campo no experimental. La investigación se centra en analizar los motivos que impulsan a los microempresarios de Barranquilla, Colombia, a crear una empresa. Se examinan factores como la tradición familiar, la flexibilidad, el desarrollo de estudios, el despido, la identificación de oportunidades de negocio y la experiencia previa.

Los resultados indican que los factores más relevantes para la creación de una empresa son la flexibilidad, la experiencia previa y la identificación de oportunidades de negocio. Los aspectos como la consolidación de una empresa familiar, la falta de empleo o el despido son menos importantes al tomar la decisión de crear una empresa.

5. Análisis de la situación empresarial del departamento del Huila y la cuidad de Neiva

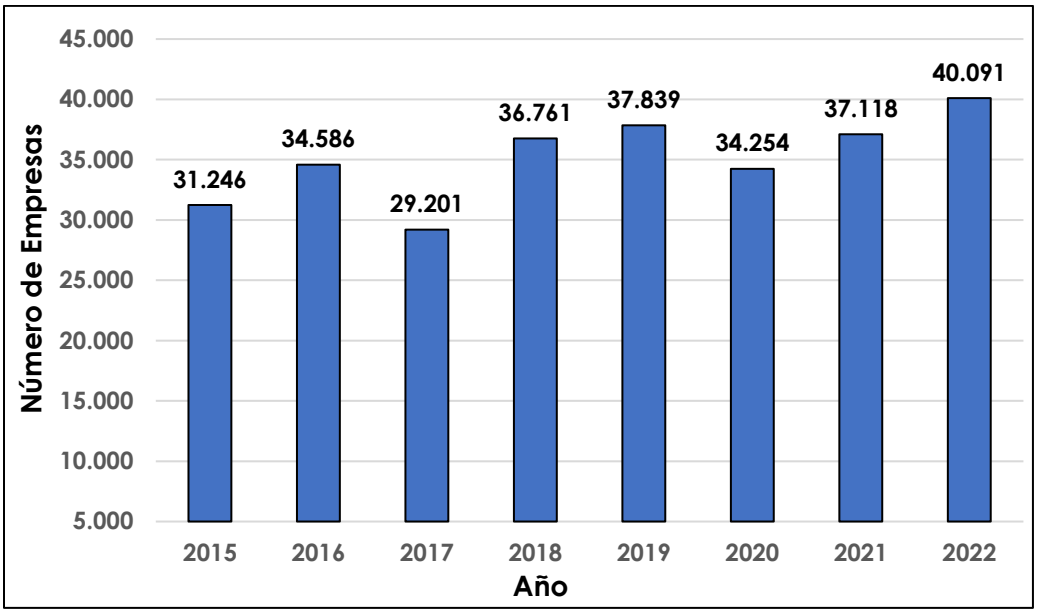
En el departamento del Huila su tejido empresarial, está conformado por las unidades productivas activas y renovadas durante cada vigencia, considerando tanto a las personas naturales como jurídicas que han sido constituidas o renovadas en cada año.

Como se puede observar en el esquema número 2, para el año 2022, el tejido empresarial del departamento del Huila está compuesto por 40.091 empresas entre personas naturales y jurídicas, lo que representa la cifra más alta registrada en los últimos 8 años. La estructura empresarial del departamento ha mostrado una tendencia creciente en su comportamiento histórico, con la excepción de los años 2017 y 2020, para la vigencia del 2017, se presentó una reducción del 16% en el número de empresas con relación a el 2016, representando una disminución de 5.385 empresas; en cuanto a el 2020, la reducción fue de 9%, con relación a el 2019, un total de 3.585 empresas menos, esta última disminución se podría decir que fue a causa de la pandemia SARS-CoV-2.

Sin embargo, se evidencia un crecimiento en el 2022 del 801% en comparación con el año 2021, cuando el número de empresas era de 37.118, respectivamente se puede evidenciar un crecimiento del 28% en el 2022, con relación a el 2015, un total de 8.845 nuevas empresas.

Esquema 2.

Número de empresas en el departamento del Huila (2015-2022)



Fuente: Elaboración propia con datos de la cámara de comercio del Huila (CCHUILA)

En cuanto, a el tipo de organización, en el departamento de Huila, la mayoría de la estructura empresarial está conformada por personas naturales, lo cual ha experimentado un significativo aumento de 27.167 en 2015 a 33.713 en 2022, un incremento del 24%. Por otro lado, el número de personas jurídicas ha aumentado de 4.079 en 2015 a 6.376 sociedades en 2022, representando un incremento aun mayor del 56%.

En lo que respecta a la distribución de la estructura empresarial del departamento por tipo de organización, en promedio las personas naturales han representado alrededor del 85%, mientras que las personas jurídicas han representado el 15% restante del total.

Cuadro 2.

Empresas en el departamento del Huila por tipo de organización (2015-2022).

Año	P. Natural	P. Jurídica	Total
2015	27.167	4.079	**31.246**
2016	29.766	4.820	**34.586**
2017	24.905	4.296	**29.201**
2018	31.658	5.103	**36.761**
2019	32.332	5.507	**37.839**
2020	28.920	5.332	**34.252**
2021	31.236	5.882	**37.118**
2022	33.713	6.378	**40.091**

Fuente: Elaboración propia con datos de la cámara de comercio del Huila (CCHUILA)

La actividad económica dominante en la estructura empresarial del Huila es el comercio que ha representado más del 48% del total de empresas en los últimos años. Le siguen actividades como el alojamiento, los servicios de comida y las industrias manufactureras, que, en conjunto con el comercio, han alcanzado una participación promedio del 70% en el entramado empresarial del departamento.

Número de empresas por municipio

En 2022, la mayor concentración de actividad empresarial dentro del tejido empresarial por municipio se encuentra en 7 de los 37 municipios con los que cuenta la jurisdicción, la mayor proporción se presenta en Neiva, 17.156 (42,79%), seguido por Pitalito 5.972 (14,90%), Garzón 2.606 (6,50%), La Plata 1.910 (4,76%), Palermo 903 (2,25%), Campoalegre 808 (2,02%), San Agustín 750 (1,87%), y los 9.986 restantes se encuentran entre los 30 municipios del departamento.

Cuadro 3.

Número de empresas por municipio (2015-2022).

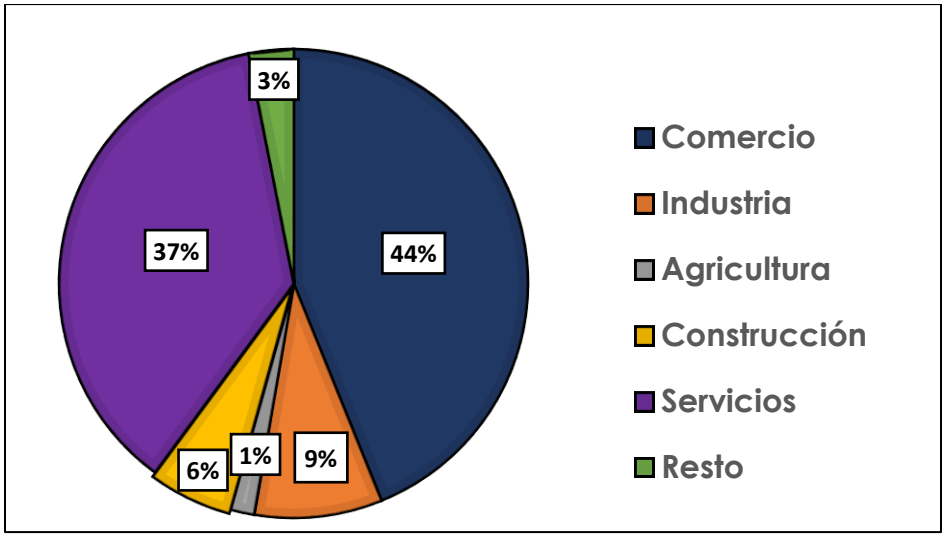
Municipio	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Neiva	15.237	16.293	13.300	16.669	17.156	15.353	16.106	17.156
Pitalito	4.095	4.775	4.452	5.308	5.365	5.050	5.363	5.972
Garzón	1.913	2.218	1.677	2.372	2.366	2.222	2.393	2.606
La Plata	1.460	1.653	1.512	1.739	1.829	1.677	1.736	1.910
Palermo	578	617	614	797	839	752	852	903
Campoalegre	597	723	512	713	727	621	743	808
San Agustín	584	631	513	653	725	625	760	750
Demas Municipios	6782	7676	6621	8510	8832	7954	9165	9986
Total	**31.246**	**34.586**	**29.201**	**36.761**	**37.839**	**34.254**	**37.118**	**40.091**

Fuente: Elaboración propia con datos de la cámara de comercio del Huila (CCHUILA)

De las 17.156 empresas existentes en Neiva en el 2022, el 95.7% son microempresas, seguido por las pequeñas empresas, con una participación del 3,3%, el 1% restante corresponde a la mediana y gran empresa.

Esquema 3.

Porcentaje de empresas por sector económico Neiva año 2022.



Fuente: Elaboración propia con datos de la cámara de comercio del Huila (CCHUILA)

Es del caso resaltar que Neiva al ser la ciudad capital, su dinámica empresarial es bastante activa, la ciudad cuenta con una amplia variedad de empresas en diferentes sectores económicos, siendo el comercio de vehículos, el sector de servicios, de los más destacados. Además, Neiva se caracteriza por tener una importante presencia de micro y pequeñas empresas, lo que contribuye a una dinámica empresarial en constante crecimiento. Asimismo, algunas empresas multinacionales y nacionales de renombre han establecido sus operaciones en la ciudad, generando empleo y fomentando el desarrollo de la economía local y generando expectativa de crecimiento.

En el municipio de Neiva, la estructura empresarial está dominada por la actividad comercial, que en promedio representa el 44% del total de negocios en 2022. Las actividades de servicios tienen una participación del 37%, mientras que la industria, agricultura y construcción juntas representan un promedio del 16%. El 3% restante corresponde a actividades tales como la atención de la salud humana y la asistencia social, la administración pública y la defensa, los planes de seguridad social de afiliación obligatoria y la educación.

En lo que se refiere al tipo de organización en el municipio de Neiva, la mayoría de la estructura empresarial la conforman personas naturales, representando el 76% (12.957), mientras que el restante 24% (4.199) corresponde a personas jurídicas.

En los últimos años, la infraestructura empresarial ha crecido, la ciudad cuenta con zonas industriales y centros de innovación y emprendimiento que promueven la creación y consolidación de nuevas empresas. Además, la Cámara de Comercio de Neiva desempeña un papel relevante en el apoyo y promoción de la actividad empresarial en la ciudad.

Número de empresas creadas en el departamento del Huila

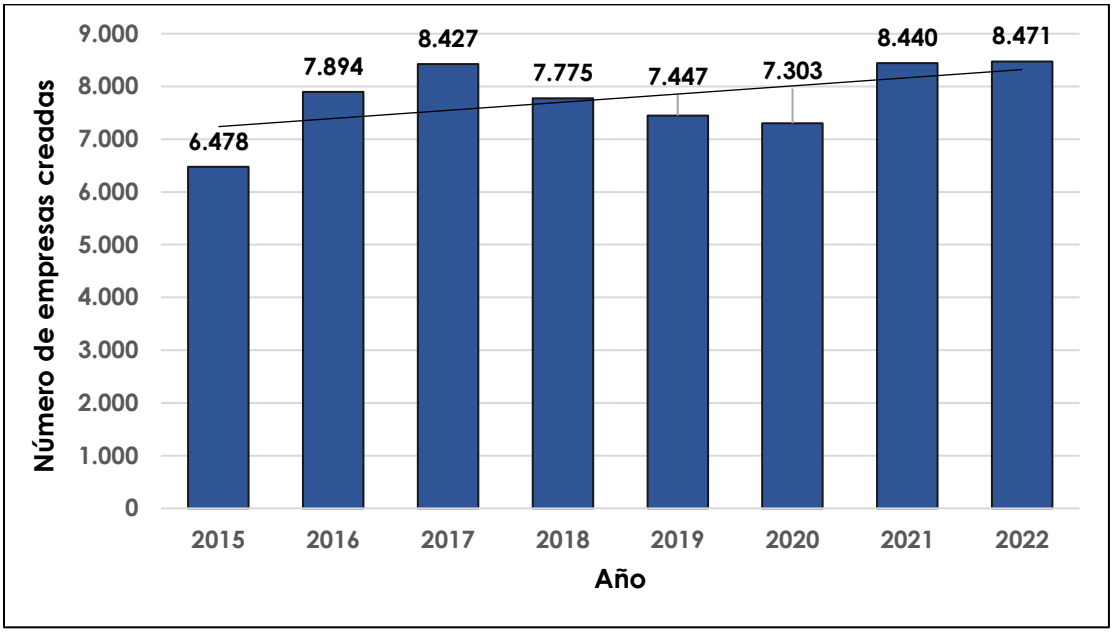
Durante el año 2022, se registró un aumento del 0,37% en la creación de empresas en el departamento del Huila en comparación con el año anterior (8.440 empresas), con un total de 8.471 nuevas empresas creadas. Se ha evidenciado que en los años 2015-2022 se ha dado una

tendencia creciente, se refleja un crecimiento del 31%. Aunque en los años 2017-2020, decreció la creación de empresas en un -13,3%, y después de superar la emergencia sanitaria del año 2020, la actividad empresarial se recuperó rápidamente con un aumento del 15,57%, pasando de 7.303 empresas en 2020 a 8.440 en 2021.

En cuanto a la distribución de empresas creadas por tamaño en los últimos años en el departamento del Huila, se destaca la notable predominancia de las microempresas, que han mantenido una representación estable del 99,66% del total de las empresas creadas. La mayoría de las empresas creadas en 2022 corresponden a personas naturales, quienes representan una importante participación en el total de 8.741 empresas creadas en ese año, con un total de 7.400 constituidas por personas naturales. Asimismo, en cuanto a las empresas creadas por municipio en 2022, se destaca que la mayor concentración de actividad empresarial se encuentra en Neiva con un 44,41% (3.762).

Esquema 4.

Número de empresas creadas por año en el departamento del Huila (2015-2022).



Fuente: Elaboración propia con datos de la cámara de comercio del Huila (CCHUILA)

Número de empresas que salieron del tejido empresarial en el departamento del Huila

La salida de empresas se refiere a las unidades productivas que ya no forman parte del stock empresarial del departamento en una vigencia determinada. Esta medición incluye tanto las matrículas canceladas como aquellas que no se renuevan en la última vigencia según se determina en el stock empresarial. (Confecámaras, 2022).

Durante el año 2022, la salida de empresas en el departamento alcanzó un valor de 8.516 empresas entre personas jurídicas y naturales, lo cual representa la tercera cifra más baja en los últimos 8 años. Además, se observa una reducción del 3% en las salidas de empresas entre 2021 y 2022, pasando de 8.765 en 2021 a un total de 8.516 en 2022, lo que indica un comportamiento positivo en términos de la solidez de la estructura empresarial.

En cuanto al comportamiento histórico de la salida de empresas en el departamento, se ha registrado una tendencia decreciente en los últimos años, pasando de un total de 9.707 en 2015 a 8.516 en 2022, con excepción de los años 2017 y 2020, donde se registraron incrementos del 68,78% y 48,06%, respectivamente.

La mayoría de las empresas que salen del stock empresarial cada año corresponden a personas naturales, representando el 88,33% en el 2022. En el año 2015, se registraron 9.063 salidas de empresas de personas naturales, mientras que en el 2022 se registraron 7.522. Por otro lado, las empresas de personas jurídicas o sociedades pasaron de 844 en 2015 a 994 en 2022. Es decir, se observa un aumento en el número de empresas de personas jurídicas o sociedades que salen del stock empresarial a lo largo de los años.

Cuadro 4.

Número de empresas que se crean y salen del tejido empresarial en Neiva (2015-2022).

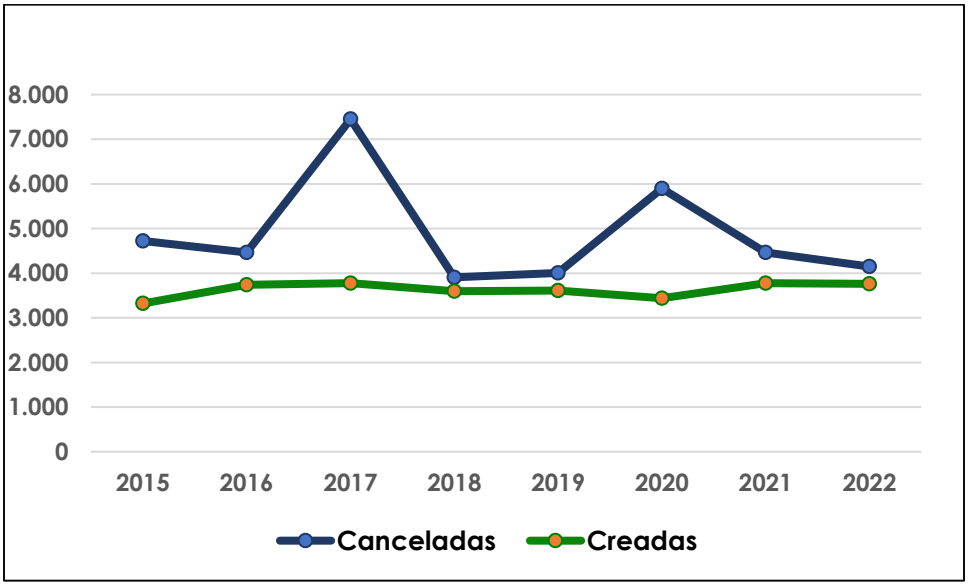
Año	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Canceladas	4.721	4.463	7.449	3.906	4.007	5.900	4.466	4.145
Creadas	3.320	3.741	3.776	3.598	3.612	3.440	3.772	3.762

Fuente: Elaboración propia con datos de la cámara de comercio del Huila (CCHUILA)

La mayor concentración de salidas de las empresas en el departamento se encuentra en Neiva, como se observa en el cuadro No. 4, para la vigencia del 2022, se registraron 4.145 salidas, lo que representa un (48,67%), del total del departamento.

Esquema 5.

Número de empresas creadas y canceladas por año en Neiva (2015-2022).



Fuente: Elaboración propia con datos de la cámara de comercio del Huila (CCHUILA)

En cuanto a las creadas, para el 2022, se registraron 3.762 nuevas empresas, 383 menos, de las que se cancelaron, durante los últimos años, ha existido una tendencia creciente en la creación de empresa, sin embargo, se evidencia que se presentan más cancelaciones que creaciones en cada año y acumulativo, en el 2017 se da un pico en cancelaciones de 7.749

empresas que cancelaron, 3.673 más de las que se crearon ese mismo año. Después en el 2020, con la pandemia el sector de comercio se vio fuertemente afectado, muchas empresas presentaron pérdidas económicas debido a la disminución en la demanda de sus productos o servicios, las restricciones a la movilidad y el cierre de sus locales.

6. Metodología de la Investigación

En este apartado se presenta la metodología a utilizar para alcanzar los objetivos planteados. Dado que se requiere información del tejido empresarial de Neiva, se solicitó a

a la Cámara de Comercio del Huila (CCHUILA) información sobre los empresarios del municipio de Neiva, tanto de empresas activas con más de 3.5 años de funcionamiento como de empresas canceladas y liquidadas con menos de 3.5 años de funcionamiento. En este ejercicio, se tuvo en cuenta las empresas creadas (empresas consolidadas con más de 3.5 años de funcionamiento) durante el periodo 2013-2018 y que renovaron su matrícula durante el año 2022, así como también se tuvo en cuenta las empresas canceladas o liquidadas (empresas canceladas con menos de 3.5 años de funcionamiento desde su creación) para el periodo 2017-2022. Luego de consolidar y ajustar la base de datos proporcionada por la CCHUILA, se seleccionó una muestra representativa de manera aleatoria y estratificada, según el tipo de actividad, tipo de sociedad y año de creación de cada empresa. Con esta muestra de empresas se realizó una encuesta a sus empresarios que incluyó preguntas de carácter socioeconómico, personal y familiar (para ver la encuesta ver el anexo 1).

Una vez compilada la información recogida en la encuesta aplicada a los empresarios, se llevó a cabo un análisis estadístico-descriptivo para caracterizar cada una de las variables estudiadas y obtener información general sobre la muestra de empresarios tanto de empresas consolidadas como de empresas que salieron del tejido empresarial. Este análisis permite caracterizar tanto a las empresas consolidadas como a las no consolidadas.

Posteriormente, para identificar las variables que más influencia tienen en la creación de empresas consolidadas, se estimó un modelo de regresión logística binaria Logit. Este modelo es adecuado para variables dependientes discretas o binarias y su objetivo principal es encontrar la probabilidad de que un evento ocurra dadas un conjunto de variables predictoras. Los modelos de regresión logística se basan en la función de probabilidad logística acumulativa para estimar

los modelos probabilísticos. El propósito es determinar la probabilidad de crear una empresa consolidada (1) condicionada a las variables predictoras seleccionadas para este modelo en comparación con la probabilidad de no crear una empresa consolidada (0).

6.1. Metodología GEM

Como ya se comentó anteriormente, en este trabajo se tuvo en cuenta tanto a empresarios consolidados de empresas activas creadas hace más de 3.5 años, y a empresarios no consolidados de empresas que se cancelaron con menos de 3.5 años de haber sido creadas. El criterio de selección de empresas correspondiente a los 3.5 años, se tomó teniendo en cuenta la definición de empresa consolidada y empresa no consolidada que se realiza desde la metodología GEM.

La metodología GEM, o Monitor Global de Emprendimiento en inglés, es un proyecto de investigación global cuyo objetivo es medir y analizar la actividad emprendedora en todo el mundo. Fue iniciado en 1999 por un equipo de investigadores de la London Business School y el Babson College y actualmente se desarrolla en más de 70 países y en diferentes regiones y ciudades con el apoyo de diferentes instituciones académicas en cada país. En el caso de Colombia, las universidades que apoyan esta iniciativa son la Pontifica Universidad Javeriana, Universidad del Norte y la Universidad Icesi

La metodología GEM busca caracterizar la actividad emprendedora en diferentes países y regiones del mundo mediante la realización de encuestas a nivel nacional. Estas encuestas miden la tasa de actividad emprendedora, las características y motivaciones de los emprendedores, así como el entorno empresarial y las políticas gubernamentales que afectan la actividad emprendedora en cada país. Los resultados de estas encuestas son analizados por expertos y publicados en informes anuales.

Los indicadores utilizados por la metodología GEM se enfocan en tres aspectos principales de la actividad emprendedora. El primero es el nivel de actividad emprendedora, que

mide la tasa de personas involucradas en la creación de nuevas empresas o en la gestión de empresas existentes. El segundo aspecto se refiere a las características de las empresas en diferentes etapas del ciclo de vida empresarial, como su tamaño, edad, sector y posición en el mercado. Por último, el tercer aspecto mide el ambiente de negocios, es decir, la percepción de los emprendedores y empresarios sobre el ambiente de negocios en su país o región, incluyendo factores como el acceso a financiamiento, la regulación gubernamental, la cultura empresarial y la infraestructura.

El proyecto de investigación GEM se ha enfocado en entender el papel de la actividad empresarial en el análisis del crecimiento económico y la competitividad de los países, vista desde dos actores: las nuevas empresas y las empresas establecidas. Esta distinción de empresas se hace de acuerdo con su edad, como un aspecto primordial en la consolidación de una actividad emprendedora, utilizado para describir diferentes etapas del ciclo de vida empresarial.

- **Nuevas empresas**: se refiere a empresas que han estado en funcionamiento durante menos de 3.5 años. Estas empresas están en las primeras etapas de su ciclo de vida empresarial, y pueden estar enfocadas en el desarrollo de nuevos productos o servicios, la construcción de una base de clientes, y la búsqueda de financiamiento para expandir sus operaciones. Las etapas iniciales de creación pueden ser las más riesgosas en cuanto a cancelación de empresas, porque aún las empresas son muy jóvenes y están más expuestas a situaciones que pueden afectar su continuidad.
- **Empresas establecidas**: se refiere a empresas que han estado en funcionamiento durante más de 3.5 años. Estas empresas han superado la etapa inicial de creación, han establecido un modelo de negocio sostenible, y tienen una base de clientes establecida. Las empresas establecidas pueden estar enfocadas en mantener su posición actual en

el mercado, expandir sus operaciones a nuevos mercados, o desarrollar nuevas líneas de productos o servicios para satisfacer las necesidades de sus clientes.

En el caso de este estudio, se tuvo en cuenta las empresas canceladas o liquidadas para representar a las empresas que no lograron consolidarse en el tiempo, y las empresas establecidas como las empresas consolidadas.

6.2. Nivel de Investigación

La investigación se enfoca en el análisis de los factores que influyen en la creación de empresas consolidadas por parte de los empresarios del casco urbano de la ciudad de Neiva. Para este propósito, se utiliza el nivel de investigación explicativo, que, según Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2014), busca establecer las relaciones causales entre las variables para explicar por qué se produce un fenómeno determinado y cuáles son las variables que influyen en él y cómo se relacionan entre sí. Para lograr esto, se aplicó métodos estadísticos y de análisis de datos con el fin de comprobar las hipótesis propuestas y las relaciones causales establecidas. En resumen, la investigación busca determinar en qué medida las variables independientes influyen en la variable dependiente de la creación de empresas consolidadas en el municipio de Neiva.

6.3. Diseño de la Investigación

El estudio propuesto se alinea con los objetivos de la investigación no experimental, la cual también es conocida como investigación ex post facto, un término que se origina del latín y que significa "después de ocurridos los hechos".

Según Kerlinger (1983), la investigación no experimental se caracteriza por la falta de control directo del investigador sobre las variables independientes. En otras palabras, el investigador no manipula ni controla las condiciones en las que se lleva a cabo el estudio, sino que observa y mide las variables tal y como se presentan en su entorno natural. El objetivo

principal de este tipo de investigación es comprender las relaciones entre las variables, no demostrar relaciones causales.

Para recopilar datos en la investigación no experimental, se utilizan técnicas como encuestas, entrevistas, observación y análisis documental. Los datos recopilados se analizan mediante métodos estadísticos y de análisis de datos para encontrar patrones y relaciones entre las variables.

Dentro de la investigación se seleccionará a todas las empresas registradas en Cámara de Comercio del Huila desde el 2013 hasta la fecha; tanto empresas con matrícula mercantil activas, como empresas con matrícula mercantil canceladas y liquidadas. Las empresas que se consideran en este estudio cumplen con ciertas características, las cuales se describen a continuación:

- Empresas con matrícula mercantil activa (renovada durante el año 2022) que han estado funcionando por más de 3.5 años, según la metodología de GEM, durante el periodo 2013-2018.
- Empresas que han sido canceladas o liquidadas entre 1 y 3.5 años de funcionamiento durante el periodo 3017-2022

La probabilidad de crear una empresa consolidada vs que se cancele es lo que se convierte en la variable dependiente o explicada de la investigación. Lo que se busca es determinar qué es lo que causa que la variable dependiente tenga un valor aproximado a uno (1 indica probabilidad del 100% de crear empresa consolidada), o cero (0 indica probabilidad del 0% de crear una empresa consolidada); para esto se establecieran ciertas variables independientes las cuales explican el comportamiento de la variable dependiente. Dichas variables independientes se establecieron con base en la encuesta que se aplicó a los empresarios previamente seleccionados en la muestra.

Se considera que la investigación abarca el diseño no experimental ya que permitirá demostrar que los cambios observados en la variable dependiente son ocasionados realmente por cambios en las variables independientes. Según el estudio, se busca comprobar que realmente estas variables independientes afectan significativamente la probabilidad de crear de una empresa consolidada.

6.4. Población

La población objeto de estudio se refiere a todas las empresas activas y canceladas del área urbana de la ciudad de Neiva-Colombia, que han sido consideradas como empresas consolidadas según la metodología del GEM.

Esta población incluye empresas consolidadas activas con más de 3.5 años de funcionamiento, así como empresas canceladas o liquidadas entre 1 y 3.5 años de funcionamiento. Las empresas deben haber renovado su matrícula mercantil en 2022 y haber sido creadas a partir del 1 de enero de 2013 en el caso de las empresas consolidadas y a partir del 1 enero de 2017 en el caso de las empresas canceladas o liquidadas.

De acuerdo con cifras de la Cámara de Comercio del Huila (2022), durante el periodo 01/01/2013-30/06/2019 se crearon en total 5.317 empresas en la zona urbana de la ciudad de Neiva. Estas empresas se constituyen en la población objeto de estudio de las empresas creadas y consolidadas con más de 3.5 años de funcionamiento.

Por el lado de las empresas canceladas, la población la constituyen las empresas canceladas durante el periodo 30/06/2017-31/12/2022, la cual equivale a 4435 empresas canceladas entre 1 y 3.5 años de funcionamiento.

6.5. Muestra

Según López (2010), el muestreo probabilístico se caracteriza por que cada elemento del universo tiene una probabilidad conocida y no nula de ser seleccionado para formar parte de la muestra, lo que implica que todos los elementos del universo pueden ser incluidos en la muestra.

Esta técnica se fundamenta en el principio de equiprobabilidad, que establece que todos los elementos del universo tienen la misma probabilidad de ser elegidos para la muestra. Como resultado, los métodos de muestreo probabilístico permiten obtener muestras representativas de la población total y se utilizan ampliamente en investigaciones científicas y sociales. Por tanto, la muestra utilizada en este estudio es probabilística, ya que se conoce la probabilidad que tiene cada elemento de ser seleccionado para formar parte de la muestra. Además, se trata de un muestreo estratificado, ya que la población se divide en subgrupos o estratos según la sociedad jurídica de la empresa, su actividad económica y año de creación. La selección de la muestra se realiza de manera que se representen proporcionalmente todos los estratos, con el objetivo de lograr una muestra lo más representativa posible de la población. En este tipo de muestreo, los estratos están compuestos por unidades homogéneas, mientras que son heterogéneos entre sí, y todos los estratos tienen presencia en la muestra.

La fórmula que se utilizará para determinar el tamaño de la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{NE^2 + Z^2 pq}$$

Donde, el tamaño de la muestra se denota por "n"; "Z" representa el nivel de confianza, "p" es la proporción positiva, "q" es la proporción negativa, "N" es el tamaño de la población y “E” es la precisión o el error. El nivel de confianza se obtiene a partir de la distribución normal estándar, pues la proporción correspondiente al porcentaje de confianza es el área simétrica bajo la curva normal que se toma como la confianza, y la intención es buscar el valor Z de la variable aleatoria que corresponda a tal área.

Con una población de 9.157 entre empresas consolidadas y canceladas, con un nivel de significancia o margen de error del 6%, y una variabilidad de 0.5, la muestra obtenida es aproximadamente 259 empresas. Debido a que del total de la población el 52% corresponde a empresas consolidadas, y el 48% restante a empresas liquidadas, de la muestra seleccionada

aproximadamente 135 encuestas corresponden a empresas consolidadas y 124 a empresas canceladas.

6.6. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos

Tanto el enfoque descriptivo como el análisis inferencial fueron utilizados en el procesamiento y análisis de los datos. El enfoque descriptivo se encarga de describir y resumir la información de una muestra o población, permitiendo estimar parámetros poblacionales, mediante el uso de técnicas como la presentación de tablas, gráficos, medidas de tendencia central y de dispersión.

Por otro lado, la estadística inferencial es la rama de la estadística que se encarga de hacer inferencias acerca de una población a partir de la información obtenida de una muestra. Se utiliza cuando los datos observados y escogidos no representan la totalidad de la población, es decir, se utiliza cuando se escoge una muestra de estudio, que representará toda la población.

En este estudio se estimó un modelo econométrico Logit, el cual sirve modelar la probabilidad de un evento binario, es decir, un evento que puede ocurrir con una probabilidad de éxito o fracaso. Se basa en la función logística, que es una función matemática que transforma una variable lineal en una probabilidad. La función logística toma valores en el rango de 0 a 1, lo que la hace apropiada para modelar probabilidades.

El modelo logit es especialmente útil para analizar y predecir situaciones en las que hay dos posibles resultados, como por ejemplo en nuestro caso, empresa consolidada (1) vs empresa cancelada (0), en función de un conjunto de variables predictoras. La función logística en la que se fundamenta el Logit, transforma una combinación lineal de las variables predictoras en una probabilidad, asegurando que dicha probabilidad estimada esté siempre en el rango de 0 a 1, lo cual es necesario para modelar probabilidades.

Formalmente, un modelo Logit se expresa de la siguiente forma:

$$P(Y = 1|x) = F(\beta'_0 + \beta'_1 x_1 + \beta'_2 x_2 + \ldots + \beta'_n x_n) = F(\beta'_0 + \beta' x)$$

Donde la variable explicada (Y) solo tiene dos resultados posibles: 0 y 1. En este caso, 0 equivale a una empresa que se canceló con menos de 3.5 años de fundada; mientras que 1 corresponde a una empresa activa con más de 3.5 años de funcionamiento. El modelo también cuenta con un vector de variables explicativas (X_n), que representan las características personales, familiares y laborales de los empresarios. Así mismo, F es una función de distribución logística que asume valores que se hallan estrictamente entre cero y uno, $0 < F(z) < 1$, para todos los números reales z. Esto es importante porque asegura que todas las probabilidades de respuestas estimadas se hallen estrictamente entre cero y uno. Formalmente, la función de distribución acumulada de una variable aleatoria logística estandarizada, se define como:

$$F(\beta' x) = \frac{\exp(\beta' x)}{[1 + \exp(\beta' x)]} = \Lambda(\beta' x)$$

Los modelos de regresión logística se estiman por el método de Máxima Verosimilitud, los cuales requieren conocer la distribución de los errores. En el modelo de regresión logística se asume que el error sigue una distribución normal con media 0 y varianza 1. Cada observación se considera como una realización individual de una variable aleatoria con distribución Bernoulli. Al correr una regresión logística, el modelo estima los coeficientes de cada variable explicativa, los mismos que permiten establecer una relación (positiva o negativa) de las variables independientes con la probabilidad crear una empresa consolidada.

Este tipo de modelos presentan ciertas ventajas metodológicas respecto a otro tipo de modelos utilizados de manera frecuente en estos análisis. En primer lugar, la función logística garantiza que las probabilidades estimadas estén entre 0 y 1, aspecto que no es del todo claro en otro tipo de modelos como los de probabilidad lineal. Además, al ser un modelo no lineal, el efecto de una variable explicativa no es constante a lo largo de toda la distribución, es decir, el mismo dependerá del valor que tome X. Finalmente, los modelos logit son más sencillos de interpretar debido a que los coeficientes estimados representan el cambio en la log-odds

(logaritmo de la razón de probabilidades) de un evento ocurrido debido a un cambio en una variable predictor.

6.7. Sistema de variables interrelacionadas

Se realizaron dos encuestas a los empresarios de Neiva, uno dirigido a aquellos con empresas consolidadas y otro a aquellos cuyas empresas han sido canceladas o liquidadas. Ambos cuestionarios constan de 13 preguntas que abordan información familiar, personal y socio-laboral. El diseño de los cuestionarios ha considerado las características individuales, sociales, económicas y culturales de los empresarios, así como la información recopilada en investigaciones previas sobre el tema, las cuales han sido de gran ayuda para su desarrollo.

En esta investigación se utilizarán tanto variables dependientes como variables independientes. Las variables dependientes son aquellas que pueden experimentar cambios o variaciones como resultado de la influencia de otras variables en el estudio. Estas variables representan los resultados o efectos que se pretenden analizar o explicar.

Por otro lado, las variables independientes se consideran como las causas o factores que pueden ejercer influencia sobre las variables dependientes. Estas variables tienen una relación causal o de influencia con las variables dependientes, es decir, pueden afectar o explicar los cambios observados en las variables dependientes. En el marco de esta investigación, la variable dependiente se refiere a la probabilidad de establecer una empresa consolidada en contraste con la probabilidad de no hacerlo.

Ahora bien, en el cuadro número 5 se relacionan la operacionalización de las variables, en donde se expone como las variables incluidas en las encuestas, junto con sus dimensiones e indicadores, responden a los objetivos y las hipótesis planteadas.

Cuadro 5.

Operacionalización de variables utilizadas en la investigación.

Hipótesis de la investigación	Variables	Dimensiones	Subdimensiones	Definición conceptual	Indicadores	Ítems	Instrumento
Las características personales del empresario, tales como la existencia de familiares empresarios y un mayor nivel socioeconómico, juegan un papel primordial en la probabilidad de establecer una empresa consolidada.	Características personales	Edad		Cantidad de años del empresario al momento de completar la encuesta.	Años cumplidos del Empresario	1	Encuesta
		Genero		Características socioculturales y psicológicas que se asocian a ser hombre o mujer.	Masculino y femenino	N/A	Base de datos suminstrada (CCHUILA)
		Estado civil		Situación legal en términos de matrimonio o relaciones de pareja.	Soltero, casado y/o Unión libre, divorciado, viudo	2	Encuesta
	Nivel socioeconómico	Estrato Socioeconómico		Clasificación según posición económica y social, considerando factores como ingresos, ocupación, educación, acceso a servicios básicos y calidad de vida	Se clasifican del 1 al 6, donde el estrato 1 representa el nivel socioeconómico más bajo y el estrato 6 el más alto.	3	Encuesta
	Existencia de familiares	Familiares Empresarios		Vínculos familiares del empresario, con personas que también son empresarios.	Padre, Madre, Hermanos, Tíos y primos y Cónyuge o pareja	4 y 4.1	Encuesta

El nivel educativo del empresario desempeña un papel fundamental en el desarrollo y el éxito de las empresas.	Nivel educativo de los empresarios	Nivel Educativo	Grado de educación	Grado de educación o capacitación que una persona ha alcanzado.	Grado de educación formal alcanzado por el empresario. abarcando desde la educación primaria hasta la educación universitaria, así como programas de formación y capacitación profesional.	5	Encuesta
		Áreas de educación superior	Áreas de educación	Si el empresario estudió en educación superior, en que área de conocimiento se ha especializado.	Áreas del conocimiento de la educación superior: Licenciaturas en educación, Ciencias de la salud, Ciencias económicas y administrativas, Ingeniería, Ciencias Sociales.	5.1	Encuesta
		Formación en creación de Empresas	Existencia de programas educativos en formación de creación de empresas	Existencia de programas de entrenamiento para ayudar a las personas a comenzar y manejar exitosamente un nuevo negocio.	SI, No.	11	Encuesta
		Tipo de formación en creación de Empresas	Existencia de asesoramiento y competencias de emprendimiento	Modalidad de cursos (presenciales, on line, talleres, etc) ´	Curso Técnicos en los estudios de primaria y secundaria, Cursos en instituciones públicas o privadas, Diplomados, Técnicos o	11.1	Encuesta

					tecnologías, Cursos en sus estudios de Educación Superior, Especializaciones		
Los empresarios que toman la decisión de crear empresa, porque innovaron en algún producto o servicio tienen más probabilidad de establecer una empresa consolidada.	La innovación en un producto o servicio como motivos para emprender			Las razones detrás de la decisión del empresario de convertirse en emprendedor.	Deseaba cambiar de trabajo, se quedó sin empleo, innovó algún producto o servicio e identificó una oportunidad de negocio.	7	Encuesta
Los empresarios con experiencia previa en la creación de empresa tienen mayor posibilidad de establecer una empresa sostenible a lo largo del tiempo.	Experiencia previa en emprendimiento			Experiencia laboral previa del empresario en el sector antes de iniciar su negocio.	Si el empresario poseía experiencia, el periodo puede ser: Menos de un año, entre 1 y 2 años y entre 3 y 5 años	9 y 9.1	Encuesta
Los empresarios que utilizaron recursos propios para financiar sus empresas tienen mayores probabilidades de crear una empresa consolidada.	Métodos de financiación			Manera de obtención de los fondos necesarios para su negocio.	Propios, crédito en bancos comerciales, aporte de amigos, ayudas públicas o privadas	13	Encuesta

Fuente: Elaboración propia con datos de la cámara de comercio del Hula (CCHUILA)

7. Resultados

En esta sección, se lleva a cabo un análisis descriptivo de las características de las empresas que han logrado consolidarse y de aquellas que han experimentado la liquidación, junto con una evaluación de los empresarios que operan en la ciudad de Neiva. Este enfoque nos permitirá identificar las variables más relevantes utilizadas en la investigación, que influyen en el proceso de consolidación o liquidación de las empresas con el tiempo. También, se busca comprender qué atributos de los empresarios inciden en la toma de decisiones que llevan a sus empresas al éxito o al fracaso.

7.1. Análisis descriptivo de las empresas consolidadas

En este apartado se analizaron, desde el punto de vista descriptivo, las empresas que lograron consolidarse a través del tiempo, es decir, aquellas empresas activas con más de 3.5 años de funcionamiento.

7.1.1. Características de las Empresas

En el cuadro 6, se puede observar el número de empleados promedio, el valor promedio de los activos, pasivos y patrimonio, de las empresas consolidadas en Neiva de acuerdo con el tamaño de la empresa. La gran empresa con una participación de tan solo del 0,1%, tiene en promedio 165 empleados, con activos promedios de $4.555.801 dólares, y pasivos de $3.722.299 dólares. La mediana empresa representa el 0,25% del total del tejido empresarial; posee en promedio 51 empleados, con unos activos promedio de $1.489.030 y pasivos de $825.692 dólares. El 2,9% del total de las empresas son pequeñas, en promedio generan 8 empleados, cuentan con activos que asciende a $402.219 dólares y pasivos de $221.002 dólares.

Cuadro 6.

Tamaño de la empresa empresas consolidadas.

Tamaño de la empresa	Promedio-activos	Promedio-pasivos	Promedio-patrimonio	Número de empleados promedio
Gran Empresa	$4.555.801	$3.722.299	$833.502	165
Mediana Empresa	$1.489.030	$825.692	$663.338	51
Pequeña Empresa	$402.219	$221.002	$178.007	8.2
Micro Empresa	$13.624	$5.950	$7.673	0.9

Fuente: Elaboración propia con datos de la cámara de comercio del Hula (CCHUILA)-Datos expresados en dólares.

Por último, se encuentra la micro empresa, esta cuanta con la más alta participación en el tejido empresarial de la ciudad, con un 96,5%; generan en promedio 0,9 empleos y cuenta con activos promedio de $13.624 y pasivos es de $5.950.

Según se indica en el cuadro 7, el comercio es la actividad económica más importante en el tejido empresarial de la ciudad, ya que representa el 42,6% del total de empresas consolidadas durante el periodo de estudio. En segundo lugar, se encuentra el sector de servicios de comida y alojamiento, que constituye aproximadamente el 9,8% del total de empresas. Le sigue la industria manufacturera con un 9%, construcción con un 7,2% y las actividades profesionales con un 7%.

Cuadro 7.

Participación del número de empresas consolidadas por actividad económica.

Actividad económica	Participación
Comercio	42,6%
Servicios de comida y alojamientos	9,8%
Industria manufacturera	9,0%
Construcción	7,2%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	7,0%
Otras actividades de servicio	4,2%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	4,1%
Transporte y Almacenamiento	3,4%
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	2,4%
Información y Comunicaciones	2,0%
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación	1,8%
Actividades financieras y de seguros	1,8%
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	1,5%
Actividades inmobiliarias	1,1%
Educación	1,0%
Distribución de agua, saneamiento ambiental	0,7%
Explotación de minas y canteras	0,3%
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	0,2%
Total	**100,0%**

Fuente: Elaboración propia con datos de la cámara de comercio del Hula (CCHUILA)

De acuerdo con el esquema 6, la presencia de un plan de negocios varía según el rango de edad de los empresarios.

En general, el 50.38% de empresarios manifestó contar un plan de negocios al momento de emprender; un plan de negocios puede ser una herramienta importante para establecer metas, definir estrategias y evaluar la viabilidad de un negocio. Conforme los datos, el 13,64% de los empresarios menores de 30 años no tenían un plan de negocios, mientras que el 7,46% sí tenían uno. Esto indica que una proporción relativamente baja de empresarios jóvenes tenía un plan de negocios.

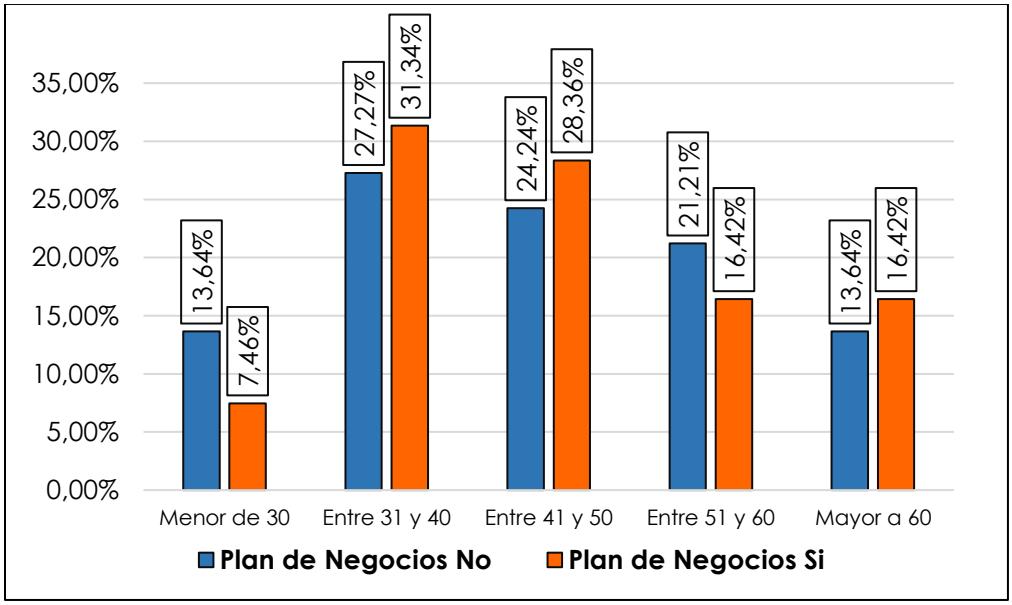
En el rango de edad de 31 a 40 años, el 27,27% de los empresarios no tenían un plan de negocios, mientras que el 31,34% sí tenían uno. Aquí, había una proporción ligeramente mayor

de empresarios con un plan de negocios en comparación con aquellos que no lo tenían. Para los empresarios en el rango de edad de 41 a 50 años, el 24,24% no tenían un plan de negocios, mientras que el 28,36% sí tenían uno, una proporción significativa de empresarios de esta edad tenía un plan de negocios.

En el grupo de edad de 51 a 60 años, el 21,21% de los empresarios no tenían un plan de negocios, mientras que el 16,42% sí tenían uno. Aquí, es mucho mayor los empresarios sin un plan de negocios en comparación con aquellos que tenían uno. Y En cuanto a los empresarios mayores de 60 años, el 13,64% no tenían un plan de negocios, mientras que el 16,42% sí tenían uno, en este grupo existe una proporción similar de empresarios que tenía y no tenía un plan de negocios.

Esquema 6.

Participación de la existencia de un plan de negocios de los empresarios de las empresas consolidadas.



Fuente: Elaboración propia

En el cuadro número 8 se muestran los principales obstáculos para crear empresas, según los empresarios de empresas consolidadas.

El 32,1% de los empresarios encuestados mencionaron la limitación de recursos económicos como el principal obstáculo, haciendo referencia a la falta de capital para iniciar y desarrollar un negocio. La alta carga impositiva (impuestos) obtuvo una participación del 25,2%, lo que indica que en la ciudad los impuestos y cargas fiscales representan un desafío para los emprendedores que desean iniciar una actividad empresarial. La falta de apoyo externo (ayudas del sector público y privado) fue mencionada por el 19,5% de los empresarios, lo que sugiere que perciben escasas ayudas, subvenciones u otros recursos proporcionados por entidades públicas o privadas, lo cual dificulta el inicio de una actividad empresarial. La complejidad en los trámites de legalización representó un obstáculo para el 11,3% de los empresarios, ya que los procedimientos legales y burocráticos necesarios para establecer una empresa suelen ser complicados y requerir mucho tiempo. Los obstáculos relacionados con la competencia en el mercado y la falta de demanda de productos y servicios tuvieron una participación del 6,6% y 2,2%, respectivamente. La presencia de competidores en el mercado puede dificultar el éxito de la creación de una nueva empresa, mientras que la falta de demanda de productos y servicios dificulta el inicio y el mantenimiento de un negocio exitoso.

Cuadro 8.

Obstáculos para crear empresa según los empresarios de empresas consolidadas.

Obstáculos al iniciar una actividad empresarial	**Participación**
Limitación de recursos económicos	32,1%
Alta carga impositiva (impuestos)	25,2%
Falta de apoyo externo (ayudas del sector público y privado)	19,5%
Complejidad en los trámites de legalización	11,3%
Competencia en el mercado	6,6%
Falta de demanda en los productos y/o servicios prestados	2,2%
Dificultad para generar una idea	1,6%
Otros	1,6%
Total	**100,0%**

Fuente: Elaboración propia

7.1.2. Características individuales de los empresarios

Los resultados muestran que el 43% de los empresarios consolidados son mujeres y el 57% son hombres.

En el esquema número 7, se representan los rangos de edad de los empresarios cuyas empresas están consolidadas, y se analiza su distribución por género. En el rango de edad "Menor de 30", se destaca una diferencia notable en los porcentajes de género.

Las mujeres representan el 12,28% de las personas en este grupo, mientras que los hombres representan solo el 9,21%. Estos datos sugieren una mayor presencia de mujeres en el emprendimiento en comparación con los hombres en este rango de edad.

En el rango de edad "Entre 31 y 40", se observa una diferencia considerable en los porcentajes de género. El 22,81% de las personas en este grupo son mujeres, mientras que el 34,21% son hombres. Esto indica una mayor representación masculina en comparación con las mujeres en este rango de edad. Esta situación puede ser resultado de los roles de género tradicionales, como la maternidad, que influyen en las decisiones de emprender. Las presiones sociales y las normas culturales pueden fomentar la participación de los hombres en la creación de empresas, mientras que las mujeres pueden enfrentar barreras y expectativas diferentes.

En el rango de edad "Entre 41 y 50", nuevamente se observa una diferencia en los porcentajes de género en la creación de empresas. El 29,82% de las personas en este grupo son mujeres, mientras que el 23,68% son hombres. En este rango de edad, las mujeres tienen una mayor representación en comparación con los hombres.

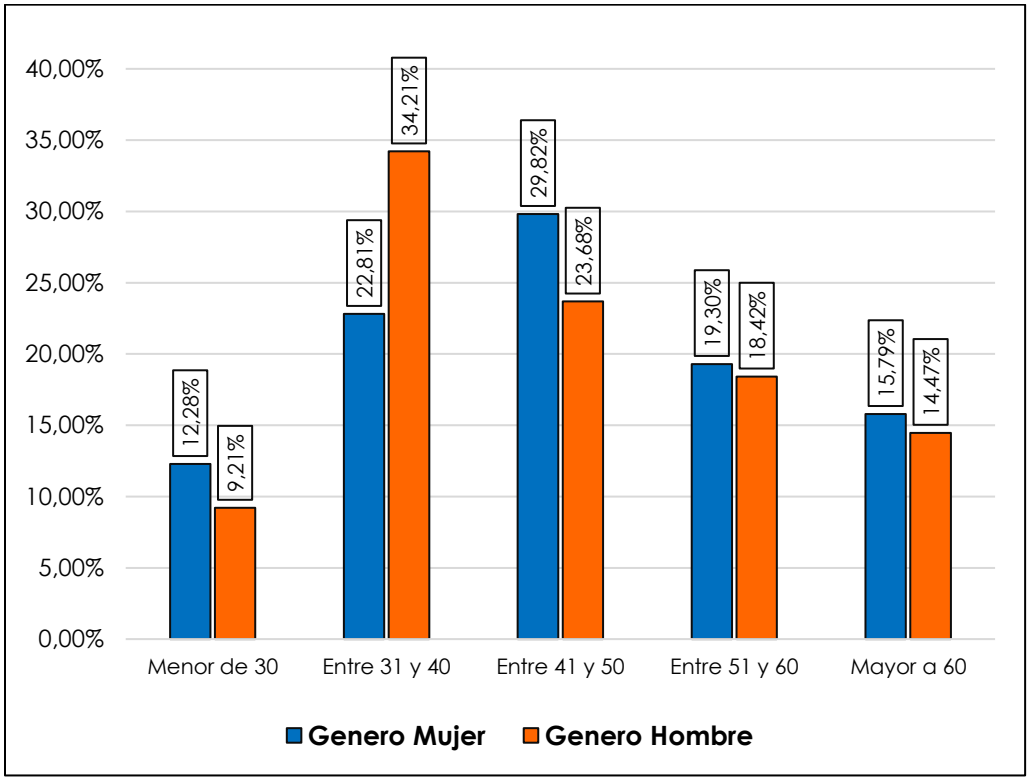
Este fenómeno puede explicarse en parte porque algunas mujeres, al llegar a la mediana edad, han superado las responsabilidades de maternidad y pueden encontrar una mayor flexibilidad en sus responsabilidades familiares, lo que les brinda más tiempo y recursos para dedicarse al emprendimiento.

En los rangos de edad "Entre 51 y 60" y "Mayor a 60", los porcentajes de género son relativamente similares. En el rango de edad "Entre 51 y 60", el 19,30% de las personas son mujeres, mientras que el 18,42% son hombres.

En el rango de edad "Mayor a 60", el 15,79% de las personas son mujeres, mientras que el 14,47% son hombres. Aquí, la distribución de género es bastante equilibrada y no se observan diferencias significativas en la participación de hombres y mujeres en la creación de empresas.

Esquema 7.

Rango de edad por género de las empresas consolidadas.



Fuente: Elaboración propia

En el siguiente cuadro 9, se refleja estado civil de los empresarios de las empresas consolidadas, se puede observar, que el 70,68% del total de empresarios consolidados están casados o en una unión libre, se destaca que el 75,44% son mujeres y el 67,11% son hombres,

lo que indica una mayor proporción de mujeres en comparación con los hombres en este estado civil.

Por otro lado, el 24,81% del total de empresarios consolidados están solteros, se observa que el 21,05% son mujeres y el 27,63% son hombres. Aquí, los empresarios consolidados con una mayor representación son hombres solteros.

Cuadro 9.

Estado civil por género de empresarios de empresas consolidadas.

Estado Civil	Género		Total
	Mujer	Hombre	
Casado o unión libre	75,44%	67,11%	70,68%
Soltero	21,05%	27,63%	24,81%
Divorciado	1,75%	2,26%	2,26%
Viudo	1,75%	2,26%	2,26%

Fuente: Elaboración propia

La distribución del género de acuerdo con el estrato socioeconómico de los empresarios con empresas consolidadas en la ciudad se muestra en el cuadro 10; El 40,6% del total de empresarios con empresas consolidadas pertenecen a los estratos socioeconómicos 3 o 4, y el 30% a estratos 5 y 6, lo que indica la importancia de los recursos económicos en el proceso de consolidación de una empresa. En el estrato socioeconómico 1 o 2, se observa que el 24,56% de los empresarios son mujeres, mientras que el 32,89% son hombres. Teniendo los hombres una mayor representación en comparación con las mujeres, en el estrato socioeconómico 3 o 4, se puede ver que el 38,60% de los empresarios son mujeres, mientras que el 42,11% son hombres. En el estrato socioeconómico 5 o 6, se destaca que el 36,84% de los empresarios son mujeres, mientras que el 25% son hombres. En este caso, las mujeres tienen una mayor representación en comparación con los hombres.

Cuadro 10.

Estrato Socioeconómico por género de empresarios de empresas consolidadas.

Estrato Socioeconómico	Género		Total
	Mujer	Hombre	
1 o 2	24,56%	32,89%	29,32%
3 o 4	38,60%	42,11%	40,60%
5 o 6	36,84%	25%	30,08%

Fuente: Elaboración propia

El esquema número 8, muestra la distribución de la presencia de familiares entre los empresarios con empresas consolidadas según su rango de edad; el 47,38% del total de empresarios manifestó que tiene familiares empresarios; en el grupo de empresarios menores de 30 años, el 10% no tiene familiares empresarios, mientras que el 11,11% sí cuenta con familiares empresarios.

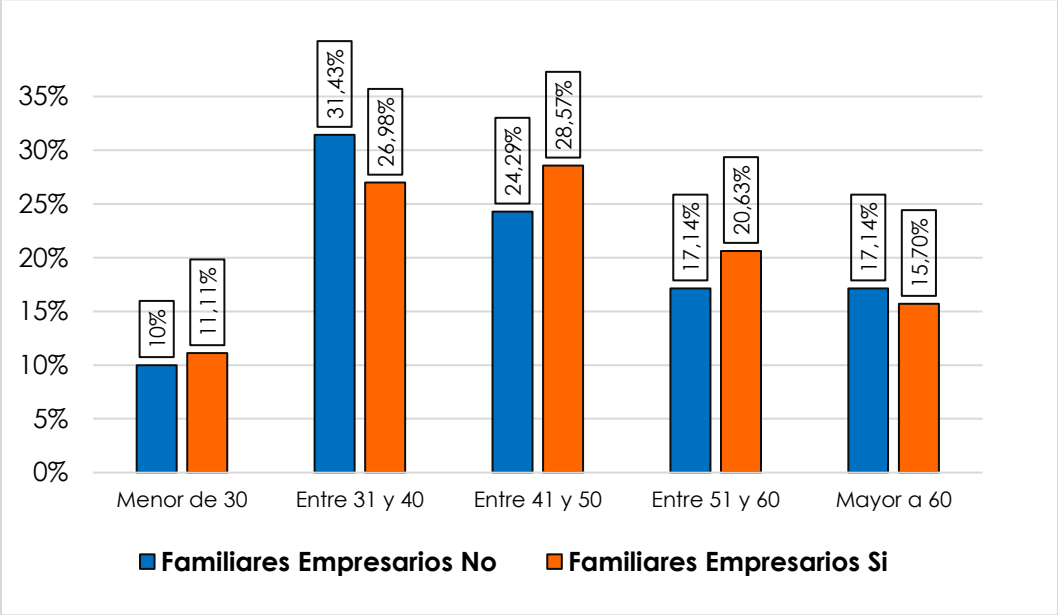
Dentro del rango de edad de 31 a 40 años, el 31,43% de los empresarios no tiene familiares empresarios, mientras que el 26,98% sí tiene familiares con empresas. Para el grupo de edad de 41 a 50 años, el 24,29% de los empresarios no tiene familiares empresarios, mientras que el 28,57% sí cuenta con familiares empresarios.

En el rango de edad de 51 a 60 años, el 17,14% de los empresarios no tiene familiares empresarios, mientras que el 20,63% sí tiene familiares con empresa. Entre los empresarios mayores de 60 años, el 17,14% no tiene familiares empresarios, mientras que el 15,70% sí cuenta con familiares empresarios.

En general, no se observan diferencias significativas o patrones consistentes en la participación de familiares en los diferentes grupos de edad. Esto sugiere que la presencia de familiares en los negocios no varía de manera significativa entre los distintos rangos de edad considerados.

Esquema 8.

Distribución de la presencia de familiares entre los empresarios de las empresas consolidadas.



Fuente: Elaboración propia

El cuadro 11, muestra la distribución de los parentescos de los empresarios de empresas consolidadas, desglosada por género. En cuanto a los empresarios sin familiares empresarios, el 57,89% son mujeres, mientras que el 48,68% son hombres. En general, el 52,63% de los empresarios no tiene familiares relacionados con sus negocios. En cuanto al parentesco con los padres, el 22,81% de los empresarios son mujeres, mientras que el 28,95% son hombres. En total, el 26,32% de los empresarios tienen padres con empresas. En el caso de los tíos y primos, el 14,04% son mujeres, mientras que el 7,89% son hombres.

En conjunto, el 10,53% de los empresarios tienen tíos y primos como familiares empresarios. En relación con el cónyuge o pareja, el 5,26% son mujeres, mientras que el 7,89% son hombres. En general, el 6,77% de los empresarios su cónyuge o pareja son empresarios también.

Cuadro 11.

Parentesco de los familiares empresarios de empresas consolidadas por género.

Parentesco Familiares Empresarios	Género		Total
	Mujer	Hombre	
No tiene familiares	57,89%	48,68%	52,63%
Padres	22,81%	28,95%	26,32%
Tíos y primos	14,04%	7,89%	10,53%
Cónyuge o pareja	5,26%	7,89%	6,77%
Otros	0%	6,58%	3,76%

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro número 12, se observa la distribución de la educación de los empresarios consolidados en la ciudad de Neiva, clasificados por nivel educativo y género. Los porcentajes indican la proporción de empresarios en cada categoría específica. En general, los empresarios consolidados cuentan con educación superior, de hecho, el 39,1% del total de empresarios son profesionales, mientras que el 34,59% cuenta con estudios de posgrados.

El porcentaje de mujeres empresarias con educación primaria (1,75%) es ligeramente mayor que el de los hombres empresarios (1,32%). Sin embargo, la diferencia no parece ser significativa, en educación secundaria se observa una diferencia más marcada. El 3,51% de las mujeres empresarias tienen educación secundaria, mientras que el porcentaje correspondiente para los hombres empresarios es más alto, con un 10,53%. Esto indica que hay más hombres empresarios con educación secundaria en comparación con las mujeres.

En términos de educación técnica o tecnológica, nuevamente, los hombres empresarios (21,05%) superan en porcentaje a las mujeres empresarias (12,28%), esta diferencia indica que hay más hombres empresarios con este nivel educativo en Neiva.

En términos de poseer un título universitario de pregrado, las mujeres empresarias (40,35%) superan ligeramente a los hombres empresarios (38,16%), sin embargo, la diferencia

no parece ser muy significativa. Pero si se observa los estudios de posgrado, hay una diferencia más notable. El 29,82% de las mujeres empresarias han realizado estudios de posgrado, mientras que el porcentaje correspondiente para los hombres empresarios es del 19,74%. De la misma manera pasa con títulos de maestría, nuevamente las mujeres empresarias (12,28%) superan ligeramente a los hombres empresarios (9,21%). Esto indica que a medida que la igualdad de género ha ido ganando terreno, muchas mujeres han buscado romper barreras y lograr la excelencia académica. Esto ha llevado a un mayor interés y participación de las mujeres en programas de posgrado, más mujeres se han sentido empoderadas para buscar una educación avanzada y perseguir carreras empresariales, lo que se refleja en un mayor número de mujeres empresarias con estudios de posgrado.

Cuadro 12.

Educación de los empresarios de empresas consolidadas por género.

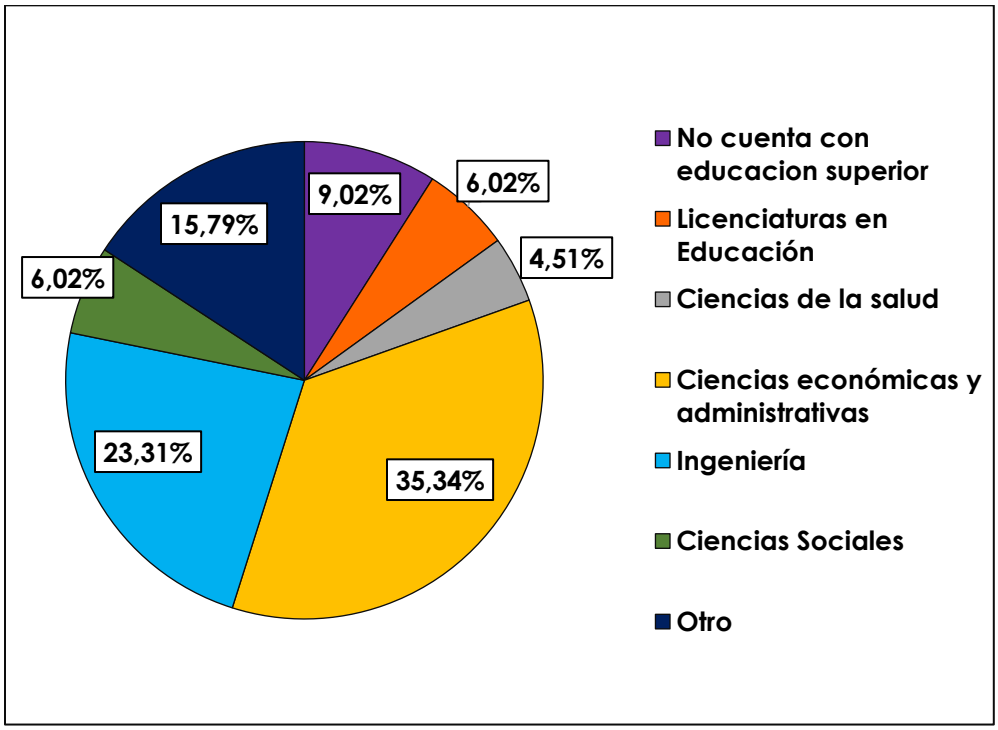
Educación	Género		Total
	Mujer	Hombre	
Primaria	1,75%	1,32%	1,50%
Secundaria	3,51%	10,53%	7,52%
Técnico tecnológico	12,28%	21,05%	17,29%
Pregrado	40,35%	38,16%	39,10%
Posgrado	29,82%	19,74%	24,06%
Maestría	12,28%	9,21%	10,53%

Fuente: Elaboración propia

El esquema número 9, muestra la distribución de la educación según el área del conocimiento de los empresarios consolidados en la ciudad de Neiva, podemos observar que la mayor participación se encuentra en el área de Ciencias económicas y administrativas, con un 35,34% de los empresarios en Neiva que tienen formación en este campo. Esto indica que hay una proporción significativa de empresarios con conocimientos en economía y administración en la ciudad, seguido de Ingeniería, el 23,31% de los empresarios tienen formación en el campo de la ingeniería.

Esquema 9.

Distribución Educación según área del conocimiento empresarios de las empresas consolidadas.



Fuente: Elaboración propia

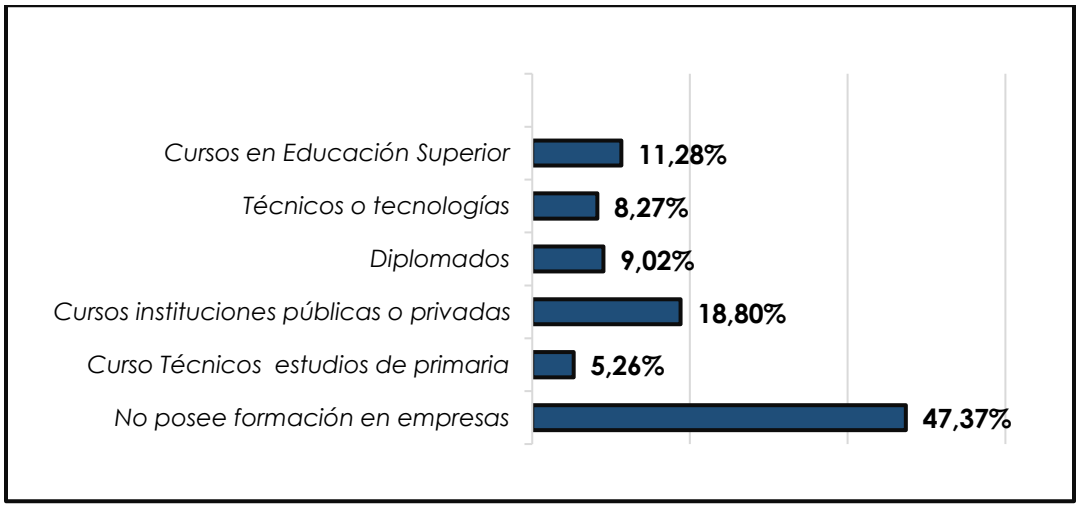
Según los datos de la encuesta, una proporción significativa de los empresarios encuestados ha recibido formación en emprendimiento (52,63%), superando ligeramente al grupo que no ha recibido esta formación (el 47,37%). Esto implica que casi la mitad de los empresarios no han participado en programas de formación específicos en el ámbito del emprendimiento. La capacitación en emprendimiento puede proporcionar a los empresarios habilidades y conocimientos adicionales para el éxito empresarial.

El esquema número 10, muestra el tipo de formación en emprendimiento de los empresarios con empresas consolidadas; el 18,8% de los empresarios han recibido formación en emprendimiento a través de cursos independientes impartidos por instituciones públicas o

privadas, mientras que el 11,28% recibió capacitación en los diferentes cursos de los programas de formación universitaria a los cuales asistieron.

Esquema 10.

Participación del tipo de formación en emprendimiento de los empresarios de las empresas consolidadas.



Fuente: Elaboración propia

El cuadro número 13, muestra la distribución de la decisión de ser empresario, clasificada por género. El 7,02% de las mujeres y el 7,89% de los hombres decidieron convertirse en empresarios porque deseaban cambiar de trabajo, el 14,04% de las mujeres y el 14,47% de los hombres tomaron la decisión de convertirse en empresarios debido a que se quedaron sin empleo.

Tanto mujeres como hombres, con un 5,26% en cada caso, decidieron emprender porque innovaron algún producto. Y el 70,18% de las mujeres y el 67,11% de los hombres tomaron la decisión de ser empresarios porque identificaron una oportunidad de negocio, esto implica que mayoría de los empresarios identificaron una oportunidad de negocio, lo que puede ser que estas oportunidades pueden estar motivadas por el atractivo del crecimiento y éxito que pueden

alcanzar. Esta motivación impulsa a más personas a emprender en comparación con otras razones.

En general, la mayoría tanto de mujeres como de hombres que se convirtieron en empresarios lo hicieron porque identificaron una oportunidad de negocio (68,42% en total). Además, una proporción significativa mencionó que quedarse sin empleo fue uno de los motivos para iniciar su propio negocio (14,29% en total).

Cuadro 13.

Decisión de ser empresario de los empresarios de empresas consolidadas por género.

Decisión de ser Empresario	Género		Total
	Mujer	Hombre	
Deseaba cambiar de trabajo	7,02%	7,89%	7,52%
Se quedó sin empleo	14,04%	14,47%	14,29%
Innovó algún producto	5,26%	5,26%	5,26%
Identificó una oportunidad	70,18%	67,11%	68,42%
Otros	3,51%	5,26	4,51

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro número 14, se encuentra la relación entre el rango de edad y la experiencia previa de los empresarios, con empresas consolidadas en la ciudad de Neiva, según los datos, el 52.63% del total de empresarios tenía experiencia previa en administración de empresas.

El 33,33% de los empresarios en el rango de edad de 31 a 40 años no tenía experiencia previa, mientras que el 25,71% sí tenía experiencia previa. Esto indica que había una mayor proporción de empresarios de esta edad sin experiencia previa, pero todavía una parte significativa tenía experiencia. En el grupo de edad de 41 a 50 años, el 22,22% de los empresarios no tenía experiencia previa, mientras que el 30% sí tenía experiencia previa. Aquí, la mayoría de los empresarios tenían experiencia previa antes de iniciar sus negocios.

Para los empresarios en el rango de edad de 51 a 60 años, el 17,46% no tenía experiencia previa, mientras que el 20% sí tenía experiencia previa. Esto sugiere que la proporción de

empresarios sin experiencia previa era relativamente baja, y la mayoría tenía experiencia previa. En términos generales, los resultados muestran que los empresarios consolidados más jóvenes tienden a presentar menos experiencia, mientras que los mayores presentan más experiencia en términos relativos.

Cuadro 14.

Relación entre el rango de edad y la experiencia previa de los empresarios de empresas consolidadas.

Rango de Edad	Experiencia previa		Total
	No	Si	
Menor de 30	9,52%	11,43%	10,53%
Entre 31 y 40	33,33%	25,71%	29,32%
Entre 41 y 50	22,22%	30%	26,32%
Entre 51 y 60	17,46%	20%	18,80%
Mayor a 60	17,46%	12,86%	15,04%

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la relación entre el tiempo de experiencia y el género de los empresarios, en el cuadro 15, se muestra que la proporción de hombres y mujeres empresarios consolidados varía ligeramente en los diferentes rangos de experiencia. Sin embargo, en general, no parece haber una diferencia significativa en términos de experiencia previa entre mujeres y hombres empresarios. El 47,37% del total de empresarios no poseía experiencia previa, mientras que el 25,56% tenía más de 5 años de experiencia laboral previa.

Generalmente las mujeres presentan mayores años de experiencia previa que los hombres, y los hombres presentan menos niveles de experiencia, de hecho, el 50% de los hombres no registra experiencia al momento de iniciar su actividad emprendedora.

Cuadro 15.

Relación entre el tiempo de experiencia y el género de los empresarios de empresas consolidadas.

Experiencia tiempo	**Género**		**Total**
	Mujer	**Hombre**	
No poseía experiencia	43,86%	50%	47,37%
Menos de un año	5,26%	1,32%	3,01%
Entre 1 y 2 años	8,77%	13,16%	11,28%
Entre 3 y 5 años	15,79%	10,53%	12,78%
Más 5 años	26,32%	25%	25,56%

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro número 16, muestra la frecuencia de empresarios con empresas consolidadas que intentaron crear una empresa previamente, pero no tuvieron éxito.

El 45,61% de las mujeres empresarias contestaron que no han creado una empresa previamente sin éxito, mientras que el 33,33% manifestó que no tuvo éxito en su primer intento y el 21,05% no tuvo éxito en más de una ocasión.

En cuanto a los hombres empresarios, el 53,95% contestaron que no han creado una empresa sin éxito, mientras que el 31,58% no tuvo éxito en su primer intento y el 14,47% no tuvo éxito en más de una ocasión.

En general, se observa que, la mitad de los empresarios de la ciudad, no han fracasado previamente al intentar crear una empresa; en la otra mitad, la mayoría han fracasado una vez, y resto más de una vez. Al parecer, el fracaso previo en la creación de una empresa les permite a los empresarios aplicar estas experiencias fallidas en los procesos de consolidación de sus nuevos emprendimientos.

Estos datos podrían indicar que emprender con éxito puede ser un desafío tanto para mujeres como para hombres, pero también demuestra que hay personas que han logrado superar las dificultades y alcanzar el éxito empresarial.

Cuadro 16.

Empresarios con empresas consolidadas que intentaron crear una empresa sin éxito por género.

Crear Empresa sin éxito	Género		
	Mujer	**Hombre**	**Total**
No	45,61%	53,95%	50,38%
Si, una vez	33,33%	31,58%	32,33%
Si, más de una vez	21,05%	14,47%	17,29%

Fuente: Elaboración propia

El cuadro número 17, refleja los datos sobre la financiación de las empresas según el género de los empresarios de las empresas consolidadas; según los datos proporcionados por la encuesta, tanto hombres como mujeres utilizaron principalmente recursos propios para financiar sus empresas. Sin embargo, se observa diferencias en la proporción de hombres y mujeres que utilizaron créditos bancarios, como formas de financiamiento.

El 67,67% del total de empresas fueron financiadas con recursos propios. Son más las mujeres (73,68%) que los hombres (63,16%), los que financian sus empresas con recursos propios. En cuanto a la financiación a través de créditos en bancos, el 24,81% del total de empresas utilizaron esta forma de financiamiento.

De este grupo, el 21,05% correspondía a empresas dirigidas por mujeres y el 27,63% correspondía a empresas dirigidas por hombres. Donde hay una proporción mayor de hombres que recurrieron a créditos bancarios para financiar sus empresas en comparación con las mujeres.

Cuadro 17.

Financiación de las empresas según el género de los empresarios de las empresas consolidadas.

Financiación de la Empresa	Género		Total
	Mujer	Hombre	
Propios	73,68%	63,16%	67,67%
Crédito en bancos comerciales	21,05%	27,63%	24,81%
Aporte de amigos	0%	2,63%	1,5%
Ayudas Públicas	1,75%	3,95%	3,01%
Ayudas Privadas	0%	1,32%	0,75%
Otro	3,51%	1,32%	2,26%

Fuente: Elaboración propia

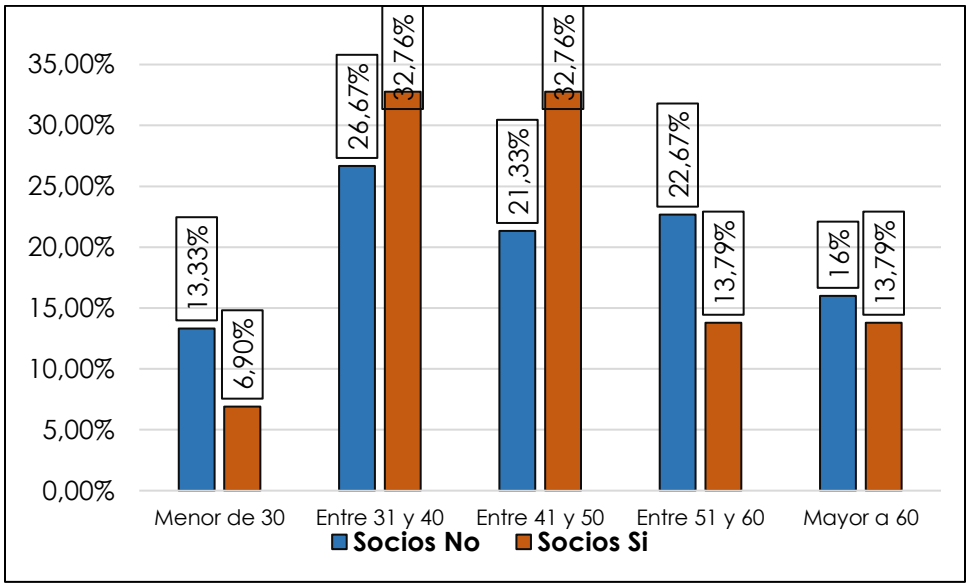
En el esquema 11, se muestra que el 13,33% de los empresarios menores de 30 años no tienen socios, mientras que el 6,90% sí tienen socios, el 26,67% de los empresarios entre 31 y 40 años no tienen socios, mientras que el 32,76% sí tienen socios. Entre 41 y 50 años, el 21,33% de los empresarios no tienen socios, mientras que el 32,76% sí tienen socios, el 22,67% de los empresarios entre 51 y 60 años no tienen socios, mientras que el 13,79% sí tienen socios y el 16% de los empresarios mayores de 60 años no tienen socios, mientras que el 13,79% sí tienen socios.

El rango de edad con la mayor proporción de empresarios que tienen socios es "Entre 31 y 40" y "Entre 41 y 50", ambos con un 32,76% de empresarios con socios en cada grupo. Esto indica que estos dos rangos de edad tienen una mayor tendencia a tener socios en comparación con los demás. Los empresarios en estos rangos de edad suelen tener una mayor experiencia en el mundo laboral y una trayectoria establecida en sus carreras.

Esta experiencia y estabilidad pueden generar confianza en potenciales socios y facilitar la formación de alianzas comerciales.

Esquema 11.

Participación de tener o no tener socios, los empresarios de las empresas consolidadas.



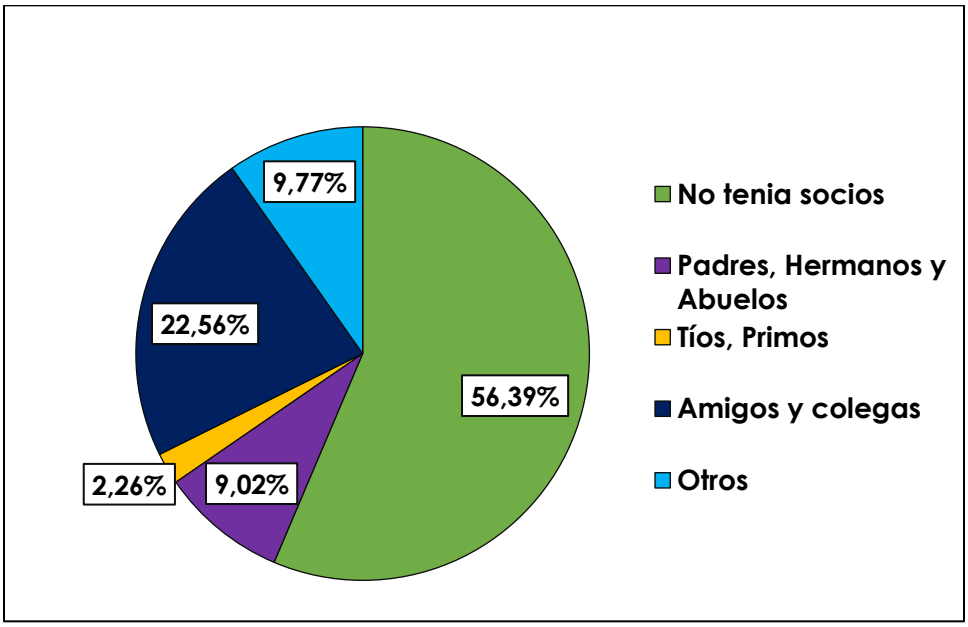
Fuente: Elaboración propia

En el esquema número 12, se indica el parentesco de los socios de los empresarios de la ciudad de Neiva. El 56,39% de los empresarios de Neiva no tenían socios. Esto implica que más de la mitad de los empresarios encuestados operaban sus negocios de manera individual, sin asociarse con otras personas. El 9,02% de los empresarios tenían como socios a sus padres, hermanos o abuelos.

Esto sugiere que una parte pequeña pero significativa de los empresarios preferían establecer asociaciones con miembros de su propia familia. El 2,26% de los empresarios tenían como socios a sus tíos o primos. Esta cifra es relativamente baja en comparación con otros tipos de parentesco, lo que indica que la asociación empresarial con tíos y primos era menos común entre los encuestados. El 22,56% de los empresarios tenían como socios a sus amigos o colegas. Esto sugiere que una proporción considerable de los empresarios preferían asociarse con personas cercanas a nivel personal o profesional para iniciar o administrar sus negocios.

Esquema 12.

Participación del parentesco con los socios de los empresarios de las empresas consolidadas.



Fuente: Elaboración propia

7.2. Análisis descriptivo de las empresas liquidadas

En esta sección se examinaron, también desde un enfoque descriptivo, aquellas empresas que no lograron consolidarse a lo largo del tiempo, es decir, las empresas que fueron canceladas o liquidadas después de haber estado en funcionamiento por más de 1 año, pero fueron canceladas con menos de 3.5 años de haber sido creadas.

7.2.1. Características de las Empresas liquidadas

El cuadro 18, revela las características presupuestarias de las empresas canceladas en Neiva, clasificadas según su tamaño.

Durante el periodo de estudio, no se registraron cancelaciones de grandes y medianas empresas. En su mayoría, las cancelaciones se dieron en microempresas, las cuales

representaron el 99,6% del total de empresas canceladas. Estas microempresas tienen en promedio 0.3 empleados, activos promedio de $3,047 y pasivos de $551 dólares. Estas empresas son muy pequeñas, con un patrimonio promedio de $2,495.

En cuanto a las pequeñas empresas, representan el 0,4% del total de empresas canceladas o liquidadas. Estas empresas generan en promedio 6.5 empleados, con activos promedio de $440,316 y pasivos de $242,142 dólares.

Cuadro 18.

Tamaño de la empresa empresas canceladas.

Tamaño de la Empresa	Promedio-Activos	Promedio-Pasivos	Promedio-Patrimonio	Número de empleados
Pequeña Empresa	$440.316	$242.142	$198.174	6,50
Micro Empresa	$3.047	$551	$2.495	0,30

Fuente: Elaboración propia con datos de la cámara de comercio del Hula (CCHUILA)-Datos expresados en dólares.

En el cuadro 19, se presenta la distribución de las empresas canceladas según su actividad económica. Al igual que en el caso de las empresas consolidadas, el sector del comercio registra la mayor participación en las empresas canceladas, representando un total del 43,9% de las empresas liquidadas.

Le sigue el sector de servicios de comida y alojamiento, que contribuye con el 20% del total de empresas canceladas. En tercer lugar, se encuentra el sector de industria manufacturera, con un 7,3% de participación, seguido por otras actividades de servicio, que representan el 4,7%.

Cuadro 19.

Participación del número de empresas canceladas por actividad económica.

Actividad Económica	Participación
Comercio	43,9%
Servicios de comida y alojamientos	20,0%
Industria manufacturera	7,3%
Otras actividades de servicio	4,7%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	3,8%
Transporte y Almacenamiento	3,6%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	3,5%
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación	2,9%
Información y Comunicaciones	2,5%
Construcción	2,3%
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	1,4%
Actividades financieras y de seguros	1,4%
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	0,9%
Educación	0,9%
Distribución de agua, saneamiento ambiental	0,5%
Actividades inmobiliarias	0,3%
Explotación de minas y canteras	0,2%
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	0,1%
Total	**100,0%**

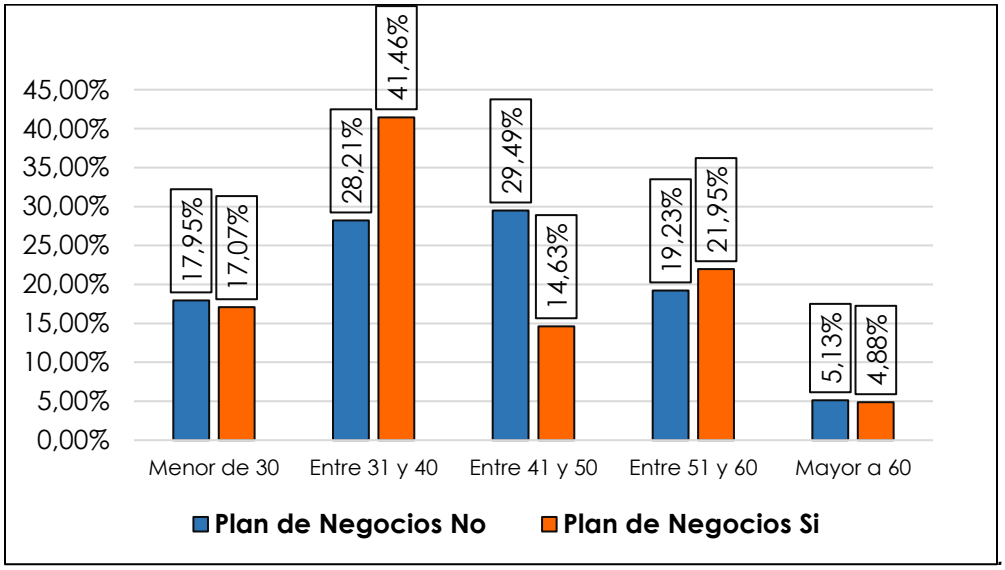
Fuente: Elaboración propia con datos de la cámara de comercio del Hula (CCHUILA)

El esquema número 13, proporciona información sobre el porcentaje de empresarios que cancelaron sus empresas, segmentados por rango de edad y si tenían un plan de negocios. El 41,46% de los empresarios que cancelaron sus empresas de entre 31 y 40 años tenían un plan de negocios, en comparación con el 28,21% que no lo tenían. Lo cual es la proporción más alta en comparación con los otros grupos de edad. A diferencia del grupo anterior, en la franja de edad de 41 y 50 años, la proporción de empresarios con un plan de negocios es menor, con solo el 14,63% y con 29,49% no tenían un plan de negocios.

Entre 51 y 60 años, el 21,95% de los empresarios que cancelaron sus empresas tenían un plan de negocios, mientras que el 19,23% no tenía uno. La diferencia entre ambas categorías es relativamente pequeña, lo mismo que mayor a 60 años, y menores a 30 años, lo que indica que la presencia de un plan de negocios no fue un factor determinante en la cancelación de empresas en estos grupos de edad.

Esquema 13.

Participación de la existencia de un plan de negocios de los empresarios de las empresas canceladas



Fuente: Elaboración propia

En el cuadro 20, se presentan las razones por las cuales las empresas se cancelaron o liquidaron, junto con el porcentaje correspondiente a cada razón. Para los empresarios con empresas canceladas, la falta de recursos financieros suficientes para mantener la operación de la empresa fue identificada como la principal razón, con un porcentaje del 29,2%. Esta limitación de capital dificulta la continuidad de la empresa. En segundo lugar, se encuentra la falta de apoyo externo (ayudas del sector público y privado) con un 14,6%. En la ciudad de Neiva, algunas empresas

dependen de ayudas o subvenciones del gobierno o del sector privado para su sostenibilidad, lo cual aumenta las dificultades para operar de manera autónoma.

Otro factor relevante es el peso de los impuestos y cargas fiscales sobre la empresa, con una participación del 14%. Las altas cargas impositivas, combinadas con la falta de estabilidad financiera, pueden llevar al cierre de la empresa. Los problemas de gestión representan el 11,1% de las razones, lo cual indica que una mala gestión o una planificación deficiente pueden haber contribuido al cierre de la empresa. La falta de liderazgo, control financiero insuficiente y otros factores pueden haber desempeñado un papel en esta situación. Los cambios en el mercado y la competencia tienen una participación del 7% y 6,4%, respectivamente. Las condiciones cambiantes del mercado, como las preferencias del consumidor en evolución y los avances tecnológicos, junto con una competencia fuerte, pueden afectar la viabilidad de una empresa y llevar a su cancelación.

Cuadro 20.

Razones por se canceló o líquido la empresa, según los empresarios de empresas canceladas.

Razones por se canceló o líquido la Empresa	Participación
Limitación de recursos económicos	29,2%
Falta de apoyo externo (ayudas del sector público y privado)	14,6%
Alta carga impositiva (impuestos)	14,0%
Problemas de gestión y planificación	11,1%
Cambios en el mercado	7,0%
Competencia en el mercado	6,4%
Falta de demanda en los productos y/o servicios prestados	5,8%
Complejidad en los trámites de legalización	2,3%
Otras	9,4%
Total	**100,0%**

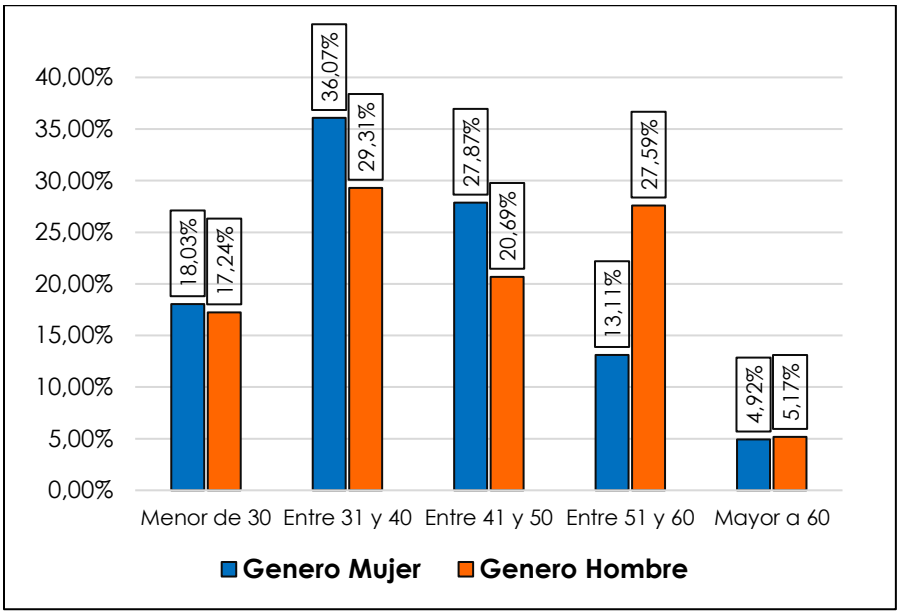
Fuente: Elaboración propia

7.2.2. Características individuales de los empresarios de las empresas liquidadas

Los datos muestran que en el 51% de las empresas que no se consolidaron sus representantes legales eran mujeres y el 49% hombres.

Esquema 14.

Rango de edad por género de las empresas canceladas.



Fuente: Elaboración propia

Según los datos presentados en el esquema número 14, se pueden observar las diferencias en los rangos de edad y género de los empresarios que han cancelado sus empresas. El grupo más numeroso en términos de porcentaje corresponde a personas entre 31 y 40 años, tanto para hombres (36,07%) como para mujeres (29,31%). Es importante tener en cuenta que, a pesar de tener cierta experiencia laboral, es posible que estas personas carezcan de las habilidades y conocimientos necesarios para gestionar exitosamente un negocio a largo plazo, lo que puede contribuir a la cancelación de la empresa.

En cuanto a los empresarios de 41 a 50 años, se observa un porcentaje del 27,87% para mujeres y del 20.69% para hombres. Durante esta etapa de la vida, es común que las personas experimenten cambios significativos en su vida personal, como la formación de una familia o un

aumento en las responsabilidades familiares. Estos cambios pueden requerir una reevaluación de las prioridades y limitar la disponibilidad de tiempo y recursos para dedicar al negocio.

El grupo de empresarios menores de 30 años muestra un porcentaje similar para hombres (17,24%) y mujeres (18,03%). En cuanto a los empresarios entre 51 y 60 años, se observa una diferencia notable en términos de género, con un porcentaje del 27,59% para hombres y del 13,11% para mujeres. Por otro lado, los empresarios mayores de 60 años muestran una proporción relativamente similar entre hombres (5,17%) y mujeres (4,92%).

En general, se observa una mayor proporción de hombres en todos los grupos de edad, excepto en el grupo de personas menores de 30 años, donde hay una ligera mayoría de mujeres.

Cuadro 21.

Estado civil por género de empresarios de empresas canceladas.

Estado Civil	Género		Total
	Mujer	Hombre	
Casado o unión libre	40,98%	48,28%	44,54%
Soltero	49,18%	44,83%	47,06%
Divorciado	9,84%	6,90%	8,40%

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro número 21, se observa la distribución del estado civil de los empresarios con empresas canceladas en la ciudad de Neiva, la categoría más representada entre los empresarios con empresas canceladas es la de solteros (47,06%), a diferencia de las empresas consolidadas en donde la mayoría eran empresarios casados. Son más las mujeres solteras que cancelan empresas (49,18%) que los hombres solteros (44,83%). Así mismo, son más los hombres casados o en unión libre que cancelan empresas, que las mujeres en este mismo estado civil.

En general, hay un mayor porcentaje de empresarios solteros que han cancelado sus empresas en comparación con los empresarios casados o en unión libre. Esta situación se puede

deber a que los empresarios solteros pueden enfrentar una situación financiera más inestable en comparación con los empresarios casados o en unión libre, ya que pueden tener menos fuentes de ingresos o apoyo financiero, como también a falta de apoyo emocional y logístico.

Cuadro 22.

Estrato Socioeconómico por género de empresarios de empresas canceladas.

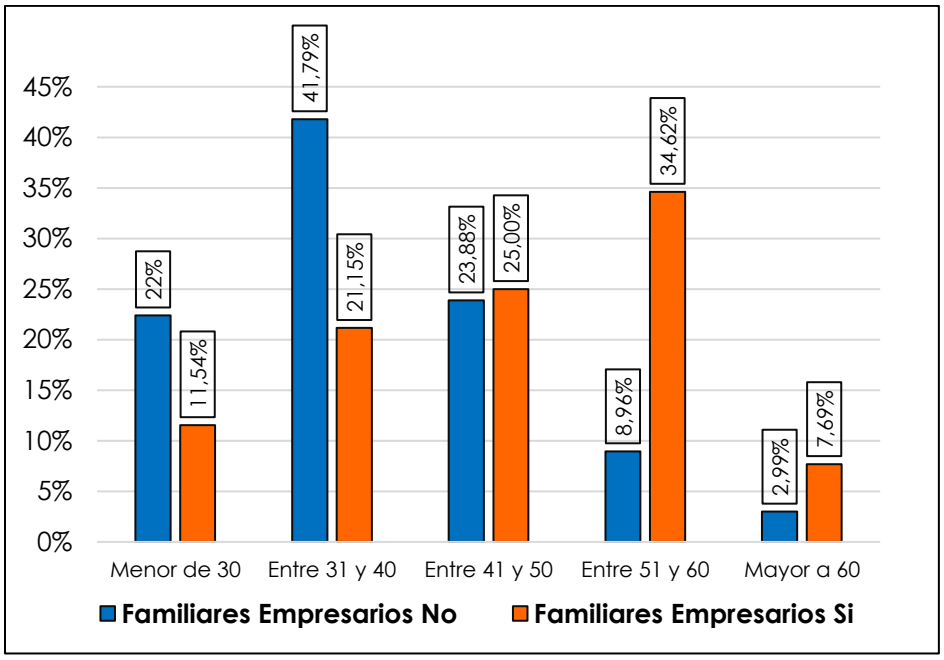
Estrato Socioeconómico	Género		Total
	Mujer	Hombre	
1 o 2	57,38%	60,34%	58,82%
3 o 4	39,34%	34,48%	36,97%
5 o 6	3,28%	5%	4,20%

Fuente: Elaboración propia

El cuadro 22, muestra la distribución de empresarios que han cancelado sus empresas en la ciudad de Neiva según el estrato socioeconómico y género; el estrato socioeconómico más representado entre los empresarios que han cancelado sus empresas corresponde al estrato 1 o 2, con un porcentaje total de cancelación del 58,82%, contrario a lo que ocurría con las empresas consolidadas, en donde los empresarios generalmente pertenecían los estratos medios y altos. El 57,38% de las mujeres y el 60,34% hombres que cancelan una empresa, pertenecen a los estratos más bajos. Esto indica que una proporción significativa de empresarios de estos estratos ha enfrentado dificultades que han llevado a la cancelación de sus empresas. Los empresarios del estrato 3 o 4 también tienen una presencia considerable, representando el 36,97% del total, en este nivel de estrato las mujeres presentan una mayor proporción con respecto a los hombres.

Esquema 15.

Distribución de la presencia de familiares entre los empresarios de las empresas canceladas.



Fuente: Elaboración propia

En el esquema número 15, se puede observar la distribución de empresarios que han cancelado sus empresas según su rango de edad y si tienen familiares empresarios.

El grupo de empresarios entre 31 y 40 años tiene el mayor porcentaje de aquellos sin familiares empresarios, con un 41,79%. El grupo de empresarios entre 41 y 50 años tiene porcentajes similares tanto para aquellos sin familiares empresarios (23,88%) como para aquellos con familiares empresarios (25%). En cuanto a los empresarios entre 51 y 60 años, se observa una diferencia notable en términos de presencia de familiares empresarios. Solo el 8,96% no tiene familiares empresarios, mientras que el 34,62% tiene familiares empresarios.

En general, se observa que la presencia de familiares empresarios entre los empresarios que han cancelado sus empresas aumenta a medida que aumenta el rango de edad. Esto sugiere que a medida que los empresarios envejecen, es más probable que tengan familiares que también sean empresarios.

Cuadro 23.

Parentesco de los familiares empresarios de empresas canceladas por género.

Parentesco Familiares Empresarios	Género		Total
	Mujer	Hombre	
No tiene familiares	67,21%	44,83%	56,30%
Padre	6,56%	8,62%	7,56%
Madre	0,00%	1,72%	0,84%
Hermanos	0,00%	1,72%	0,84%
Tíos y primos	9,84%	18,97%	14,29%
Cónyuge o pareja	13,11%	13,79%	13,45%
Otros	3%	10,34%	6,72%

Fuente: Elaboración propia

Ahora bien, el cuadro número 23, muestra la distribución de empresarios que han cancelado sus empresas según el parentesco de sus familiares empresarios y el género. El grupo más representado entre los empresarios que han cancelado sus empresas es aquellos que no tienen familiares empresarios, con un porcentaje total del 56,30%. Tanto las mujeres (67,21%) como los hombres (44,83%) muestran una tendencia similar en esta categoría.

Entre los empresarios que tienen familiares empresarios, el parentesco más común mencionado es "Tíos y primos", con un 14,29% del total. Aquí, se observa una diferencia de género, ya que un mayor porcentaje de hombres (18,97%) tiene tíos y primos empresarios en comparación con las mujeres (9,84%).

Otros parentescos mencionados incluyen "Padre" (7,56%), "Cónyuge o pareja" (13,45%), "Otros" (6,72%), "Madre" (0,84%) y "Hermanos" (0,84%). Se pueden notar diferencias menores en la distribución de género en estas categorías, pero los porcentajes no son significativamente altos.

Cuadro 24.

Educación de los empresarios de empresas canceladas por género.

Educación	Género		Total
	Mujer	Hombre	
Primaria	4,92%	5,17%	5,04%
Secundaria	22,95%	17,24%	20,17%
Técnico tecnológico	31,15%	32,76%	31,93%
Pregrado	26,23%	18,97%	22,69%
Posgrado	6,56%	22,41%	14,29%
Maestría	8,20%	3,45%	5,88%

Fuente: Elaboración propia

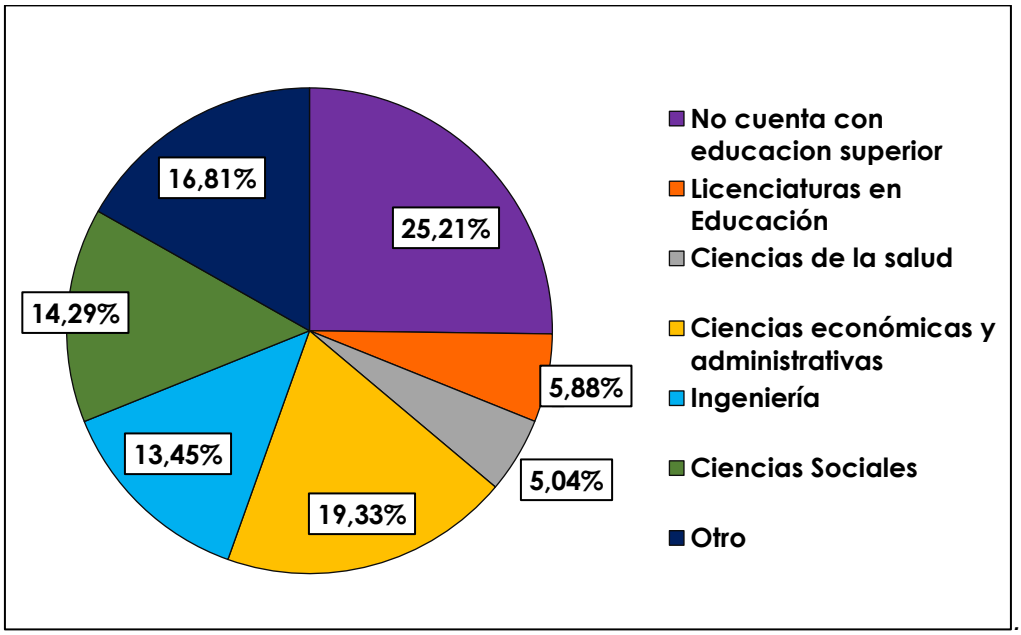
El cuadro número 24, muestra la distribución de empresarios que han cancelado sus empresas según su nivel de educación y género.

En general, se puede observar que el nivel de educación más común entre los empresarios que han cancelado sus empresas es el técnico tecnológico, representando el 31,93% del total. Tanto las mujeres (31,15%) como los hombres (32,76%) tienen una proporción similar en esta categoría.

El siguiente nivel de educación más común es el pregrado, con un 22,69% del total. Aquí, las mujeres tienen una representación ligeramente mayor (26,23%) que los hombres (18,97%). El nivel de educación secundaria representa el 20,17% del total, siendo ligeramente mayor para las mujeres (22,95%) que para los hombres (17,24%). Generalmente, los empresarios que cancelan sus empresas presentan niveles educativos por debajo del nivel de técnico y/o tecnológico, mientras que los empresarios que logran consolidar sus empresas, por lo general alcanzan niveles educativos por encima del nivel profesional o universitarios.

Esquema 16.

Distribución Educación según área del conocimiento empresarios de las empresas canceladas



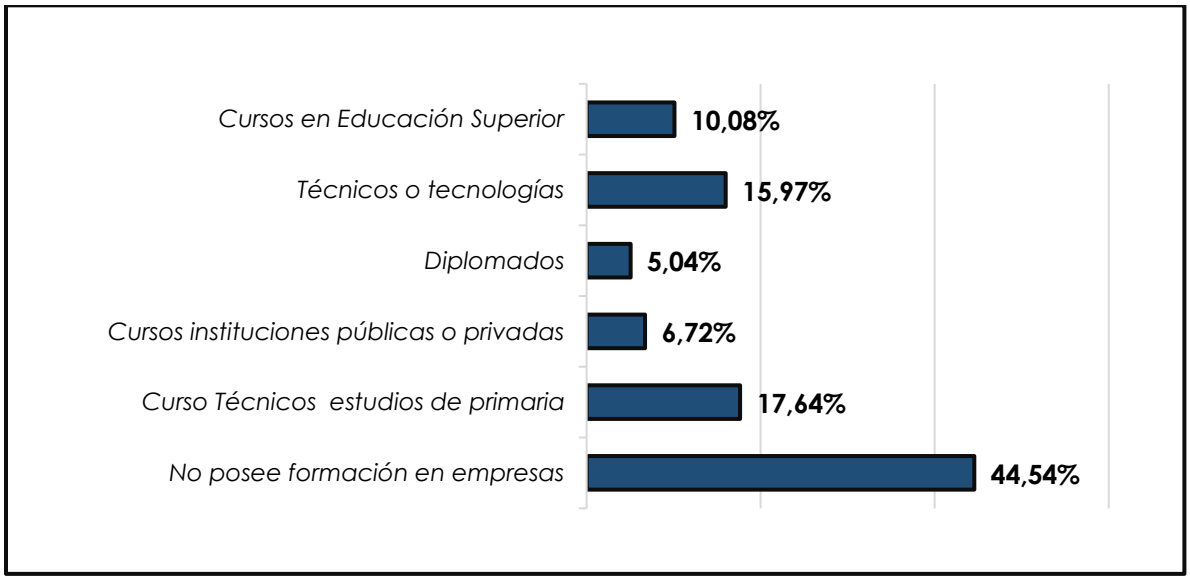
Fuente: Elaboración propia

El esquema 16, muestra la distribución de empresarios que han cancelado sus empresas según su nivel de educación en diferentes áreas del conocimiento. El mayor grupo de empresarios que cancelaron sus empresas corresponde a aquellos que no cuentan con educación superior, representando el 25,21% del total. Esto sugiere que una proporción significativa de empresarios no ha tenido acceso a educación más allá de la educación básica.

En cuanto a áreas de conocimiento específicas, se observa que el 19,33% de los empresarios tenía formación en Ciencias económicas y administrativas, mientras que el 13,45% tenía formación en Ingeniería. lo que nos permite identificar que tanto las Ciencias económicas y administrativas como la Ingeniería brindan conocimientos y habilidades relevantes para la gestión y administración de empresas. Estas áreas de estudio abordan temas clave para la operación y toma de decisiones en los negocios. Estos datos sugieren que algunos empresarios contaban con conocimientos en campos relacionados con los negocios y la ingeniería antes de la cancelación de sus empresas.

Esquema 17.

Participación del tipo de formación en emprendimiento de los empresarios de las empresas canceladas.



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los datos proporcionados en la encuesta, se puede observar que más del 55,46% de los empresarios que han cancelado sus empresas en la ciudad de Neiva contaban con alguna forma de formación en emprendimiento. Esto significa que la mayoría de los empresarios que decidieron cancelar sus empresas en Neiva tenían algún nivel de conocimientos y habilidades relacionados con el emprendimiento.

El esquema número 17, muestran el tipo de formación en empresas que tenían los empresarios que cancelaron sus empresas en la ciudad de Neiva. La mayoría de los empresarios que cancelaron sus empresas no tenían formación específica en empresas (44,54%). Sin embargo, una proporción considerable de empresarios había realizado cursos técnicos, estudios de primaria y cursos en educación superior relacionados con el ámbito empresarial. Esto indica que algunos empresarios habían buscado cierto nivel de capacitación y conocimientos en el área empresarial antes de emprender sus proyectos.

El 17,64% de los empresarios que cancelaron sus empresas tenían formación en cursos técnicos o estudios de primaria relacionados con el ámbito empresarial. Asimismo, el 15,97% de ellos contaban con formación en técnicos o tecnologías relacionadas con el área empresarial.

Cuadro 25.

Decisión de ser empresario de los empresarios de empresas canceladas por género.

Decisión de ser Empresario	Género		Total
	Mujer	Hombre	
Deseaba cambiar de trabajo	1,64%	13,79%	7,56%
Se quedó sin empleo	19,67%	10,34%	15,13%
Innovó algún producto	6,56%	10,34%	8,40%
Identificó una oportunidad	67,21%	63,79%	65,55%
Otros	4,92%	1,72%	3,36%

Fuente: Elaboración propia

El cuadro 25, muestra las razones que llevaron a los empresarios de empresas canceladas a emprender, desglosadas por género. Al igual que en las empresas consolidadas, la mayoría de los empresarios (65,55%) mencionaron que identificaron una oportunidad como motivo principal para emprender, sin importar su género. Asimismo, un 15,13% de los empresarios indicaron que decidieron emprender debido a la falta de empleo, siendo más común en mujeres (19,67%) que en hombres (10,34%).

En cuanto a la innovación de productos, un 8,40% de los empresarios mencionaron esta razón sin presentando una leve diferencia entre hombres (10,34%) y mujeres (6,56%). Por otro lado, un 7,56% de los empresarios expresaron que deseaban cambiar de trabajo al momento de emprender, siendo más frecuente en hombres (13,79%) que en mujeres (1,64%).

Se puede decir que, la mayoría de los empresarios con empresas canceladas identificaron una oportunidad como la principal razón para emprender, independientemente de su género. Sin embargo, hubo diferencias en las motivaciones entre hombres y mujeres, como una mayor proporción de mujeres que se quedaron sin empleo y una mayor proporción de

hombres que deseaban cambiar de trabajo. Estas diferencias pueden ser influenciadas por diversos factores, como las circunstancias laborales y personales de cada individuo.

Cuadro 26.

Relación entre el rango de edad y la experiencia previa de los empresarios de empresas canceladas.

Rango de Edad	Experiencia previa		Total
	No	Si	
Menor de 30	15,63%	20,00%	17,65%
Entre 31 y 40	26,56%	40,00%	32,77%
Entre 41 y 50	29,69%	18%	24,37%
Entre 51 y 60	23,44%	16%	20,17%
Mayor a 60	4,69%	5,45%	5,04%

Fuente: Elaboración propia

El cuadro 26, muestra datos relacionados con empresarios que han cancelado sus empresas en la ciudad de Neiva, segmentados por rango de edad y experiencia previa. El grupo de empresarios entre 31 y 40 años tiene el porcentaje más alto de cancelaciones, con un 32,77%. En este grupo, el 26,56% no tenía experiencia previa, mientras que el 40% sí tenía experiencia previa. Por otro lado, el grupo de edad menor de 30 años tiene la segunda mayor proporción de cancelaciones, con un 17,65%. En este grupo, el 15,63% no tenía experiencia previa y el 20% sí contaba con experiencia previa.

El 24,37% de los empresarios de 41 a 50 años han cancelado sus empresas. Dentro de este grupo, el 29,69% no tenía experiencia previa y el 18% sí tenía experiencia previa. Para los empresarios entre 51 y 60 años, el porcentaje de cancelaciones es del 20,17%. Dentro de este grupo, el 23,44% no tenía experiencia previa y el 16% sí tenía experiencia previa.

La experiencia previa muestra diferencias notables en relación con la cancelación de empresas. En general, los empresarios con experiencia previa tienen una propensión más alta a cancelar sus empresas en comparación con aquellos sin experiencia previa. Esta diferencia es

más evidente en los grupos de edad entre 31 y 40 años y menores a 30 años, donde los empresarios con experiencia previa superan significativamente a aquellos sin experiencia previa.

Cuadro 27.

Relación entre el tiempo de experiencia y el género de los empresarios de empresas canceladas.

Experiencia tiempo	**Género**		**Total**
	Mujer	**Hombre**	
No poseía experiencia	49,18%	59%	53,78%
Menos de un año	4,92%	1,72%	3,36%
Entre 1 y 2 años	9,84%	6,90%	8,40%
Entre 3 y 5 años	9,84%	13,79%	11,76%
Más 5 años	26,23%	18,97%	22,69%

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro 27, se muestra información sobre empresarios que han cancelado sus empresas en la ciudad de Neiva, de acuerdo con la experiencia en el tiempo y el género. La categoría con la mayor proporción de cancelaciones de empresas en la ciudad de Neiva es la de "No poseía experiencia". Del total de empresarios que cancelaron sus empresas, el 53,78% pertenecían a esta categoría. Esto indica que la mayoría de los empresarios que decidieron cancelar sus empresas en Neiva no tenían experiencia previa en el sector empresarial. Dentro de este grupo, el 49,18% son mujeres y el 59% son hombres.

Por otro lado, el 8,40% de los empresarios que cancelaron sus empresas tenían entre 1 y 2 años de experiencia. De este grupo, el 9,84% son mujeres y el 6,90% son hombres. Además, el 11,76% de los empresarios que cancelaron sus empresas tenían entre 3 y 5 años de experiencia. Dentro de este grupo, el 9,84% son mujeres y el 13,79% son hombres.

Cuadro 28.

Empresarios con empresas canceladas que intentaron crear una empresa sin éxito por género.

Crear Empresa sin éxito	Género		
	Mujer	Hombre	Total
No	67,21%	63,79%	65,55%
Si, una vez	22,95%	22,41%	22,69%
Si, más de una vez	9,84%	13,79%	11,76%

Fuente: Elaboración propia

El cuadro número 28, presenta datos sobre empresarios que han cancelado sus empresas, e intentaron crear una empresa, pero no tuvieron éxito. El 65,55% de los empresarios que cancelaron sus empresas, previamente no habían tenido otras experiencias negativas de creación de empresas, es decir, esta fue la primera vez que no tuvieron éxito en la creación de una empresa. Las mujeres tienen una proporción ligeramente mayor con un 67,21% en comparación con los hombres con un 63,79%, esta es la categoría con la mayor participación, lo que podría indicar que la mayoría de los empresarios que cancelaron sus empresas no tenían experiencia previa en el sector empresarial. El 22,69% de los empresarios que cancelaron sus empresas ya habían fracasado previamente una vez en la creación de una empresa. No se observan diferencias significativas en cuanto al género, ya que tanto las mujeres como los hombres presentan proporciones similares.

Cuadro 29.

Financiación de las empresas según el género de los empresarios de las empresas canceladas

Financiación de la Empresa	Género		Total
	Mujer	Hombre	
Propios	62,30%	79,31%	70,59%
Crédito en bancos comerciales	31,15%	20,69%	26,05%
Ayudas Públicas	3,28%	0%	1,68%
Ayudas Privadas	3,28%	0%	1,68%

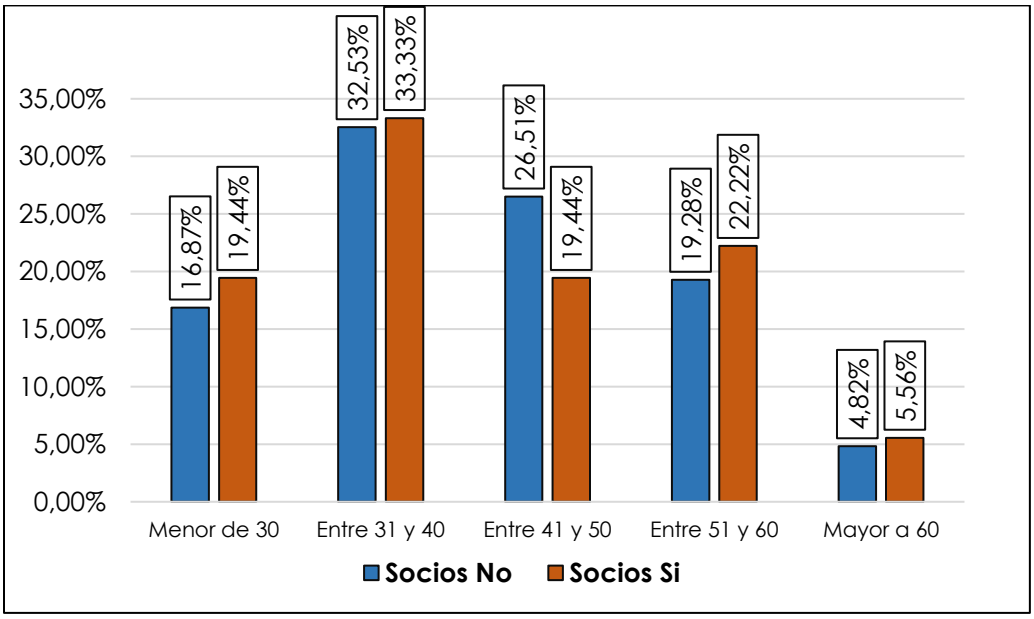
Fuente: Elaboración propia

Según el cuadro número 29, proporciona datos sobre la financiación de las empresas canceladas en la ciudad de Neiva. El 70,59% de los empresarios que cancelaron sus empresas utilizó recursos propios para financiarlas. Sin embargo, hay una diferencia significativa entre hombres y mujeres en esta categoría. El 79,31% de los hombres utilizaron financiamiento propio, mientras que el 62,30% de las mujeres hicieron lo mismo. Esto indica que los hombres tuvieron una mayor propensión a utilizar sus propios recursos para financiar sus empresas canceladas en comparación con las mujeres.

En cuanto a los créditos en bancos comerciales como fuente de financiación, el 26,05% de los empresarios que cancelaron sus empresas optaron esta opción. En este caso, se observa que las mujeres tuvieron una mayor proporción con un 31,15% en comparación con los hombres con un 20,69%. Esto sugiere que las mujeres tuvieron una mayor dependencia de los créditos en bancos comerciales para financiar sus empresas canceladas en comparación con los hombres.

Esquema 18.

Participación de tener o no tener socios, los empresarios de las empresas canceladas.



Fuente: Elaboración propia

Al analizar el esquema 18, sobre el rango de edad y la presencia de socios en las empresas canceladas, se puede observar que, en el grupo de empresarios menores de 30 años, la proporción de empresarios que tienen socios y que cancelaron empresas es relativamente mayor que los empresarios sin socios.

En el rango de edad de 31 a 40 años, entre los empresarios que no tienen socios (32,53%) y los que sí tienen socios (33,33%) permanecieron más o menos iguales al igual que en el grupo de los mayores de 60 años.

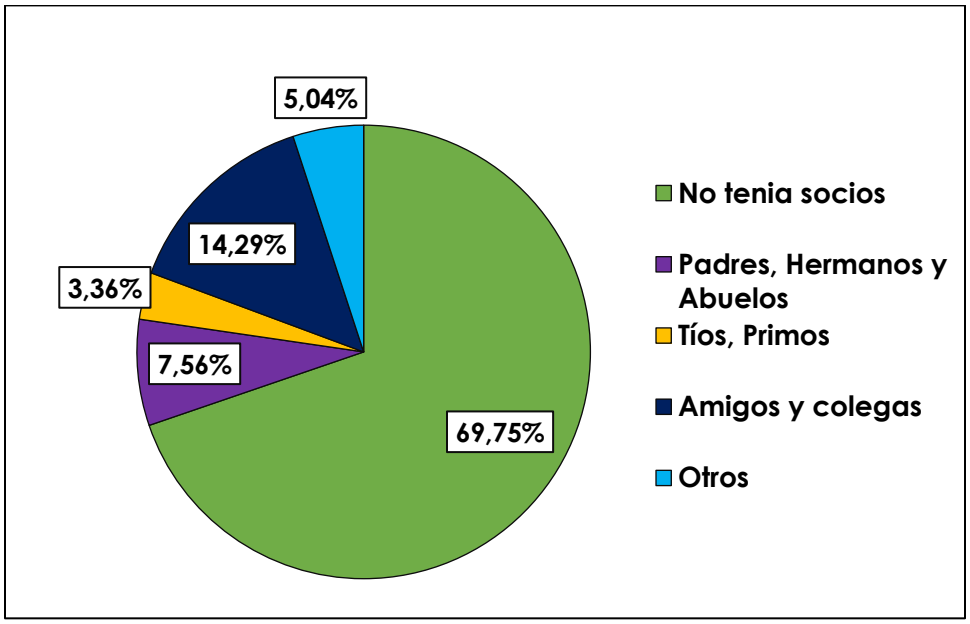
Ahora bien, en los empresarios que están entre 41 y 50 años, se observa que hay una proporción ligeramente mayor de empresarios que emprenden sin socios (26,51%) en comparación con aquellos que eligen tener socios (19,44%). Esto sugiere que en esta etapa de la vida hay una inclinación hacia el emprendimiento individual.

En general, se observa que la presencia de socios en las empresas canceladas no presenta una tendencia clara en relación con el rango de edad.

Hay variaciones en la proporción de empresarios que deciden emprender solos o con socios en cada grupo de edad, lo que sugiere que las decisiones de asociación pueden depender de otros factores más allá de la edad, como la experiencia, las habilidades complementarias, el acceso a recursos, entre otros.

Esquema 19.

Participación del parentesco con los socios de los empresarios de las empresas canceladas.



Fuente: Elaboración propia

El esquema 19, muestra el parentesco de los empresarios con empresas canceladas con sus socios. La mayoría de los empresarios (69,75%) no tenían socios en sus negocios cancelados, esto coincide con la tendencia mostrada por las empresas consolidadas, en general en Neiva, los empresarios deciden emprender individualmente. Un porcentaje significativo (14,29%) de los empresarios que sí tenían socios optaron por asociarse con amigos o colegas, personas con quienes tenían una relación cercana o habían establecido una conexión profesional.

Un grupo más pequeño (7,56%) de los empresarios tenía socios que eran miembros de su familia directa, como padres, hermanos o abuelos, eligiendo asociarse con sus familiares cercanos para emprender sus negocios.

Hubo empresarios (3,36%) que optaron por asociarse con tíos o primos, es decir, miembros de su familia extendida. Esto indica que algunos empresarios buscaron asociarse con parientes más allá de sus lazos familiares directos.

Además, un porcentaje minoritario (5,04%) de los empresarios tenía socios que no se clasificaban en las categorías anteriores, lo que sugiere que buscaron asociarse con individuos que no estaban vinculados por lazos familiares o relaciones cercanas específicas.

7.3. Análisis Econométrico

Con el objetivo de analizar los factores o características que contribuyen a la consolidación de una empresa a largo plazo, se utilizó un modelo econométrico Probit. Este modelo permitió determinar la probabilidad de que una empresa se consolide en comparación con aquellas que se cancelan en Neiva.

Como se mencionó previamente, los tipos de empresas fueron definidos según los criterios establecidos por el Proyecto GEM. Por lo tanto, se consideraron como empresas consolidadas aquellas empresas activas en la ciudad con más de 3.5 años de funcionamiento. Por otro lado, se clasificaron como empresas canceladas aquellas que se liquidaron o cancelaron antes de alcanzar los 3.5 años de funcionamiento, es decir, aquellas que no lograron consolidarse a largo plazo.

Entre las variables que se tuvieron en cuenta para determinar la probabilidad de crear una empresa consolidada, se consideraron las características individuales y familiares de los empresarios, en donde se tuvo en cuenta aspectos como la edad, el género, el estado civil, el estrato socioeconómico y la existencia de familiares empresarios. En la variable que tiene que ver con el nivel educativo del empresario se incluyeron dimensiones como el nivel educativo del empresario y la formación específica en emprendimiento. En la variable decisión de emprender, se tuvo la dimensión, decisión de convertirse en empresario, que básicamente busca identificar

la razones por las cuales el empresario decidió emprender, se incluyeron tres indicadores, i) innovo un nuevo producto o servicio, ii) identifico una idea de negocio, y iii) perdió o cambio de empleo. En cuanto a las eexperiencia en emprendimiento, se midió utilizando dimensiones como tenía socio cuando emprendió, había intentado crear empresa antes y tenía un plan de negocio establecido al momento de emprender. Finalmente, en las características de la empresa se incluyó la dimensión que indica sí el empresario financio la empresa con recursos propios o recursos provenientes de créditos bancarios o gubernamentales.

En el cuadro 30, muestra los resultados de la estimación correspondiente al modelo Probit corregido por heterocedasticidad con errores estándar robustos. Por el momento, nos enfocaremos únicamente en los signos y la significancia estadística de los parámetros, en las tablas posteriores, se podrán analizar los parámetros y los efectos marginales. Un signo negativo en las variables indica que existe una menor probabilidad de crear una empresa consolidada, o lo que es lo mismo, una mayor probabilidad de crear una empresa cancelada. Por otro lado, un signo positivo revela una mayor probabilidad de crear una empresa consolidada. La edad resulto ser estadísticamente significativa, esto sugiere que pertenecer a grupos de mayor edad (adultos y mayores) está asociado positivamente con la probabilidad de crear una empresa consolidada en comparación con los empresarios más jóvenes. Esto podría estar relacionado con la experiencia acumulada, la estabilidad financiera o la red de contactos más amplia que los empresarios mayores pueden tener, lo cual podría influir en el éxito de sus emprendimientos.

Del mismo, se encontró que los empresarios que tienen familiares empresarios de primer grado de consanguinidad presentan una probabilidad positiva y significativa de crear una empresa consolidada. Varias razones pueden explicar esta situación. En primer lugar, los familiares empresarios pueden transmitir conocimientos, habilidades y experiencias relacionadas con el mundo empresarial, lo que ayuda al empresario a evitar errores comunes y tomar decisiones más informadas. En segundo lugar, los familiares empresarios suelen tener una red

de contactos establecida en el mundo empresarial, lo que incluye relaciones comerciales, proveedores, clientes o socios potenciales, que pueden resultar beneficiosas para el nuevo emprendimiento. En tercer lugar, los familiares empresarios pueden proporcionar recursos financieros, tecnológicos o humanos fundamentales para el éxito de una empresa. Esta disponibilidad de recursos puede reducir las barreras para emprender y aumentar las posibilidades de crear una empresa consolidada. Por último, contar con familiares empresarios puede brindar un entorno de apoyo emocional y motivación para el emprendedor. El apoyo familiar puede impulsar la perseverancia y la dedicación necesarias para establecer y hacer crecer una empresa a largo plazo. Los individuos de estratos socioeconómicos más altos tienen mayores posibilidades de éxito al crear una empresa consolidada debido a diversas ventajas. En primer lugar, disponen de mejores recursos financieros, incluyendo ahorros personales, inversores y acceso a préstamos con tasas favorables, lo que les permite establecer una base financiera sólida y enfrentar desafíos empresariales. Además, la estabilidad económica les permite dedicar tiempo y recursos a largo plazo sin la presión inmediata de generar ingresos para cubrir necesidades básicas. Asimismo, los individuos de estratos socioeconómicos más altos tienen acceso a redes y contactos empresariales más amplios, incluyendo a otros empresarios exitosos, inversores y mentores. Estas conexiones les brindan oportunidades de colaboración, aprendizaje y asesoramiento que pueden impulsar su éxito empresarial. Además, pertenecer a un estrato socioeconómico más alto confiere una mayor visibilidad y prestigio en el mundo empresarial, generando confianza en clientes, socios comerciales y proveedores. También se benefician de una mayor reputación y credibilidad, lo que facilita establecer alianzas estratégicas y abrir puertas en el mercado.

Estos hallazgos permiten validar la hipótesis de que las características personales del empresario, tales como la existencia de familiares empresarios y un mayor nivel socioeconómico

de los empresarios, juegan un rol fundamental en la probabilidad de establecer una empresa consolidada en Neiva.

Cuadro 30.

Estimación del modelo Probit

Variables	Coeficientes
Características individuales y familiares de los empresarios	
Hombre	0.238 (1.32)
Grupo de Edad	0.581**(2.23)
Casado	0.256 (1.25)
Divorciado o viudo	-0.086 (-0.23)
Parientes empresario de primer grado de consanguinidad	0.903***(3.58)
Estrato socioeconómico	0.417***(2.74)
Nivel educativo de los empresarios	
Nivel de Educación	0.188** (2.20)
Tiene formación en emprendimiento	0.121 (0.63)
Decisión de emprender	
Innovo un nuevo producto o servicio	0.813**(2.07)
Identifico una idea de negocio	0.413*(1.73)
Perdió o cambio de empleo	-0.212 (-0.55)
Experiencia en emprendimiento	
Tenía socio cuando emprendió	0.077 (0.39)
Había intentado crear empresa antes	0.271** (2.13)
Tenía plan de negocios	0.202 (1.03)
Características de la empresa	
Financiación la empresa con recursos propios	0.375* (1.89)
Constante	*-4.290***(-5.30)*
N	*252*
Pseudo R2	*0.2289*
LR chi2	*79.79***
Porcentaje predicho correctamente	*73,41%*
Sensitivity [Pr(+| D)]	*70,68%*
Specificity [Pr(-|~D)]	*76,47%*

Note: t statistics in parentheses. * p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01

Fuente: Elaboración propia

El nivel educativo de los individuos también desempeña un papel importante en la probabilidad de crear una empresa consolidada. El coeficiente para la Educación resultó ser estadísticamente significativo, lo que indica que a medida que aumenta el nivel educativo del empresario, aumenta la probabilidad de crear una empresa consolidada. Los individuos con niveles educativos más altos tienden a poseer habilidades y conocimientos empresariales más sólidos, lo que les permite tomar decisiones informadas y estratégicas en el ámbito empresarial. Además, la educación brinda acceso a redes y contactos profesionales más amplios, lo que facilita el establecimiento de alianzas comerciales y oportunidades de crecimiento.

La formación educativa también proporciona al emprendedor acceso a programas de capacitación y desarrollo empresarial. Estas oportunidades les permiten adquirir habilidades específicas relacionadas con la gestión empresarial, la planificación estratégica, el marketing y otros aspectos fundamentales para el éxito de una empresa. Asimismo, la educación fomenta una mentalidad emprendedora al proporcionar a los individuos las herramientas y los conocimientos necesarios para identificar oportunidades de negocio, evaluar riesgos y enfrentar desafíos en el entorno empresarial.

Este resultado confirma la hipótesis planteada, de la importancia de la educación del empresario en el desarrollo y éxito de una empresa, pues mayores niveles educativos garantizan una mayor probabilidad de que las empresas se consoliden en el tiempo.

Un tema de gran importancia a analizar es el motivo que impulsa a los empresarios a emprender. Analizar las razones detrás de la decisión de emprender es un aspecto fundamental para comprender el fenómeno del emprendimiento y su relación con la consolidación empresarial. Entender las motivaciones de los empresarios para iniciar un negocio puede proporcionar información valiosa sobre sus aspiraciones, objetivos y expectativas. En este sentido, los individuos que deciden emprender porque innovaron algún bien o servicio, es decir, aquellos emprendedores que han introducido innovaciones en sus empresas tienen una mayor

probabilidad de éxito en la consolidación de su negocio. La introducción de innovaciones en una empresa puede generar ventajas competitivas significativas, permitiendo a los emprendedores diferenciarse en el mercado y satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes.

La innovación puede manifestarse de diversas formas, como la creación de productos o servicios novedosos, la implementación de procesos más eficientes, el desarrollo de nuevas tecnologías o la adopción de modelos de negocio innovadores.

Estas innovaciones pueden mejorar la calidad, la eficiencia o la experiencia del cliente, lo cual contribuye a la consolidación y el crecimiento empresarial. Al emprender basados en la innovación, los empresarios pueden acceder a oportunidades de mercado únicas y capturar segmentos de clientes que buscan soluciones novedosas y diferenciadas. Además, la capacidad de adaptación y la disposición para incorporar cambios y mejoras continuas en el negocio son características clave de los emprendedores innovadores, lo que les permite mantenerse competitivos a largo plazo. Es importante destacar que la innovación no se limita únicamente a grandes avances tecnológicos o inventos revolucionarios. Incluso pequeñas mejoras incrementales en productos, servicios o procesos pueden tener un impacto significativo en la consolidación empresarial y la creación de valor.

Estos resultados sustentan la hipótesis de que los empresarios que deciden emprender porque logran innovar en un nuevo producto o servicio, tienen una mayor probabilidad de crear una empresa consolidada, pues lo novedoso garantiza en cierta medida una menor competencia y un mayor acceso a nuevos clientes.

Algo que está muy relacionado con la innovación es la identificación de nuevas oportunidades de negocios; los resultados sugieren que aquellos emprendedores que han identificado oportunidades de negocio tienen una mayor probabilidad de éxito en la consolidación de su empresa. La identificación de oportunidades de negocio implica la capacidad de percibir y evaluar de manera efectiva las necesidades no satisfechas en el mercado, así como las

tendencias y cambios que pueden generar demanda de nuevos productos o servicios. Los emprendedores que poseen esta habilidad pueden adelantarse a la competencia y crear propuestas de valor innovadoras que satisfagan esas necesidades emergentes.

La identificación de oportunidades de negocio también implica la capacidad de evaluar la viabilidad y la rentabilidad potencial de esas oportunidades.

Es importante mencionar que la identificación de oportunidades de negocio no se limita a la creación de nuevas empresas desde cero. También puede involucrar la identificación de oportunidades de crecimiento y expansión en negocios existentes, la identificación de nichos de mercado no explotados o la adaptación de modelos de negocio existentes a nuevas realidades y demandas del mercado.

Los empresarios que previamente habían tenido intentos fallidos en actividades emprendedoras tienen mayor probabilidad de crear una empresa consolidada en comparación con aquellos sin experiencia previa.

Esta asociación puede deberse a varios factores. Los empresarios que han tenido experiencias previas de emprendimiento, incluso si no fueron exitosas, han adquirido conocimientos valiosos y lecciones aprendidas que pueden aplicar en sus futuros emprendimientos. Han tenido la oportunidad de aprender de sus errores, identificar áreas de mejora y desarrollar habilidades necesarias para el éxito empresarial. Además, los empresarios que han experimentado fracasos anteriores pueden tener una mayor determinación y perseverancia para superar obstáculos y desafíos. Han adquirido una mentalidad resiliente y una comprensión más realista de las dificultades que pueden surgir en el camino.

Estas experiencias pueden motivarlos a tomar decisiones más informadas, gestionar los riesgos de manera más efectiva y aprovechar las oportunidades que se les presenten. Este resultado, valida la hipótesis planteada de que los empresarios con experiencia previa en la

creación de empresa tienen mayor posibilidad de establecer una empresa sostenible a lo largo del tiempo.

Los empresarios que financian su empresa con recursos propios tienen una mayor probabilidad de éxito en la consolidación de su empresa en comparación con aquellos que dependen de fuentes externas de financiamiento, lo que confirma la última hipótesis planteada. Cuando los empresarios utilizan recursos propios para financiar su empresa, tienen un mayor control sobre las decisiones financieras y estratégicas. Pueden tomar decisiones más rápidas y flexibles, adaptándose rápidamente a las condiciones del mercado y tomando medidas oportunas para garantizar la sostenibilidad y el crecimiento de su empresa. Además, al depender menos de fuentes externas de financiamiento, los empresarios pueden evitar la carga de intereses y los plazos de pago asociados con los préstamos y otras formas de financiamiento. Esto les brinda una mayor estabilidad financiera y una mayor capacidad para reinvertir las ganancias en el crecimiento y desarrollo de su empresa.

Es relevante tener en cuenta que el contexto empresarial de la ciudad de Neiva se caracteriza por la presencia predominante de pequeñas y medianas empresas, especialmente en los sectores del comercio y los servicios. Estas empresas suelen requerir niveles bajos de inversión de capital por lo que dependen principalmente de recursos propios en lugar de buscar financiamiento externo o ayudas.

Además, el tejido empresarial local se caracteriza por una estructura limitada y poco organizada, debido en parte al alto nivel de informalidad en las actividades empresariales. Esta falta de formalidad puede estar asociada con la ausencia de un plan de negocios establecido al iniciar la empresa. En el análisis previo, se encontró que la dimensión que indica si el empresario contaba con un plan de negocios no resultó estadísticamente significativa, lo que sugiere que, en este contexto empresarial específico, la elaboración de un plan de negocios no se considera una práctica común o necesaria para el éxito empresarial.

Estos hallazgos refuerzan la idea de que el tejido empresarial local es rudimentario y presenta características propias de un entorno informal y de baja complejidad. Es importante tener en cuenta estas particularidades al analizar los resultados y considerar las limitaciones y especificidades del contexto empresarial de la ciudad de Neiva.

Adicionalmente, los resultados obtenidos no brindan suficiente evidencia para afirmar que la presencia de socios tenga un impacto significativo en la probabilidad de crear una empresa consolidada. En el análisis realizado, la dimensión que indica si el empresario tenía socios no resultó estadísticamente significativa. Esto sugiere que, en el contexto específico de la ciudad de Neiva, la presencia de socios no parece ser un factor determinante en la consolidación de las empresas, de nuevo, el entorno empresarial y las dinámicas económicas de la ciudad de Neiva pueden influir en la importancia de no tener socios para el éxito empresarial.

No se encontró evidencia suficiente para afirmar que los hombres, los individuos casados, divorciados o viudos, y que la formación específica en emprendimiento, tengan un impacto significativo en la probabilidad de crear una empresa consolidada. Esto indica que, en el contexto específico de la ciudad de Neiva, estas dimensiones no parecen ser factores determinantes en la consolidación de las empresas. De hecho, se encontró que otros factores, como el apoyo familiar, las redes de apoyo, la educación general y la experiencia previa tienen una influencia mayor en el éxito empresarial.

Según los resultados del análisis de regresión de probabilidad realizado en este estudio, se observó que el modelo exhibe un nivel de ajuste moderado. El pseudo R2 es una medida que indica la proporción de variabilidad en la variable dependiente que puede ser explicada por el modelo. En este caso, se obtuvo un pseudo R2 de 20,89%, lo que implica que aproximadamente el 20,89% de la variación en la probabilidad de establecer una empresa consolidada puede ser explicada por las variables independientes incluidas en el modelo. En otras palabras, el conjunto

de variables independientes consideradas en el análisis contribuye a explicar el 20,89% de la variación en la probabilidad de crear una empresa consolidada.

Es importante tener en cuenta, como señala Connelly et al. (1989), que los modelos de probabilidad a menudo presentan niveles de ajuste más bajos en comparación con otros tipos de modelos estadísticos. Esto se debe a la naturaleza de las variables dependientes binarias o categóricas utilizadas en este tipo de análisis.

Sin embargo, el nivel de ajuste moderado encontrado en este estudio indica que las variables independientes consideradas tienen cierta capacidad para explicar las diferencias en la consolidación de empresas.

Según Freese y Long (2001), en los modelos que involucran variables dependientes limitadas, se utiliza con mayor frecuencia el porcentaje de datos observados predichos correctamente como una medida más precisa del ajuste global del modelo, considerando las limitaciones del pseudo R2.

El porcentaje de datos observados predichos correctamente, también conocido como tasa de éxito o tasa de aciertos, es una medida que evalúa la precisión del modelo al predecir correctamente la categoría de la variable dependiente. Esta medida ofrece una evaluación más directa y práctica del desempeño del modelo al predecir la pertenencia a una categoría específica, como la clasificación de una empresa entre consolidada o cancelada. A diferencia del pseudo R2, que cuantifica la proporción de variabilidad explicada, el porcentaje de datos observados predichos correctamente se enfoca en la capacidad del modelo para clasificar correctamente los casos.

En este caso particular, se ha obtenido una tasa de éxito o tasa de aciertos del 73,41%, lo que indica que el modelo estimado logra predecir correctamente el resultado aproximadamente el 73,41% de las veces. Este porcentaje de aciertos sugiere que el modelo tiene la capacidad de

realizar una estimación precisa de las probabilidades de establecer o no una empresa consolidada en la mayoría de los casos.

En general, un nivel de aciertos de esta magnitud indica que el modelo es efectivo y confiable en sus predicciones.

Es importante destacar que el modelo también ha demostrado un buen desempeño en cuanto a la predicción de la probabilidad de crear una empresa consolidada (Sensitivity) y la probabilidad de crear una empresa cancelada o liquidada (Specificity), ambos superiores al 70%. Esto indica que el modelo posee un buen equilibrio y una especificación adecuada, siendo capaz de capturar correctamente tanto los casos positivos como los negativos.

Para analizar la magnitud de los parámetros y comprender cómo los cambios marginales en las variables independientes afectan la probabilidad predicha, se utilizan los efectos marginales. Estos efectos marginales nos indican cómo un cambio marginal de una unidad en una dimensión afecta el cambio en la probabilidad predicha, manteniendo las demás variables explicativas fijas en sus valores medios.

En el cuadro 31, se muestran las estimaciones de estos efectos marginales, donde se presenta cómo cada variable independiente afecta la probabilidad predicha cuando las demás variables se mantienen constantes en sus medias.

Cuadro 31.

Efectos Marginales del modelo Probit[1]

Variable	dy/dx	Std. Err.	P>z
Características individuales y familiares de los empresarios			
Hombre	0.108	0.073	0.141
Grupo de Edad			
Adulto: entre 27 y 59 años	0.260	0.157	0.098
Mayor de 60 años	0.453	0.189	0.017
Casado	0.073	0.084	0.385
Divorciado y viudo	-0.087	0.151	0.564
Parientes empresario de primer grado de consanguinidad	0.324	0.075	0.000
Estrato socioeconómico			
Medio (3 o 4)	0.072	0.085	0.400
Alto (5 o 6)	0.390	0.102	0.000
Nivel educativo de los empresarios			
Nivel educativo			
Secundaria	0.077	0.219	0.724
Técnico o tecnológico	0.132	0.214	0.537
Pregrado	0.365	0.214	0.088
Posgrado	0.261	0.224	0.243
Maestría	0.329	0.242	0.175
Tiene formación en emprendimiento	0.057	0.079	0.469
Experiencia en emprendimiento			
Si tenía socio cuando emprendió	0.037	0.083	0.660
Había intentado crear empresa antes			
Si, una vez	0.205	0.085	0.016
Si, más de una vez	0.188	0.105	0.074
Tenía plan de negocio	0.074	0.079	0.345
Características de la empresa			
Financiación la empresa con recursos propios	0.107	0.086	0.212
Decisión de emprender			
Razones por las que decidió emprender			
Innovo un nuevo producto o servicio	0.337	0.130	0.010
Identifico una idea de negocio	0.160	0.094	0.087
Perdió o cambio de empleo	-0.101	0.158	0.523
Probabilidad de crear empresa en Neiva	52,84%	0.026	0.000

Fuente: Elaboración propia.

[1] En la Grupo de Edad se omitió la categoría joven (menor de 26 años); en la dimensión Estrato socioeconómico se omitió categoría estrato bajo (1 y 2); en el Nivel educativo se omitió la categoría educación primaria; en la dimensión Había intentado crear empresa antes se omitió la categoría, No había intentado crear empresa.

Estos resultados nos permiten evaluar la importancia relativa de cada variable en la predicción de la probabilidad de crear una empresa consolidada. Es importante analizar estos efectos marginales para comprender mejor cómo las diferentes variables influyen en la probabilidad de interés y cuál es su contribución individual en el modelo.

La edad, en particular la categoría que agrupa a los empresarios mayores de 60 años es la variable que mayor impacto o poder explicativo tiene sobre la variable dependiente; de esta manera, los empresarios mayores tienen un 45,3% más de probabilidad de crear una empresa consolidada en comparación con los empresarios más jóvenes. Como se comentó anteriormente, los empresarios mayores tienen una ventaja significativa en términos de probabilidad en comparación con los empresarios más jóvenes, lo que sugiere que la experiencia y el conocimiento acumulados a lo largo de los años pueden jugar un papel relevante en el éxito empresarial. La dedicación de tiempo adicional puede ser crucial en las etapas iniciales de una empresa, ya que implica la planificación, investigación, desarrollo de estrategias y la gestión de diferentes aspectos del negocio. Los empresarios mayores pueden aprovechar esta ventaja al tener una mayor flexibilidad y capacidad para asumir compromisos relacionados con el emprendimiento.

La situación socioeconómica de los empresarios también es una variable que impacta considerablemente la probabilidad de crear una empresa consolidad; los empresarios de estratos altos (estrato 5 y 6), tiene un 39% más de probabilidad de crear una empresa consolidad en comparación con los empresarios de estratos bajos (1 y 2). Esta diferencia puede atribuirse a diversos factores socioeconómicos, como la disponibilidad de capital inicial para invertir en el negocio, la educación y capacitación, entre otros. Es importante destacar que estas diferencias en la probabilidad de éxito empresarial entre estratos socioeconómicos pueden estar influenciadas por desigualdades estructurales y barreras económicas que limitan las oportunidades para los empresarios de estratos bajos.

La educación, y de manera particular los empresarios profesionales tienen un 36,5% más de probabilidad de crear una empresa consolidad con relación a los empresarios con educación primaria. Esta diferencia en la probabilidad puede atribuirse a varios factores asociados a la educación, como la capacidad de análisis, la toma de decisiones informadas, el dominio de herramientas y técnicas empresariales, y la comprensión de los aspectos legales y administrativos necesarios para el éxito empresarial.

La probabilidad predicha a partir del modelo muestra que, dadas las características promedio de todas las variables explicativas o independientes, la probabilidad de crear una empresa consolidada en Neiva durante el periodo de estudios es del 52,84%. Esto implica que, casi la mitad de los empresarios tienen una probabilidad estimada de crear una empresa cancelada o liquidada, situación que genera cierta preocupación dado el gran nivel de incertidumbre al que están expuestos los empresarios que deciden emprender. Existen diversos factores que pueden influir en la probabilidad de crear una empresa cancelada, como la situación económica, la competencia en el mercado, la falta de recursos financieros o la falta de experiencia en la gestión empresarial. Estos factores pueden variar entre diferentes casos y contextos empresariales. Sin embargo, es importante tener en cuenta que estas probabilidades predichas se basan en los datos y las variables incluidas en el modelo, y que pueden existir otros factores o circunstancias no considerados que también influyen en la probabilidad real de crear una empresa consolidada.

Un aspecto relevante de los modelos Probit, es que permiten estimar probabilidades de acuerdo a las categorías propias de cada variable. Esto significa que es posible estimar las probabilidades de crear una empresa consolidada para cada nivel de estudios, estrato socioeconómico u otras categorías relevantes incluidas en el análisis. Al realizar estimaciones por categoría, se obtiene información detallada sobre cómo cada nivel de una variable influye en la probabilidad de éxito empresarial. Esto es especialmente útil para comparar el impacto y la

importancia relativa de diferentes variables y categorías en relación con la probabilidad de crear una empresa consolidada. En el cuadro 32, se muestran estas estimaciones, teniendo en cuenta el conjunto total de variables independientes agregadas al modelo.

Cuadro 32.

Probabilidades de crear una empresa consolidada según las categorías de las variables explicativas

Variable	Margin	Variable	Margin
Características individuales y familiares de los empresarios			
Mujer	48,60%***	Estrato socioeconómico	
Hombre	56,57%***	*Bajo (1 o 2)*	*45,47%****
Grupo de Edad		*Medio (3 o 4)*	*51,32%****
Joven: menor de 27	*33,09%****	*Alto (5 o 6)*	*78,91%****
Adulto: entre 27 y 29 años	*52,71%****	**Nivel educativo de los empresarios**	
Mayor de 60 años	*68,17%****	Nivel Educativo	
Casado	*55,24%****	*Primaria*	*34,76%***
Divorciado y viudo	*46,91%****	*Secundaria*	*40,76%****
Soltero	*50,61%****	*Técnico o tecnológico*	*44,95%****
Tiene parientes empresario de primer grado de consanguinidad	74,65%***	*Pregrado*	*63,51%****
No Tiene parientes empresario de primer grado de consanguinidad	48,08%***	*Especialización*	*55,04%****
Experiencia en emprendimiento		*Maestría*	*60,51%****
Si tenía plan de negocio	56,09%***	Tiene formación en emprendimiento	54,69%***
No tenía plan de negocio	50,09%***	No tiene formación en emprendimiento	50,50***
Si tenía socio cuando emprendió	54,46%***	**Características de la empresa**	
No tenía socio cuando emprendió	51,85%***	Financiación la empresa con recursos propios	58,35%***
		Financiación la empresa con créditos y/o apoyo externo	50,30%***
Decisión de emprender			
Innovo un nuevo producto o servicio	*54,80%****	Había intentado crear empresa antes sin éxito	
Identifico una idea de negocio	*60,58%****	*Nunca*	*46,42%****
Perdió o cambio de empleo	*46,09%****	*Si, una vez*	*61,97%****
		Si, más de una vez	*60,63%****

Note: * p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados indican que los hombres tienen una probabilidad ligeramente mayor de crear una empresa consolidada en comparación con las mujeres. Los hombres registran una probabilidad del 56,6%, mientras que las mujeres tienen una probabilidad del 48,6%. Esta

diferencia puede deberse a diversas razones, como diferencias en las oportunidades de acceso a recursos financieros, redes de contacto empresariales y factores culturales y sociales, como roles de género tradicionales que pueden limitar las oportunidades para las mujeres en el ámbito empresarial. Los tipos de emprendimientos que se desarrollan en la región, así como la estructura propia del tejido empresarial, también pueden influir en que los hombres tengan mayor probabilidad de crear una empresa consolidada.

En cuanto a la edad, los resultados muestran que los empresarios adultos, que se encuentran en el rango de edad entre 27 y 59 años, tienen una probabilidad más alta de crear una empresa consolidada, con un 52,71% de probabilidad. Por otro lado, los empresarios jóvenes presentan una probabilidad significativamente menor, con un 77% de probabilidad de crear una empresa cancelada en lugar de una empresa consolidada. Esto sugiere que la experiencia y la madurez empresarial adquirida con la edad pueden desempeñar un papel importante en la consolidación de las empresas.

Respecto al estado civil, los empresarios casados presentan las más altas probabilidades de crear una empresa consolidad, 55,24%, frente a los individuos divorciados o viudos quienes registran probabilidades por debajo del 50%. Los empresarios casados pueden tener una red de apoyo más sólida en términos de recursos financieros, emocionales y de conocimiento, lo que les brinda una base más sólida para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades en el proceso de consolidación empresarial. Además, el apoyo y la colaboración de la pareja puede tener un impacto positivo en la gestión y el crecimiento de la empresa. Por otro lado, los empresarios divorciados o viudos pueden enfrentar desafíos adicionales, como la falta de apoyo emocional o el manejo de responsabilidades personales adicionales, lo que podría afectar su capacidad para consolidar su empresa.

Los familiares empresarios juegan un rol fundamental en la consolidación de una empresa; los empresarios con familiares empresarios, tienen un 74,6% de probabilidad de crear

una empresa consolidada, mientras que aquellos que no tienen familiares empresarios registran una probabilidad del 48%. Como se indicó anteriormente, esta diferencia en la probabilidad de éxito empresarial entre aquellos con y sin familiares empresarios puede deberse a la transferencia de conocimientos y experiencias empresariales dentro de la familia, así como a la confianza y el respaldo emocional que pueden proporcionar los familiares empresarios.

Los resultados indican que las condiciones socioeconómicas son un aspecto relevante en la creación de una empresa consolidada. En particular, los empresarios que pertenecen a estratos socioeconómicos altos tienen una probabilidad más alta, del 78,9%, de crear una empresa consolidada en comparación con aquellos que pertenecen a estratos socioeconómicos bajos. Por otro lado, se observa que los empresarios de estratos socioeconómicos bajos presentan una mayor probabilidad de que sus empresas se cancelen o liquiden antes de los 3.5 años de creación. Estos hallazgos sugieren que los recursos financieros y las oportunidades económicas disponibles para los empresarios de estratos socioeconómicos altos pueden brindarles una ventaja significativa en términos de estabilidad financiera, acceso a redes de apoyo empresarial y capacidad para invertir en el crecimiento y la consolidación de sus empresas.

Como se indicó anteriormente, la educación es un aspecto fundamental en el proceso de consolidación empresarial, y es mayor la importancia a medida que aumentan los niveles educativos. Los empresarios con estudios de pregrado o licenciatura tienen una probabilidad del 63,5% de crear una empresa consolidada, mientras que aquellos con educación primaria presentan una probabilidad del 34,7%. De hecho, los empresarios con pregrado tienen mayor probabilidad de crear una empresa consolidad que los empresarios con estudios de posgrado; diferentes factores pueden explicar esta situación, por ejemplo, los empresarios con estudios de pregrado pueden haber adquirido habilidades y conocimientos prácticos específicos durante su formación que les permiten enfrentar los desafíos empresariales de manera más efectiva. Los

empresarios con estudios de posgrado pueden haberse especializado en áreas específicas que no necesariamente se relacionan directamente con la creación y consolidación de empresas. Además, los programas de posgrado pueden enfocarse más en la investigación académica o el desarrollo de habilidades técnicas en lugar de habilidades empresariales prácticas.

Las diferencias en la probabilidad entre quienes fracasaron previamente en la creación de una empresa y quien emprendían por primera vez, es aproximadamente del 15%. Esta diferencia en la probabilidad de éxito entre los empresarios que han fracasado previamente y aquellos que emprenden por primera vez destaca la importancia del aprendizaje a partir de la experiencia y sugiere que el fracaso puede servir como un catalizador para el crecimiento y la consolidación empresarial.

Tanto en los empresarios que identificaron ideas de negocios, como los que innovaron en la generación de un nuevo servicio o producto, presentaron mayores probabilidades de crear una empresa consolidada; esto sugiere que la capacidad de identificar oportunidades de negocio y de generar propuestas innovadoras puede ser un factor determinante en el éxito empresarial. Por otro lado, quienes emprendieron porque se quedaron sin empleo o lo perdieron, presenta mayores probabilidades de que sus empresas se cancelen antes de que cumplan 3.5 años de vida; esto puede deberse a que la falta de una idea de negocio clara o una motivación emprendedora sólida puede influir en la viabilidad y sostenibilidad de la empresa a largo plazo.

En términos generales, estos hallazgos resaltan la importancia de la creatividad, la capacidad de identificar oportunidades y la innovación como elementos clave en el proceso de consolidación empresarial. También indican que el emprendimiento por necesidad o como respuesta a una situación de desempleo puede llevar a resultados menos exitosos en comparación con aquellos basados en ideas de negocios y enfoques innovadores.

8. Conclusiones

El tejido empresarial de la ciudad de Neiva está representado en su mayoría por las micro y pequeñas empresas, las cuales generan cantidades limitadas de empleo en comparación con empresas de otros tamaños.

El comercio es la actividad económica dominante en el tejido empresarial de la ciudad, representando más del 40% del total de empresas consolidadas y canceladas, durante el período de estudio.

El parentesco familiar de los empresarios puede influir en la consolidación y cancelación de empresas. En las empresas consolidadas, se observa que el 26,32% de ellas tienen a un padre empresario, lo que indica una influencia positiva del parentesco familiar en la consolidación empresarial. En contraste, en las empresas canceladas, solo el 7,56% tienen a un padre involucrado. Esto sugiere que el parentesco familiar puede desempeñar un papel en la consolidación y cancelación de empresas. Esta influencia se debe en gran medida al acceso a una red de conocimientos y experiencias previas en el ámbito empresarial que los familiares empresarios pueden proporcionar. Estos conocimientos prácticos, consejos y lecciones aprendidas son valiosos para lograr el éxito empresarial.

También el estrato socioeconómico juega un papel significativo en la consolidación y cancelación de empresas. En las empresas consolidadas, el 40,60% pertenece a los estratos 3 o 4, lo que indica una proporción considerable de empresas exitosas en los estratos socioeconómicos medios. Por otro lado, en las empresas canceladas, el 58,82% pertenece a los estratos 1 o 2, lo que indica una proporción mucho mayor en comparación con las empresas consolidadas. Estos datos sugieren que los empresarios de los estratos socioeconómicos más bajos (1 o 2) tienen una mayor propensión a cancelar sus empresas, de ahí la necesidad de focalizar las iniciativas de fortalecimiento empresarial hacia la población de bajos recursos económicos, ya que esta es una forma efectiva de fomentar la inclusión económica y social.

La educación superior es un factor significativo en el éxito empresarial y la consolidación de empresas. El 73,69% de los empresarios que han logrado consolidar sus empresas tienen estudios de educación superior, lo que demuestra que contar con una formación académica avanzada está relacionado con un mayor éxito en la consolidación de negocios. En contraste, entre las empresas canceladas, el 42,86% de los empresarios también posee estudios de educación superior, aunque este porcentaje es inferior al de las empresas consolidadas. En la actualidad, promover la educación superior en adultos es más sencillo gracias a la adaptación de la educación a sus responsabilidades. Se ofrecen opciones de horarios flexibles, como clases nocturnas o los fines de semana, y se proporcionan oportunidades de aprendizaje en línea para aquellos con limitaciones de tiempo o geográficas. La tecnología educativa desempeña un papel fundamental en estos programas, con el uso de plataformas de aprendizaje en línea, recursos digitales interactivos y herramientas de colaboración virtual.

La decisión de convertirse en empresario puede tener diversas motivaciones. Tanto en las empresas consolidadas como en las canceladas, las principales razones para emprender es la identificación de una oportunidad de negocio y porque innovaron en algún producto o servicio, los empresarios mencionaron haber reconocido una oportunidad en el mercado y haber decidido aprovecharla. Esto demuestra que la capacidad de identificar oportunidades e innovar son factores clavea en la decisión de emprender, teniendo en cuenta que aquellos que innovaron en algún producto o servicio sus empresas se consolidaron a través del tiempo.

El 49,62% de las empresas consolidadas informaron haber tenido experiencias previas de creación de empresas sin éxito. Por otro lado, el 34,45% de las empresas canceladas también mencionaron haber experimentado al menos una vez la creación de empresas sin éxito. Estos datos revelan que un número significativo de empresarios consolidados ha enfrentado desafíos previos en la creación de empresas, lo cual puede haberles proporcionado valiosos aprendizajes y contribuido a su éxito en la consolidación de sus negocios actuales. Las experiencias anteriores

de creación de empresas sin éxito ofrecen la oportunidad de desarrollar habilidades empresariales fundamentales. Los empresarios pueden adquirir conocimientos prácticos, habilidades de gestión y una comprensión más profunda de los desafíos y riesgos involucrados en el establecimiento y manejo de un negocio. Además, estas experiencias les permiten establecer relaciones con posibles socios, inversores y mentores que pueden brindar apoyo y orientación en futuros emprendimientos.

Según los empresarios de empresas consolidadas y canceladas, la principal barrera para iniciar y desarrollar un negocio es la limitación de recursos económicos. Esto indica que la falta de capital y financiamiento adecuado es un desafío significativo para los emprendedores en la ciudad. Para mitigar esta situación, las empresas pueden explorar alianzas estratégicas con otras compañías para complementar sus productos o servicios. Estas alianzas permiten reducir los costos de marketing, aumentar la base de clientes y expandirse sin necesidad de grandes inversiones. Ahora bien, los empresarios que utilizaron recursos propios para financiar sus empresas presentaron mayores probabilidades de crear una empresa consolidada.

9. Futuras líneas de investigación

Diferentes investigaciones han mostrado que la consolidación empresarial depende de una serie de factores que van desde la habilidad y experiencia del emprendedor hasta las condiciones económicas y competitivas del mercado en el que se desenvuelve. Factores como la planificación estratégica, la gestión financiera efectiva, la innovación y adaptabilidad, el conocimiento del mercado y clientes, las redes y alianzas estratégicas, la cultura empresarial, entre otros, deben ser estudiados y abordados para poder establecer un análisis más completo de las razones por las algunas empresas se consolidan y otras se cancelan. En este estudio, se realizó un análisis descriptivo y econométrico de las principales características personales y familiares que incluyen en la probabilidad de crear una empresa, es decir, no se tuvo en cuenta las particularidades propias de cada negocio, ni el sector empresarial, de ahí la importancia de tener en cuenta estos factores en futuras investigaciones sobre el tema.

Estudios posteriores pueden profundizar en las particularidades de diferentes sectores empresariales y analizar cómo las características personales y familiares interactúan con estas variables específicas. Esta perspectiva más detallada permitirá obtener una comprensión más completa de los factores que impulsan o inhiben el emprendimiento y la creación de empresas en contextos específicos, lo que, a su vez, podría llevar a estrategias y políticas más efectivas para fomentar el espíritu emprendedor en diferentes industrias y regiones.

Existen diversas oportunidades de investigación adicionales. Esto incluye la posibilidad de llevar a cabo estudios sectoriales específicos no solamente en Neiva, sino en otros territorios, abarcando áreas como agricultura, manufactura, tecnología y servicios, con el objetivo de identificar las características y factores clave que influyen en la creación y consolidación de empresas en cada uno de estos ámbitos.

Además, se puede realizar una comparación de los resultados obtenidos en Neiva con los de otras ciudades o regiones en Colombia o países similares, con el propósito de determinar

si existen diferencias significativas en los factores que impulsan el emprendimiento y la consolidación empresarial en diversas ubicaciones geográficas.

Explorar el impacto de las políticas gubernamentales, tanto a nivel local, regional como nacional, en la creación y consolidación de empresas también es un área de investigación relevante. Esto puede abarcar el análisis de incentivos fiscales, programas de apoyo al emprendimiento y regulaciones comerciales.

En un contexto más actual, la pandemia de SARS-CoV-2 brinda una oportunidad para examinar cómo eventos significativos, como crisis económicas, pandemias y otros factores externos, han influido en el emprendimiento y la consolidación empresarial.

Todas estas líneas de investigación contribuirían a obtener una comprensión más completa y detallada de los factores que impulsan el emprendimiento y el crecimiento empresarial.

Referencias bibliográficas

Alburquerque, F. (1997). *Metodología para el desarrollo económico local*. Fundación de los Andes.

Acs, Z. J., & Audretsch, D. B. (1991). R&D, firm size and innovative activity. *Innovation and technological change: An international comparison*, *98*(2), 451-456.

Audretsch, D. B., and Acs, Z. J. (1994). New-firm startups, technology, and macroeconomic fluctuations. *Small Business Economics*, *6(*6), 439-449. https://doi.org/10.1007/BF01064858

Audretsch, D. B. (1995). *Innovation and industry evolution*. MIT press.

Cámara de Comercio de Bogotá, (2018). *Causas de liquidación de empresas, https://bibliotecadigital.ccb.org.co/items/2bd2a11e-4fd3-49f1-9086-02a96a7b7287*.

Blaug, M. (1998). *Economic theory in retrospect. Cambridge*: University Press.

Burachik, G. (2000). Cambio tecnológico y dinámica industrial en América Latina. *Revista de la CEPAL*, *71,* 85 -104. https://hdl.handle.net/11362/12212.

Cámara de Comercio del Huila. (2021). *Dinámica Empresarial II trimestre 2021*. https://cchuila.org/wp-content/uploads/2021/08/Din%C3%A1mica-empresarial-II-Trimestre-2021.pdf

Cámara de Comercio del Huila. (2022). *Informe Mercado Laboral del Hula 2021*. https://www.cchuila.org/wp-content/uploads/Informe-Mercado-Laboral-Huila-2021.pdf

Cámara de Comercio del Huila. (2023). *Estudio económico empresarial 2022*. https://www.cchuila.org/wp-content/uploads/Informe-Economico-Empresarial-2022.pdf

Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio. (2022). *Manual de demografía empresarial ajustado a Colombia*. https://confecamaras.org.co/analisis-economico.

Connelly, J., Philbrick, J., Smith, G., Kaiser, D., & Wymer, A. (1989). Health perceptions of primary care patients and the influence on health care utilization. *Supplement to Medical Care*, *27,* 99-109. https://doi.org/10.1097/00005650-198903001-00009.

Casson, M. (1991). The Economics *of Business Culture: Game Theory, Transaction Costs and Economic Performance.* Oxford: Oxford University Press.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2020). *Sectores y empresas frente al COVID-19:* emergencia y reactivación. https://www.cepal.org/es/publicaciones/45734-sectores-empresas-frente-al-covid-19-emergencia-reactivacion.

Cerquera Losada, O. H. (2012). Creación de empresa como estrategia de desarrollo y crecimiento económico para el departamento del Huila. *Entornos, 3*(25), 65-90. https://doi.org/10.25054/01247905.428.

Consejo privado de Competitividad. (2021). *Índice Departamental de Competitividad 2020-2021.* https://compite.com.co/wp-content/uploads/2021/02/CPC_IDC_2020-libro-web.pdf.

Delgado Arias, J. A., & Ramírez-Ospina, D. E. (2022). Informalidad laboral en las ciudades capitales del eje cafetero: un análisis con modelos probabilísticos para el año 2019. *Semestre Económico*, *24*(57), 171-189. https://doi.org/10.22395/seec.v24n57a8.

Di Negara, P. Y. T. (2020). Growth of companies: Empirical study of the companies listed in developing economies. Journal of accounting Science, *4*(2), 1-10 https://doi.org/10.21070/jas.v4i2.677.

Drucker P. F. (1999). *The drucker foundation self-assessment tool*. Drucker Foundation.

Garofoli, G. (1995). *Industrializzazione diffusa in Lombardia: sviluppo territoriale e sistemi produttivi local*. F. Iuculano

González Domínguez, F.J. (2004). *Incidencia del marco institucional en la capacidad emprendedora de los jóvenes empresarios de Andalucía.* (Tesis Doctoral Inédita). Universidad de Sevilla.

Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2014). *Metodologia de la Investigación.* McGraw-Hill.

Banco Interamericano de Desarrollo. (2002). *Empresarialidad en Economías Emergentes: Creación y Desarrollo De Nuevas Empresas en América Latina y el Este de Asia*. https://publications.iadb.org/es/empresarialidad-en-economias-emergentes-creacion-y-desarrollo-de-nuevas-empresas-en-america-latina.

Kerlinger, F. (1983). *Investigación del comportamiento. Tecinas y metodologías*. Editorial Interamericana.

López, R. (2010). *Interpretación de datos estadísticos*. *Universidad de Managua*.

Banco Interamericano de Desarrollo. (2001). *Los Obstáculos al Desarrollo Empresarial y el Tamaño de las Firmas en América Latina.* https://publications.iadb.org/es/publicacion/13360/los-obstaculos-al-desarrollo-empresarial-y-el-tamano-de-las-firmas-en-america.

Benavides Espinosa, M., Sánchez García, M., & Luna Arocas, R. (2004). El proceso de aprendizaje para los emprendedores en la situación actual: un análisis cualitativo en el ámbito universitario. *Dirección y Organización, 0*(30), 30-48. doi:https://doi.org/10.37610/dyo.v0i30.122.

McClelland D. C. (1961). *The achieving society*. Van Nostrand.

Montoya, L. A., Fernández, L. H., Medina, R. P., Pacheco, G. V., & Muñoz, B. S. (2022). Creation of microenterprises and sociocultural factors. *Procedia Computer Science*, *203(2022)*, 549-553. https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.07.078.

Ramos, C. G., Campillo, A. M., & Gago, R. F. (2007). *Análisis de los factores determinantes de la creación de empresas: una evidencia empírica en Castilla y León.* (Decisiones basadas en el conocimiento y en el papel social de la empresa: XX Congreso anual de AEDEM*)*. Asociación Española de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM). https://portalcientifico.unileon.es/documentos/5f7bbd9129995246344c8ae1.

Naranjo, H. A. L., Ramírez, M. C. L., Ladino, O. O. M., & Buitrago, E. T. (2020). Determinantes del emprendimiento empresarial en Colombia: Una mirada desde el mercado informal. *Palermo Business Review*, (21), 169-183. https://www.palermo.edu/negocios/cbrs/pdf/pbr21/PBR_21_08.pdf.

Ley 1014 del 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento (26 de enero de 2006). https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf.

Long, J., & Freese, J. (2001). *Regression Models for Categorical Dependent Variables Using Stata*.Stata Press.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2003): *Entrepreneurship and Local Economic Development. Programme and Policy Recommendations.* https://www.oecd.org/cfe/leed/entrepreneurshipandlocaleconomicdevelopmentprogrammeandpolicyrecommendations.htm.

Pece, A. M., Simona, O. E. O., & Salisteanu, F. (2015). Innovation and economic growth: An empirical analysis for CEE countries. *Procedia Economics and Finance*, *26(*2015*)*, 461-467. https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00874-6.

Penrose, Edith. (2009). *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford University Press. https://books.google.com.ar/books?id=zCAUDAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.

Schumpeter, J. A. (1978). *Teoría del desenvolvimiento económico*. Fondo de Cultura Económica.

Shapero, A. (1982). Developing a high-tech complex through small company formations. *Survey of Business*, *18*(1), 16-20.

Van Stel, A., Storey, D. J., & Thurik, A. R. (2007). The effect of business regulations on nascent and young business entrepreneurship. *Small business economics*, *28*, 171-186. https://link.springer.com/article/10.1007/s11187-006-9014-1.

Valencia de Lara P y García Villaverde, P.M. (2009). Factores determinantes en la creación de una empresa: valores culturales, redes sociales y ayudas públicas. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa,15*(3), 105-121. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274120375006.

Villegas, R. V., & Varela, R. (2001). *Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas*. Pearson educación.

Vincett, P. S. (2010). The economic impacts of academic spin-off companies, and their implications for public policy. *Research Policy*, *39*(6), 736-747. https://doi.org/10.1016/j.respol.2010.02.001.

Zevallos Vallejos, E. G. (2003). Micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina. *Revista de la CEPAL.* (79). 53-70. https://hdl.handle.net/11362/10874.

.

ANEXO 1: Encuesta a empresarios de Neiva

FACTORES INDIVIDUALES QUE INFLUYEN EN LA CREACIÓN DE EMPRESA EN LA CIUDAD DE NEIVA

Descripción: Desde la Maestría en Alta Dirección de Empresa de la Universidad Abierta Interamericana de Argentina, se está desarrollando el estudio denominado “Factores Individuales que Influyen en la Creación de Empresa en la Ciudad de Neiva”, cuyo objetivo es establecer cuáles son los factores más importantes que determinan la creación y consolidación de una empresa en la ciudad de Neiva, desde una perspectiva socio-laboral, familiar y personal. Para poder desarrollar este estudio es necesario realizar una encuesta tanto a empresarios activos como a empresarios que ya cancelaron o liquidaron su empresa. Para esto, le solicitamos amablemente su apoyo en el diligenciamiento de la siguiente encuesta, de antemano, muchas gracias por su apoyo, y esperamos compartir con usted los resultados encontrados.

Nombre o razón social de la Empresa
_____

1. ¿Cuál es su Edad? _____

2. Estado civil
   a. Casado y/o Unión libre
   b. Soltero (a)
   c. Divorciado (a)
   d. Viudo (a)

3. ¿A qué nivel de estrato socioeconómico pertenece?
   a. 1 o 2
   b. 3 o 4
   c. 5 o 6

4. ¿Tiene familiares empresarios o emprendedores?
   a. Si b. No

4.1. En caso afirmativo ¿Qué parentesco tienen?
   a. Padre
   b. Madre
   c. Hermanos
   e. Tíos y primos
   f. Cónyuge o pareja
   g. ¿Otros? Cual:

5. ¿Cuál es el máximo nivel de educación alcanzado por usted?
   a. Ninguno
   b. Primaria
   c. Secundaria
   d. Técnico tecnológico
   f. Pregrado
   g. Especialización
   h. Maestría

i. Doctorado

5.1. Si cuenta con educación superior (educación técnica en adelante), ¿en qué área del conocimiento se clasifica?
   a. Licenciaturas en educación
   b. Ciencias de la salud
   c. Ciencias económicas y administrativas
   d. Ingeniería
   e. Ciencias Sociales
   f. ¿Otro? Cual:

6. ¿Cuándo inicio su actividad empresarial tenía socios?
   a. Si b. No

6.1. En caso afirmativo ¿Tiene algún tipo de parentesco?
   a. Padres, Hermanos y Abuelos
   b. Tíos, Primos
   c. Amigos y colegas
   d. ¿Otros? Cual:

7. ¿Porque tomo la decisión de ser empresario?
   a. Deseaba cambiar de trabajo
   b. Se quedó sin empleo
   c. Innovó algún producto o servicio
   d. Identificó una oportunidad de negocio
   e. Alguna otra razón, ¿cuál?

8. ¿Cuál es el principal obstáculo al iniciar una actividad empresarial? (puede seleccionar más de una opción)
   a. Limitación de recursos económicos
   b. Dificultad para generar una idea
   c. Falta de apoyo externo (ayudas del sector público y privado)
   d. Complejidad en los trámites de legalización
   e. Alta carga impositiva (impuestos)
   f. Competencia en el mercado
   g. Falta de demanda en los productos y/o servicios prestados
   h. ¿Otros? Cual:

9. ¿Poseía experiencia previa en el sector empresarial antes de establecer su propia empresa?
   a. Si b. No

9.1. En caso afirmativo ¿Cuánto tiempo?
   a. Menos de un año
   b. Entre 1 y 2 años
   c. Entre 3 y 5 años
   d. Más 5

10. ¿Previamente había intentado crear una empresa sin alcanzar éxito?
   a. Si, una vez
   b. Si, más de una vez
   c. No

11. ¿Posee algún nivel de formación en emprendimiento o creación de empresas?
   a. Si b. No

11.1. En caso afirmativo ¿Qué tipo de formación tiene en creación de empresa?
   a. Especializaciones
   b. Diplomados
   c. Cursos en instituciones públicas o privadas
   d. Técnicos o tecnologías
   e. Curso Técnicos en los estudios de primaria y secundaria
   f. Cursos en sus estudios de Educación Superior
   h. Otros

12. ¿Su empresa cuenta con un plan de negocios, en donde se establezca la planificación estratégica de la organización?
   a. Si b. No

13. ¿Financió su empresa con recursos?
    a. Propios
    b. Crédito en bancos comerciales
    d. Aporte de amigos
    e. Ayudas Públicas
    f. Ayudas Privadas
    g. Otro, Cual:

PREGUNTAS ADICIONALES A LAS EMPRESAS CANCELADAS.

1. ¿Cuáles fueron las razones por las que canceló o líquido su empresa? (puede seleccionar más de una opción)
a. Limitación de recursos económicos
b. Problemas de gestión y planificación
c. Falta de apoyo externo (ayudas del sector público y privado)
d. Complejidad en los trámites de legalización
e. Alta carga impositiva (impuestos)
f. Competencia en el mercado
g. Falta de demanda en los productos y/o servicios prestados
h. Cambios en el mercado
i. Falta de actualización
j. ¿Otros? Cual: