

Análisis de los factores de supervivencia de las pequeñas y medianas empresas del sector de
Las Lunas en San Juan de Pasto periodo 2017-2021.

Mario Fernando Bucheli Alvarado

Ayendy Champutiz Quetama

Especialización en Derecho Empresarial

Dirección de Posgrados

Universidad CESMAG

San Juan de Pasto

2022

Análisis de los factores de supervivencia de las pequeñas y medianas empresas del sector de
Las Lunas en San Juan de Pasto periodo 2017-2021.

Mario Fernando Bucheli Alvarado

Ayendy Champutiz Quetama

Propuesta de trabajo aplicado para optar por el título de
Especialista en Derecho Empresarial

Especialización en Derecho Empresarial

Dirección de Posgrados

Universidad CESMAG

San Juan de Pasto

2022

Tabla de contenido

Resumen Analítico de Estudio (RAE)	5
Introducción	9
1. Análisis de la situación problema	10
1.1 Descripción del problema de investigación	10
1.2 Formulación del problema de investigación	10
2. Objetivos	11
2.1 Objetivo general	11
2.2 Objetivos específicos.....	11
3. Justificación	12
4. Marco de referencia	13
4.1 Estado del arte	13
4.2 Marco teórico	16
5. Estrategias metodológicas.....	20
6. Presentación de resultados	21
6.1 Factores internos y externos que han favorecido la supervivencia de las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Pasto.....	23
6.2 Factores internos y externos que han conducido al fracaso de las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Pasto.....	31
6.3 Estrategias que ayudaron a la supervivencia de las pequeñas y medianas empresas del sector Las Lunas en la ciudad de Pasto.....	40
7. Análisis de resultados	44

Conclusiones	47
Recomendaciones	48
Referencias.....	49

Resumen Analítico de Estudio (RAE)

Programa: Especialización en Derecho Empresarial

Autor: Mario Fernando Bucheli Alvarado, Ayendy Champutiz Quetama

Título: Análisis de los factores de supervivencia de las pequeñas y medianas empresas del sector de Las Lunas en San Juan de Pasto periodo 2017-2021.

Fecha de elaboración del RAE: 07 de noviembre de 2022

Resumen

En la investigación se identificaron los factores primordiales para prevenir la disolución de las Pymes en la ciudad de Pasto. La propuesta se orientó al desarrollo de las pequeñas y medianas empresas de los diferentes sectores. La investigación se desarrolló en 6 capítulos, de la siguiente manera: en el capítulo primero se da a conocer el análisis de la situación problema donde se encuentra la descripción del problema y se formula la pregunta que orienta la investigación. En el segundo capítulo se plantean el objetivo general y específicos; en el tercer capítulo se da a conocer la justificación; en el cuarto se da a conocer el marco de referencia donde se da a conocer el estado del arte y el marco teórico que sustenta este estudio.

En el capítulo quinto se da a conocer las estrategias metodológicas para posteriormente realizar la presentación de resultados en el capítulo sexto donde se da a conocer los factores internos y externos que han favorecido la supervivencia de las empresas al igual que los que han conducido al fracaso, terminando con las estrategias que ayudaron a la supervivencia de las pequeñas y medianas empresas de la población en estudio.

En el capítulo 7 se realiza el análisis de los resultados para posteriormente elaborar las correspondientes conclusiones y recomendaciones del estudio para finalizar con las referencias bibliográficas.

Palabras clave: Factores de supervivencia, PYMES, COVID-19, fracaso. Factores internos, factores externos.

Lista de figuras

Figura 1. Cargo desempeñado.....	21
Figura 2. Tipo de empresa	21
Figura 3. Número de empleados de la empresa	22
Figura 4. La empresa estuvo en riesgo de finalización	22
Figura 5. Años de funcionamiento de la empresa	23
Figura 6. Conoce las nuevas formas de atención al cliente adoptadas por la empresa	25
Figura 7. Formas de comercialización adoptadas por la empresa para ventas en pandemia	25
Figura 8. Cómo se encuentra la capacidad operativa de la empresa	26
Figura 9. Efecto de los cambios laborales en los trabajadores.....	26
Figura 10. Cómo le parece las estrategias qué ha tomado la ferretería para incrementar las ventas en situación de pandemia.....	27
Figura 11. Cómo considera el cliente a la empresa.....	27
Figura 12. Tiempo de cliente de la empresa	28
Figura 13. La empresa ha adoptado Protocolos de bioseguridad para los empleados	29
Figura 14. La empresa está cumpliendo los respectivos protocolos de bioseguridad con los clientes.	29
Figura 15. Medidas tomadas por la empresa para evitar el contagio entre empleados	30
Figura 16. Factores que favorecen la supervivencia	31
Figura 17. Desafíos de la empresa a un largo plazo.....	31
Figura 18. Principal problema que presento la empresa en situación de pandemia.....	32
Figura 19. Cambios laborales implementados por la empresa para sus trabajadores durante la pandemia.	32
Figura 20. Efecto de los cambios laborales en los trabajadores.....	33
Figura 21. Impacto económico de la empresa en pandemia	33
Figura 22. Efectos negativos presentados en la empresa durante la pandemia.....	34
Figura 23. Tipo de artículos que compra en la empresa	34
Figura 24. Ha cambiado la política salarial de la empresa para sus empleados.....	35
Figura 25. Se pensó en cerrar la empresa en pandemia	35
Figura 26. Principal fuente de financiamiento para poner en marcha la empresa durante y después de la pandemia.....	36

Figura 27. La empresa cuenta con protocolos de bioseguridad establecidos para los trabajadores, en cuanto a la protección del virus COVID 19	37
Figura 28. Impacto en las ventas a raíz de las nuevas formas de comercialización.....	37
Figura 29. Efectos económicos considerables en la empresa a raíz de la pandemia.....	38
Figura 30. Tiempo de cliente de la empresa	38
Figura 31. Opinión sobre las estrategias que ha tomado la ferretería para incrementar las ventas en situación de pandemia.....	39
Figura 32. Estrategias implementadas en la empresa para contrarrestar los efectos de la pandemia	40
Figura 33. Estrategias tomadas por la empresa para incrementar las ventas	41
Figura 34. La empresa sigue presentando un buen servicio a sus clientes a pesar de la pandemia.	41
Figura 35. Medidas puestas en práctica para mantener la empresa	42
Figura 36. La empresa sigue presentando un buen servicio a sus clientes a pesar de la pandemia.	42

Lista de tablas

Tabla 1. Actividad económica de la empresa.....	24
Tabla 2. Factores internos y externos que pueden llevar al fracaso a las empresas.....	40

Introducción

En la investigación se identificaron los factores primordiales para prevenir la disolución de las Pymes en la ciudad de Pasto. La propuesta estuvo orientada al desarrollo de las pequeñas y medianas empresas de los diferentes sectores. Igualmente, se observó que la creación de empresas es numerosa y las organizaciones que sobreviven decrecen demasiado a diferencia de otras regiones avanzadas. De lo anterior se debe entender que en la ciudad de Pasto corresponde a la no innovación, que reduce la posibilidad de crecimiento de las pymes en la región y con ello el crecimiento económico de la ciudad. Así entonces, la presentación de este proyecto es importante porque el análisis de los factores de supervivencia de las pequeñas y mediana empresas de San Juan de Pasto contribuye al mejoramiento de la economía y rentabilidad de estos establecimientos.

A nivel metodológico la propuesta, se realizará bajo el paradigma socio-crítico con el cual se da respuesta a problemas específicos, que en este caso se pretende analizar los factores determinantes que han permitido que las empresas sigan funcionando a pesar de la crisis generada por la COVIC 19 durante el periodo 2020-2021. También se trabajará bajo el método socio critico lo que permite no solo comprender la realidad de una situación planteada que en este caso se trata de los fenómenos que inciden en el éxito o fracaso de las PYMES. Y en cuanto a técnicas e instrumentos de recolección se hará uso de la entrevista dirigida a los gerentes y observación componentes de riesgo en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Pasto, lo cual permitirá conocer los problemas que presentan que las lleva a la disolución.

1. Análisis de la situación problema

1.1 Descripción del problema de investigación

En la actualidad, existen varias empresas que han querido surgir en el campo del comercio y los negocios, pues, las necesidades de las personas aumentan cada día y precisamente, buscando satisfacer esas necesidades es que han buscado subsistir debido a que “la mayor dificultad que se presenta a estas empresas, es la competitividad que existe en una localidad determinada lo que hace que no generan estrategias para estar a la altura de los mercados, tienen pocas posibilidades de crecer o sobrevivir. (Gutierrez, 2020). Tanto es así que, en los últimos cinco años han ocurrido diversas situaciones en donde las empresas han surgido y caído de la misma forma por ello la actividad económica es la base fundamental para el mantenimiento de una empresa.

Para Garcia (2018) el problemas de las PYMES es la baja inversión tecnológica, las empresas no están utilizando o acoplándose a esta y por eso tienden desaparecer o disminuir sus utilidades. También, se ha encontrado que otro factor relevante es el manejo de las empresas, en donde las más afectadas son las PYMES, el mayor problema que enfrentan por estos días es la falta de liquidez, además de los abusos por parte de la banca del país para acceder a las ayudas brindadas por el Gobierno” (semana.com, 2022). y la falta de ayuda del gobierno, los créditos y préstamos informales han hecho que los empresarios tomen medidas desesperadas que los lleva a la quiebra.

1.2 Formulación del problema de investigación

¿Cuáles son los factores que han incidido en la supervivencia de las pequeñas y medianas empresas del sector Las Lunas en San Juan de Pasto 2020-2021

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Analizar los factores de supervivencia de las pequeñas y medianas empresas del sector Las Lunas en la ciudad de Pasto durante el periodo 2017-2021.

2.2 Objetivos específicos

- Identificar los factores internos y externos que han favorecido la supervivencia de las pequeñas y medianas empresas del sector Las Lunas en la ciudad de Pasto.
- Determinar los factores internos y externos que han conducido al fracaso de las pequeñas y medianas empresas del sector Las Lunas en la ciudad de Pasto.
- Formular estrategias que ayuden a la supervivencia de las pequeñas y medianas empresas del sector Las Lunas en la ciudad de Pasto.

3. Justificación

Realizar la investigación es de suma importancia ya que, mediante el análisis de los múltiples factores en las PYMES en la ciudad de Pasto, se precisará las causas que conlleva a su cierre y planear o estudiar estrategias llevadas a contribuir a la no disolución empresarial, esto tendrá una repercusión en las empresas que practiquen las mencionadas estrategias en esta investigación, ya que el punto más importante es favorecer a empresas (empresarios) de los diferentes sectores, sus empleados y respectivas familias.

Como importancia social se tiene en cuenta que las PYMES de todo el sector serán las favorecidas por el estudio, resaltando que son de gran relevancia por cumplir un rol fundamental ya que con su aporte dinamizan la economía y generan empleo.

En la búsqueda de un bien común en las Pymes de la ciudad, las estrategias que permitan acatar las oportunidades y fortalezas que estas o su entorno poseen, se logrará así un reporte cada vez menor de empresas disueltas por ciertas amenazas o debilidades y mejorar la calidad de los trabajadores y nuevas contrataciones de personal. Por lo anterior, la investigación es importante porque permite realizar estudios sobre la supervivencia de las empresas y así poder formular estrategias para evitar la disolución de empresas en Pasto.

4. Marco de referencia

4.1 Estado del arte

A nivel internacional se encuentra el estudio denominado “Reactivación de las pequeñas y medianas empresas en la nueva normalidad”, realizada en Venezuela en el año 2021, la cual tuvo como objetivo el de “determinar las estrategias de reactivación de las pequeñas y medianas industrias (Pymes) del sector autopartes del Estado Carabobo en la nueva normalidad, producto de la pandemia COVID-19” (Ibáñez, Castillo, & Mujica, 2021). Obteniéndose como resultado que a través de estrategias de reactivación y cambio de modelos de negocios y uso de las tecnologías se pueden mantener y luego fortalecer las empresas y así puedan mantenerse en el mercado y principalmente consolidarse. El aporte que hace este proyecto es que se le debe dar importancia a todas las formas de trabajo para tomarlas en algún momento como estrategias para el desarrollo empresarial y aplicarlas al contexto donde se encuentra la empresa o negocio.

Igualmente se encuentra el estudio “Factores que influyen en el desempeño de las PYMEs una perspectiva cualitativa de los empresarios costarricenses” realizada en el año 2019 en Costa Rica. En esta investigación se menciona que en Costa Rica nacen varias PYMES, pero que existen diferentes factores que determinan el éxito o fracaso de estas por tal motivo, el estudio tuvo como objetivo identificar las motivaciones para la creación de una PYME, los factores detonantes del cierre y los factores que impulsan el éxito” (De la O Cordero, Monge, 2019).

Con el anterior estudio se encontró que iniciar un negocio es un gran reto que requiere inversión y sacrificio a nivel financiero, porque se debe cumplir con las normas y lineamientos exigidos por los entes económicos y comerciales, pero también se necesita de constancia y perseverancia para llegar a tener el éxito esperado. El aporte de este estudio es que, para que una empresa prospere hay que ser perseverantes y sortear varios obstáculos que se presentan en todos

los niveles y por ello es necesario tener la capacidad para levantarse, aprender y seguir intentándolo hasta llegar a la meta. Y también que el mercado es cambiante al igual que las condiciones por eso, se debe estar preparado y tener muchas expectativas para que las PYMES se mantengan.

A nivel nacional se encuentra el estudio denominado “Nuevos desafíos de las pequeñas y medianas empresas en tiempos de pandemia” realizado por Adan, J. C., Munar, L. A., Romero, G., & Gordillo, A. en el año 2022 en la Universidad Militar Nueva Granada en la ciudad de Bogotá. Estudio que tuvo como objetivo el de, mostrar el panorama general de factores que incidieron en la economía de las pymes y presenta algunas soluciones para mantener su operación en tiempos de dificultades llegando a la conclusión de que, debido a la pandemia en las empresas se produjeron cambios significativos principalmente en los “la pandemia generada por la covid-19 produjo cambios significativos en la forma de adquirir los productos, así como en los métodos de fabricación y por su puesto en la forma de realizar el trabajo que tuvieron mucho impacto en las empresas para ello se pensó en la utilización de la nueva tecnología como nuevos modelos de negocios.

Igualmente, a nivel nacional se encuentra el estudio denominado “COVID-19 y microempresas: un estudio exploratorio en Bogotá-Colombia”. En este estudio se menciona que crisis como la pandemia del COVID-19 obliga a buscar alternativas de supervivencia principalmente para las MYPIMES. el objetivo de la presente investigación es “indagar cómo un grupo de microempresas del sector industrial afrontaron los desafíos de la COVID-19” (Villa & Perdomo, 2022). En los resultados se mostró cómo el COVID-19 fue un factor que pudo acabar con las empresas, pero también se evidenció que las personas buscaron estrategias para sobrevivir, que utilizando los medios tecnológicos se podía cambiar los modelos de negocios para poder continuar. El aporte de este estudio es que sugiere que los directores de las empresas deben estar

preparados y tener la capacidad para trazar estrategias que estén de acuerdo con el riesgo o la crisis que se les presente. Es decir, deben ser profesionales o tener estudios referentes a la economía y finanzas.

También se encuentra el trabajo titulado “Las pymes en Colombia y las barreras para su desarrollo y perdurabilidad”, cuyo objetivo fue el de “Identificar las principales barreras para el desarrollo de las Pymes en Colombia y su perdurabilidad en el tiempo” (Quintero, 2018, p.27) concluyéndose que las Pymes deben dejar de ver a la innovación como un gasto para sus organizaciones, por el contrario, debe ser visto como inversión, que traerá a sus organizaciones beneficios traducidos en productividad y rentabilidad, y se llegará al punto donde la innovación en las Pymes será una necesidad para poder permanecer y competir en el mercado. Todas las organizaciones son un universo independiente, es decir que los factores no influyen del mismo modo en ellas, el sector, el tamaño, entre otros entran a hacer parte de los factores particulares de cada una de las organizaciones.

Por otro lado, el estudio denominado “Determinantes de la supervivencia de microempresas en Bogotá: un análisis con modelos de duración” realizado con el objetivo de “estimar la tasa de supervivencia de microempresas en Bogotá e identificar sus principales determinantes financieros” (Santana, 2017). Para ello se hace análisis de tres puntos importantes que son: la probabilidad de supervivencia empresarial e impacto, factores determinantes de la supervivencia y la probabilidad de comenzar a exportar de las empresas en Colombia.

De este estudio se obtuvo como resultado que “La probabilidad de supervivencia de las empresas en Colombia es del 77.6% en el primer año, 54.3% en el quinto año y desciende al 40.5% al décimo año. Es decir, 2 de cada 5 empresas prevalecerán pasados 10 años” (p.44). Además, que las empresas dedicadas a la construcción y comercio al por mayor y al detal tienen una tasa de

supervivencia del 1.5 a 10 años. Por tanto, el aporte de esta a la propuesta es que las PYMES tienen que estar continuamente planeando estrategias para que puedan ir eludiendo las crisis y minimizando riesgos para que puedan consolidarse y sobrevivir más de los 10 años.

A nivel local el trabajo “Mujer emprendedora en la ciudad de San Juan Pasto: estudio sobre dificultades y factores de éxito a nivel empresarial” cuyo objetivo de “Elaborar un estudio sobre las dificultades y factores de éxito empresarial desde un enfoque de género en la ciudad de San Juan de Pasto, que aporte al desarrollo del emprendimiento femenino” (Pantoja, 2017, p.87), el estudio concluye en que las empresas de San Juan de Pasto demandan que se realice de manera eficaz transferencia de conocimientos sobre temas administrativos, de gerencia, de productividad y competitividad para que las empresarias no tengan problemas a momento que decidan crear su propia empresa ya que uno de los factores que incide en el fracaso de estas es precisamente el desconocimiento administrativo y el otro es, en este caso la falta de oportunidades para el emprendimiento de la mujer.

4.2 Marco teórico

La Pymes reúne a las pequeñas y medianas empresas las cuales “poseen entre 1 y 250 empleados, aunque esto puede variar también según su nivel de facturación” (Enciclopedia económica, 2018, parr.2), se trata de pequeños negocios que se han generado por emprendimiento de sus fundadores y que cada día van logrando éxito. Dentro de la clasificación de las Pymes se encuentra la Microempresa, la cual se trata de pequeños negocios que “por lo general pertenecen a una sola persona, su producción es artesanal y su inversión es relativamente pequeña” (Westreicher, 2018, p. 15), posee una planta de personal oscila entre 1 y 10 trabajadores. Tipo de empresa que se encuentran dentro de este estudio ya que, en el sector de las Lunas de la ciudad de

Pasto, son varios los negocios que poseen esta característica y que han creado por iniciativa de sus propietarios, con una inversión de capital y que hoy en día han ido creciendo y se han ido constituyendo en pequeñas y medianas empresas que poco a poco van teniendo reconocimiento en esta ciudad.

Las pequeñas empresas, son aquellas que “poseen una planta de personal entre 10 y 50 cincuenta trabajadores y tiene activos totales que no sobrepasan los cinco mil Salarios Mínimos Mensuales legales Vigentes—smmlv. Además, poseen una estructura patrimonial, administrativa y financiera mayor que las microempresas. (Ceceres, 2014, p.245). y para constituirse como tal, han tenido que pasar por varios procesos y enfrentarse a varias situaciones a las cuales les han podido hacer frente, logrando subsistir en el medio empresarial como por ejemplo el modelo de "Resiliencia tecnológica" de las PYMES que “les permita a las pequeñas y medianas empresas (Pymes) hacer frente a las adversidades provocadas por las transformaciones de las tecnologías de información y comunicación (TIC)” (García, y otros, 2017), porque es importante también, si se tienen que enfrentar a circunstancias adversas, tratar de innovar para mitigar los riesgos que estas puedan tener para las empresas.

Por otro lado, las medianas empresas, son aquellas que “poseen una estructura patrimonial, administrativa y financiera mayor que las pequeñas empresas. Generalmente se clasifica como este tipo de empresa cuando llega a poseer entre 50 y 250 trabajadores, y un balance de negocios mayor al anterior” (Westreicher, 2018, p.16). En el entorno de este estudio, son muy pocas las empresas que se catalogan como medianas, pues en el sector en estudio en su mayoría son micro y pequeñas empresas.

Estrategias de Supervivencia empresarial.

En cuanto a la supervivencia de las empresas se puede decir que esta depende del conocimiento que tengan quienes laboran en ella y de los cambios en las estrategias de negocios las cuales son claves para el desarrollo económico. Dentro de estas estrategias en la actualidad y muy importante es la resiliencia empresarial la cual según Caltabiano (2021) se trata de la capacidad para adaptarse ante los impactos negativos y continuar brindando un óptimo nivel de servicio. Lo anterior es importante porque las empresas deben tener las estrategias necesarias para enfrentar las situaciones a las que se ven enfrentadas de un momento a otro.

Así mismo, según García y Molina (2022) manifiesta que “la resiliencia en las MIPYMES está directamente relacionada con las estrategias administrativas (gestión y operación, estrategia de Marketing, financiamiento) utilizadas durante el periodo de la pandemia COVID-19). Por tanto, las empresas deben enfocarse en las estrategias de sobrevivencia para cuando situaciones adversas se presenten y de esta manera estar preparadas para salir adelante y que no solo depende de su funcionamiento sino del tipo de empresa, de sus características y de los mecanismos y medios que se puedan utilizar.

Entonces, la supervivencia, es parte importante para el desarrollo de la economía de un país; pero eso también cuenta el desempeño que estos negocios tengan y de las particularidades de su entorno donde se encuentran. Es decir, que para que una empresa pueda sobrevivir a situaciones como la que se presentó con el COVID_19, estas deberían estar bien organizadas y tener buenas estrategias para lograr superar las crisis que se les presente. Dentro de estos factores de supervivencia se encuentran: los factores externos o factores que dependen del entorno y los factores internos que son los que se encuentran en el interior de las empresas.

- **El producto.** el producto debe estar permanentemente cambiando su presentación, empaque, variedad y manejar la estrategia de producto.
- **El mercado.** el mercado es el lugar donde actúan las fuerzas de oferta y la demanda de bienes y servicios a través de transacciones de productos y precios para la satisfacción de las necesidades de las personas, hogares y empresas.
- **La tecnología.** Esta juega un papel importante en los servicios, y en todos los elementos que lo conforma el entorno empresarial.
- **La competencia.** Se refiere a las necesidades de los clientes antes que otra empresa les ofrezca mejores ofertas y servicios dentro del mismo mercado.
- **El capital.** La falta de capital de trabajo o la subcapitalización puede ser una amenaza ya que la empresa no podría producir lo suficiente para satisfacer la demanda,
- **El personal.** Factor clave e importante para el éxito de las empresas, porque es el quien se encarga de que la empresa produzca.

Para que una empresa pueda supervivir en necesario trazar estrategias de supervivencia que son medidas que se toman para solucionar los problemas que se presenten en las empresas por causa de diferentes factores que pueden estar a nivel interno y externo de la empresa. La supervivencia dentro de un mercado es “cada vez más complicada para los pequeños comercios los cuales se ven afectados por la crisis. Además, tienen que hacer frente a la presión de las grandes superficies y al auge del comercio electrónico” (Pannata., 2018, parr.1). Dichas estrategias tienen que estar dirigidas para la promoción del producto (marketing), las ventas, y para el posicionamiento de la empresa en el entorno.

5. Estrategias metodológicas

La investigación se enmarca en un paradigma socio-crítico el cual, según Alvarado & García (2008) adopta la idea de que la teoría crítica, es una ciencia social no empírica ni interpretativa cuyo objetivo es el de promover la transformación social, para dar respuesta a problemas específicos de las comunidades con la participación de sus miembros. Y que en este caso se trata de analizar los factores determinantes que han permitido que las empresas sigan funcionando a pesar de la crisis generada por la COVID 19 durante el periodo 2020-2021. Igualmente, se trabajó bajo el enfoque crítico social, el cual según Cesar & Arteaga (2015) se profundiza en las problemáticas de las comunidades. En este caso se quiere conocer y analizar los factores determinantes que les permitieron a las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Pasto en el periodo 2020-2021 sobrevivir a pesar de la crisis generada por la COVID 19.

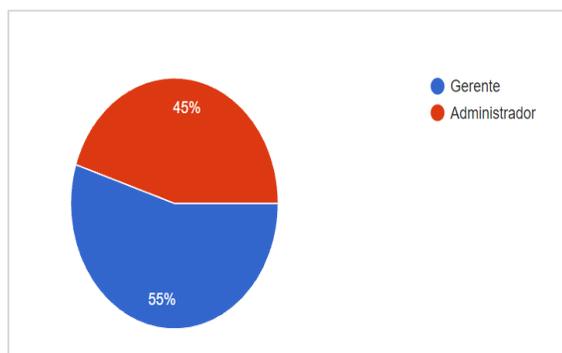
En cuanto a las Técnicas e instrumentos se utilizó la observación no participante la cual consiste en “una observación realizada por los investigadores que no tienen intervención alguna dentro de los hechos” (Campos, Covarrubias, & Lule, 2012). Además, entrevistas abiertas dirigidas a los gerentes o administradores de las empresas del sector para conocer desde su experiencia que estrategias se utilizaron para que las empresas pudieran sobrevivir, y por último la revisión documental que es la que permite “detectar, consultar y obtener la bibliografía (referencias) y otros materiales que sean útiles para los propósitos del estudio, de donde se tiene que extraer y recopilar la información relevante y necesaria para enmarcar nuestro problema de investigación” (Hernández, Fernández, Baptista, 2014, p. 61), como instrumentos se utilizó el cuestionario con preguntas abiertas y cerradas con las cuales se podrá dar respuesta a los objetivos propuestos en la investigación.

6. Presentación de resultados

Antes de iniciar con el análisis de los resultados relacionados con los objetivos, se expondrán algunos datos importantes de las empresas y de los encuestados:

Figura 1.

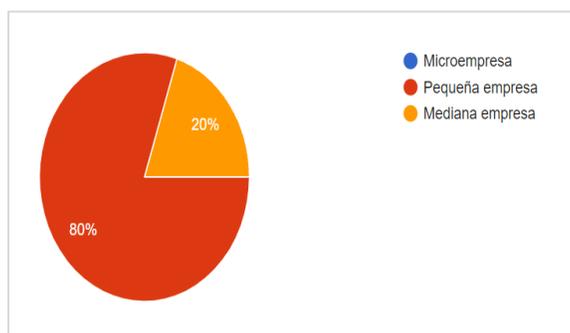
Cargo desempeñado



Según los resultados, el 45% desempeñan el cargo de administradores y el 55% son gerentes en las empresas. Para la recolección de información es importante conocer los datos directamente de las personas que tienen que ver con el manejo de la empresa como es el gerente y administradores, trabajadores y clientes de la empresa.

Figura 2.

Tipo de empresa

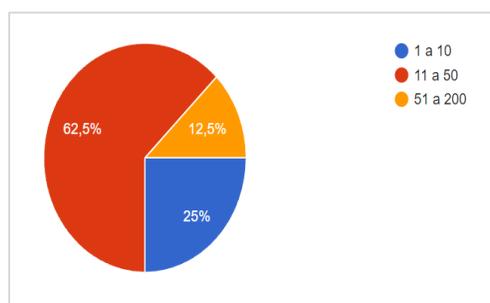


Según los resultados, el 80% se consideran pequeñas empresas, mientras el otro 20% son medianas. En la figura se muestra que la mayoría de la población se clasifica como pequeñas y

medianas empresas. Esta clasificación es un factor que puede llevar al fracaso porque estas “han sido una de las partes del tejido empresarial que más se han visto afectadas por la crisis sanitaria y muchas de ellas ven en riesgo su supervivencia” (El periodico de Cataluña, 2020), pero en Colombia no solo ha sido la pandemia, sino por otros fenómenos (paros, fenómenos naturales, incendios, robos) y que incide notablemente en la economía de las empresas.

Figura 3.

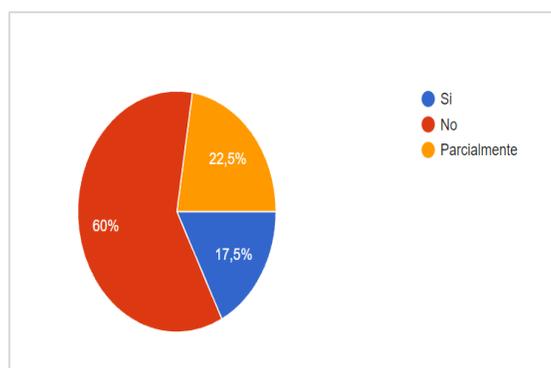
Número de empleados de la empresa



El 62.5% de las empresas posee de entre 11 a 50 empleados, el 25% de las empresas posee entre 1 a 10 empleados y un 12.5% tiene más de 50 empleados. El número de empleados, tamaño y naturaleza determinan si se trata de una pequeña o mediana empresa. Por tanto, los resultados muestran que las empresas encuestadas están clasificadas dentro de las PYMES.

Figura 4.

La empresa estuvo en riesgo de finalización



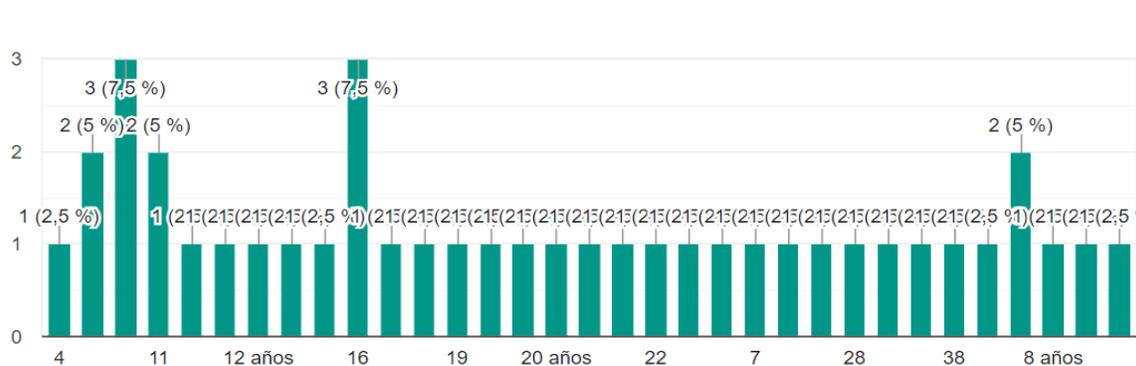
Según los resultados, el 60% no estuvo en riesgo durante la pandemia, un 9% lo estuvo parcialmente y el 7% estuvo totalmente en riesgo porque son empresas pequeñas y con menor

tiempo en el mercado, hecho por el cual no contaban con el capital para sufragar los gastos de personal y para la compra de insumos para la venta.

6.1 Factores internos y externos que han favorecido la supervivencia de las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Pasto

Figura 5.

Años de funcionamiento de la empresa



Los resultados muestran que entre las empresas existen 3 que llevan dentro del mercado entre 36 y 40 años, 2 de 30 a 35 años, de 26 a 28 años 3 empresas, de 20 a 25 años 9 empresas, de 16 a 19 años hay 9, de 11 a 15 años están 4, de 8 a 10 años existen 7, de 5 a 7 años 2 y 1 a 4 años dos empresas. Es importante reconocer que las de más trayectoria llevan entre 30 y 40 años en el mercado. Y la de menor tiempo en el mercado son 4 empresas que llevan entre 1 y 4 años. Lo anterior quiere decir que un factor de supervivencia de las empresas importante es la trayectoria que tienen estas en el mercado.

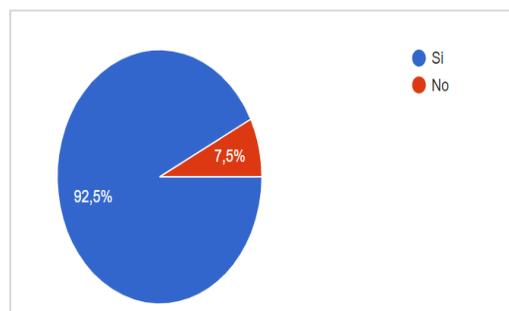
Tabla 1.*Actividad económica de la empresa*

Actividad económica	Porcentaje
Compra y venta de materiales para la construcción	15%
compra y venta de materiales de ferretería	15%
Venta de productos solo de construcción	10%
Venta de productos para acabado	10%
Venta de productos de ferretería, construcción y utensilios para el hogar	5%
Venta de productos para la remodelación	7.5%
Venta de pinturas, acabados y utensilios de ferretería	10%
Venta de productos exclusivos para remodelación	10%
Venta de productos varios, utensilios para ferretería y materiales para la construcción	7.5%
Venta de materiales y repuestos eléctricos para la construcción	7.5%
Venta de utensilios para la construcción, hogar y actividades agrícolas (plásticos, canecas plásticas, regaderas, pita)	1.5%

Según los resultados encontrados, el 15% de las empresas se dedican a la compra y venta de materiales para la construcción, el 15% al comercio de materiales de ferretería, un 10% solo venta de productos de construcción, el 10% vende productos de acabados, otro 5% vende productos variados para la construcción y ferretería, un 10% productos para la remodelación, 7.5% comercialización de pinturas, acabados y utensilios de ferretería, 15% vende productos para la remodelación, y agricultura; 7.5% venden materiales y repuestos eléctricos, un 10% venden materiales para acabados. Un 17.5% comercializa materiales y equipos para la construcción exclusivamente y solo un 5% comercializan maquinaria y equipos para la construcción y son consideradas las de mayor trayectoria, un 1.5% se dedica a la venta de utensilios para la construcción, hogar y actividades agrícolas.

Figura 6.

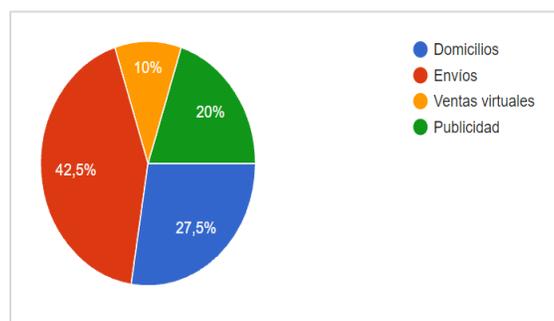
Conoce las nuevas formas de atención al cliente adoptadas por la empresa



Para las empresas es importante mantener a sus clientes satisfechos porque “Cualquier cliente es merecedor de un trato cordial, atento y servicial por parte de la empresa” (IFB Blog, 2019), por ello es necesario planificar detalladamente aquellas tareas que puedan satisfacer a los clientes.

Figura 7.

Formas de comercialización adoptadas por la empresa para ventas en pandemia

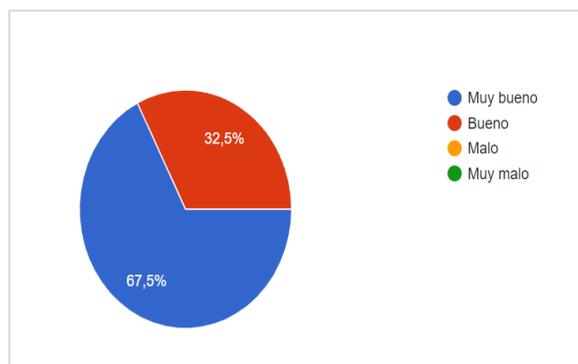


Las ferreterías de Pasto debido a la pandemia se vieron en la necesidad de realizar cambios así: el 42.5% envíos de las mercancías, el 27% implementó el servicio a domicilio, un 20% incrementaron la publicidad, y el 10% se opta por las ventas virtuales o ventas en línea. Lo anterior reafirma que para lograr cambios y obtener buenos resultados es muy importante reinventarse para

que las empresas puedan seguir adelante y no fracasar porque estos cambios favorecen a las empresas.

Figura 8.

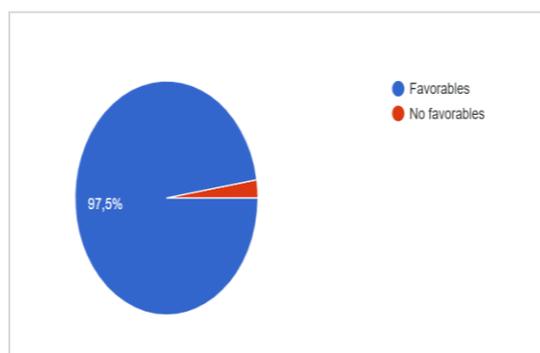
Cómo se encuentra la capacidad operativa de la empresa



Los resultados muestran que el 67.5% la capacidad operativa de la empresa es muy buena a pesar de la pandemia, y el 22.5% es buena. Esto quiere decir que las empresas han estado bien consolidadas en el mercado por ello se considera que, el efecto no fue muy representativo teniendo en cuenta que se trata de pequeñas y medianas empresas.

Figura 9.

Efecto de los cambios laborales en los trabajadores

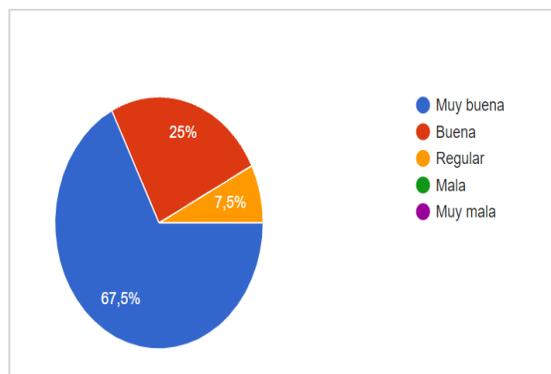


En las empresas se realizaron cambios a nivel laboral para los trabajadores, pero se tiene que analizar si dichos cambios fueron positivos y negativos obteniéndose que 97.5% manifiesta que fueron favorables para los trabajadores y el 2.5% dicen que dichos cambios fueron desfavorables

debido a que tuvieron que hacer cambios laborales y desarrollar actividades desde casa, y que era necesario primero de una capacitación.

Figura 10.

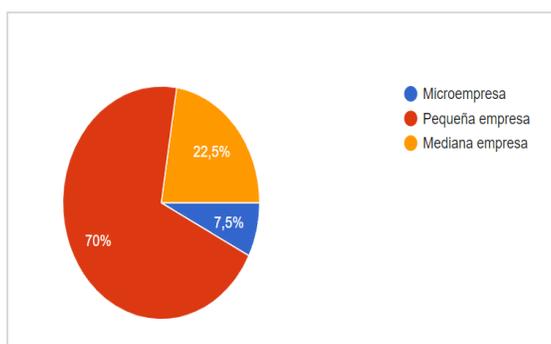
Cómo le parece las estrategias qué ha tomado la ferretería para incrementar las ventas en situación de pandemia



Para el 67.5% las estrategias tomadas para incrementar las ventas son muy buena, el 25% dice que ha sido buena y para el 7.5% ha sido regular. Como se sabe “Una toma de decisión inteligente y estratégica es sumamente trascendental en una empresa, ya que involucra el análisis de datos y la lectura del entorno, donde la organización se conoce a sí misma, tanto hacia adentro como hacia fuera” (Montaño, 2016).

Figura 11.

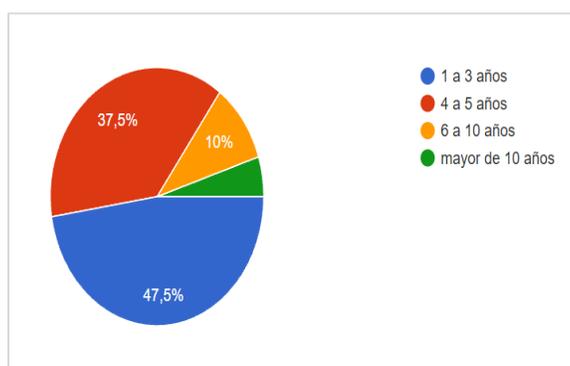
Cómo considera el cliente a la empresa



Los resultados del estudio muestran que los clientes perciben a las empresas de donde son clientes como: pequeñas empresas 70%, microempresas 22.5% y solo un 7.5% como medianas empresas. Entonces se puede decir que el 70% de estas empresas pueden o estuvieron en riesgo por ser pequeñas empresas, ya que estas no poseen un capital considerable como para poder surfear una situación como la que se presentó debido al COVID.

Figura 12.

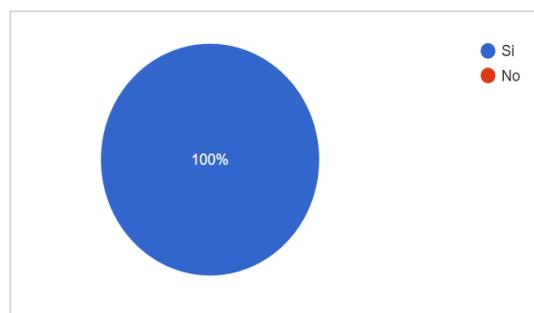
Tiempo de cliente de la empresa



Según resultado, el 47.5% es cliente de la empresa entre 1 a 3 años, el 37.5% afirma que entre 4 a 5 años, un 10% entre 6 a 10 años y solo un 5% es cliente ya hace más de 10 años. En base a las respuestas se tiene que mencionar la importancia que tiene la fidelidad de los clientes. Pues, “La fidelización implica diferenciarse de la competencia, escuchar al cliente, ofrecer novedades, mejoras y un mejor servicio, y ello supone no sólo retener a antiguos clientes sino también a los nuevos, así como de atraer a clientes potenciales” (EAE Business School Blog, 2021).

Figura 13.

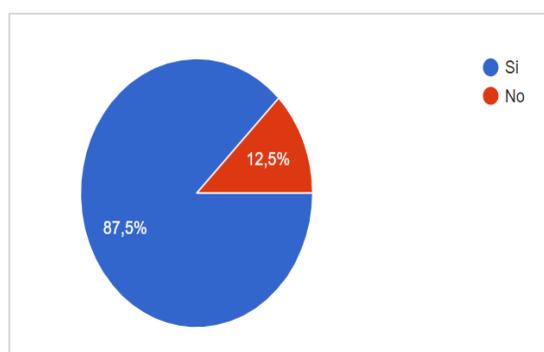
La empresa ha adoptado Protocolos de bioseguridad para los empleados



Según los resultados, el 100% de los empleados afirma que en la empresa se implementó los protocolos de seguridad como lo estableció la normatividad. Hay que tener en cuenta que la norma establece que “los empleadores están obligados a proporcionar y mantener un ambiente de trabajo en adecuadas condiciones de higiene y seguridad” (Ministerio de salud y Protección Social, 2020), establecer métodos de trabajo con el mínimo de riesgos para la salud dentro del proceso de producción.

Figura 14.

La empresa está cumpliendo los respectivos protocolos de bioseguridad con los clientes.

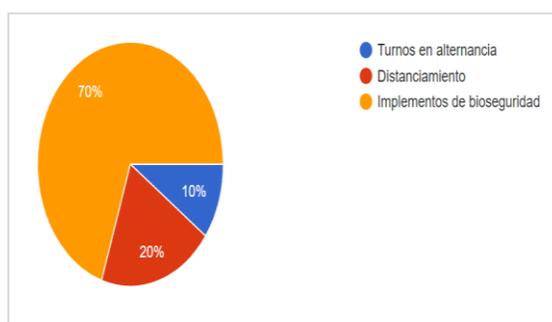


La adopción de protocolos de bioseguridad no solo debe ser para los trabajadores sino también para los clientes para garantizarles seguridad y no se afecten las ventas, y esto se refleja en la siguiente gráfica donde el 87.5% de los clientes afirma que si se está cumpliendo los

protocolos de seguridad y el 12.5% opina que no se está cumpliendo con esta norma. Hay que tener en cuenta que este es un impacto para las empresas que “nunca antes habían considerado implementar protocolos de bioseguridad y muchas están luchando con la forma de realizar negocios de forma segura mientras se acerca el espectro de una amenaza invisible” (anna.com.co, 2021).

Figura 15.

Medidas tomadas por la empresa para evitar el contagio entre empleados



Tomar medidas para evitar el contagio para los empleados puede ser un factor determinante para que una empresa pueda mantener en el mercado o no, si no se toman las medidas necesarias para evitar la enfermedad. Pero según los resultados indican que para el 70% de la población, una de las medidas es la implementación de los protocolos de bioseguridad, el 20% afirma que el distanciamiento social y el 10% se implementaron los turnos de alternancia para los trabajadores. Medidas que si han favorecido a la empresa para evitar su cierre.

En cuanto a los antecedentes de estudios sobre sobrevivencia de las empresas se ha encontrado que los factores que favorecieron la supervivencia de las empresas y que se describen a continuación fueron: (ver fig. 16)

Figura 16.

Factores que favorecen la supervivencia

Empresas dinámicas Las empresas dinámicas tienen capacidad de supervivencia	Recursos	Tangibles	Activos físicos Activos financieros	Bienes que posee la empresa: Efectivo: Acciones, Bonos, Cuentas bancarias, Capital, reservas
		Intangibles	Reconocimiento y prestigio de las empresas	Imagen de la empresa ante la comunidad
	Recursos humanos	Capacidad organizativa	Capacidad técnica y profesional del empresario y equipo de trabajo	
		Características y habilidades del empresario	Capacidad de organizar cada una de las áreas funcionales de la empresa	
	Capacidad técnica y profesional	Formación académica empresarial		
Capacidad estratégica	Capacidad para formular estrategias	Capacidad de formular la estrategia ajustada a los requerimientos del entorno.		

Fuente: FRANCO ÁNGEL, Mónica. Factores determinantes del dinamismo de las pymes en Colombia. Barcelona, España: Universidad Autónoma de Barcelona, 2015.

6.2 Factores internos y externos que han conducido al fracaso de las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Pasto

Figura 17.

Desafíos de la empresa a un largo plazo

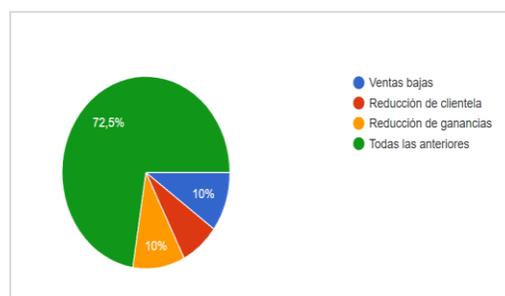


A la pregunta de los desafíos a largo plazo se obtiene que: el 30% ver cómo se va a contratar nuevo personal para que la empresa siga funcionando normalmente el 27.5% de las empresas ha pensado a un largo plazo remodelar la infraestructura de la empresa, el 25% mejorar la imagen

corporativa, y el 17.5% piensa en crear nuevos puntos de venta para brindar mayor atención a su clientela.

Figura 18.

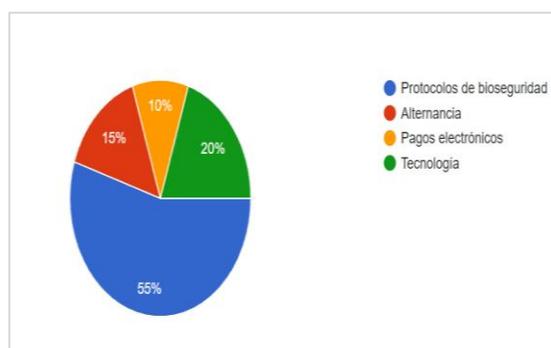
Principal problema que presento la empresa en situación de pandemia



El volumen de ventas de las pymes “se da a través de los canales de distribución, debido a la escasa capacidad de cubrimiento de los mercados por atender, a la poca infraestructura y al desconocimiento de los lugares a donde se dirigen los clientes que demandan sus productos o servicios” (Beltran, 2006). Así, los resultados muestran que para el 10% ventas bajas y reducción de ganancias, el 7.5% dice que la reducción de clientes y el 72.5% de los empleados el principal problema es una relación de todas las opciones anteriores. Es decir, que si se reducen los clientes bajan las ventas, y si esto sucede no hay ganancias.

Figura 19.

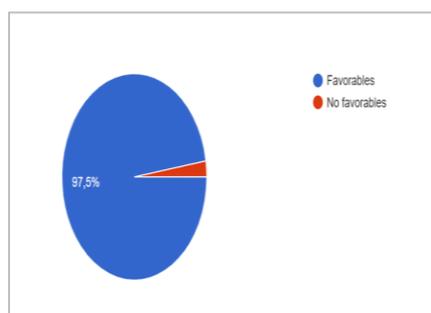
Cambios laborales implementados por la empresa para sus trabajadores durante la pandemia.



En los momentos de crisis las empresas se ven obligados a realizar cambios en todos los niveles y áreas. Por ello, en las empresas objeto de estudio, el 55% el cambio para beneficio de los trabajadores fue el protocolo de bioseguridad, el 20% implemento más tecnología debido a la implementación del teletrabajo o trabajo desde casa, el 15% afirma que sus empresas implementaron la alternancia y el 10% implementaron los pagos electrónicos.

Figura 20.

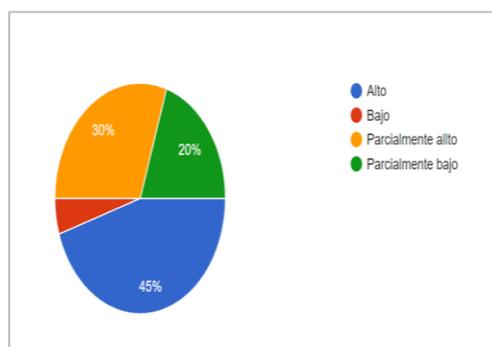
Efecto de los cambios laborales en los trabajadores



Los cambios laborales en las empresas son importantes porque de eso depende también el éxito o fracaso. En este estudio se obtuvo que para el 97.5% manifiesta que fueron favorables para los trabajadores y el 2.5% dicen que dichos cambios fueron desfavorables.

Figura 21.

Impacto económico de la empresa en pandemia

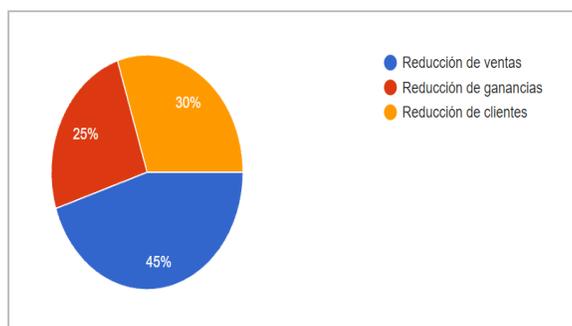


Se encontró que, el 45% de las empresas el impacto negativo fue alto, un 30% manifiesta que fue parcialmente alto, el 20% dice que ese impacto negativo fue parcialmente bajo y solo para

un 5% el impacto fue bajo. Hay que tener en cuenta que se está hablando de pequeñas y medianas empresas, por lo tanto y de acuerdo a su tamaño, capital y trayectoria en el mercado, se refleja el impacto, considerando que el bajo porcentaje de impacto bajo se relaciona con las empresas que llevan mayor tiempo en el mercado y corresponde a la clasificación de medianas empresas.

Figura 22.

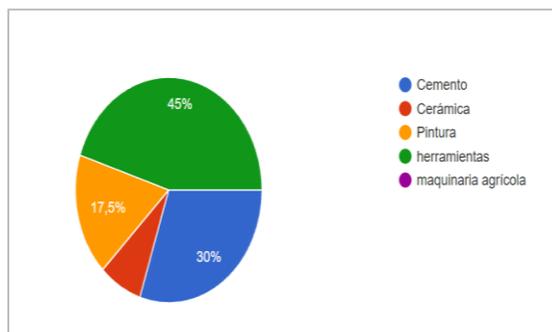
Efectos negativos presentados en la empresa durante la pandemia



De acuerdo a los resultados los efectos negativos fueron: un 45% la reducción de las ventas, un 30% la reducción de clientes y para un 25% la reducción de ganancias; cabe anotar que los tres datos obtenidos están relacionados porque, si no hay clientes no hay ventas y si no hay ventas no hay ganancias por tanto el impacto negativo en las ferreterías en estudio fue principalmente la reducción del capital.

Figura 23.

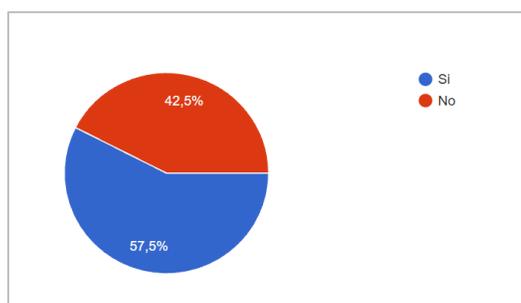
Tipo de artículos que compra en la empresa



Los resultados muestran que el 45% de las empresas, el producto que más compran los clientes son las herramientas, el 30% dicen cemento, el 17.5% pintura y el 7.5% cerámica. En este sentido se puede decir que en la variedad de productos está el éxito de las empresas, por tanto, es bueno que las empresas integraran más productos para la venta.

Figura 24.

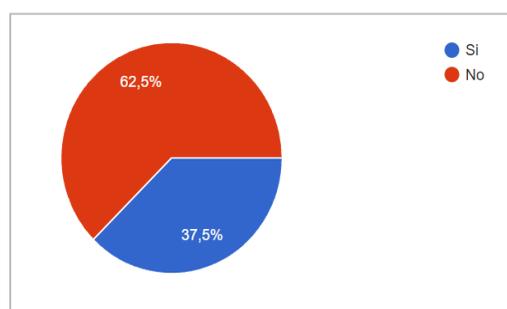
Ha cambiado la política salarial de la empresa para sus empleados.



Según los resultados obtenidos, el 57.5% si se ha llevado a cabo el cambio de la política salarial mientras el 42.5% responde que no se ha realizado cambio alguno. Según el estudio realizado por Campus de la sabana (2020) las empresas debido a la pandemia optaron cambiar las políticas salariales haciendo cambios como: desarrollar teletrabajo, pago por prestación de servicios, dar vacaciones anticipadas, trabajo por turnos y turnos sucesivos, despidos de personal y el impacto más fuerte el cierre de las empresas.

Figura 25.

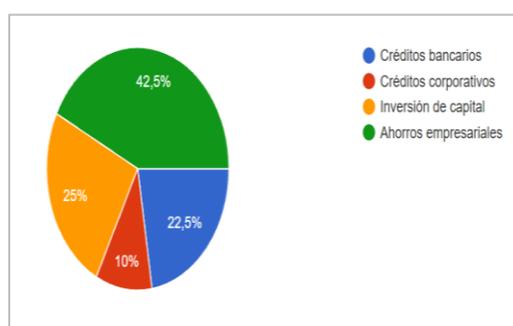
Se pensó en cerrar la empresa en pandemia



Según los resultados, el 37.5% de las empresas se pensó en cerrar definitivamente la empresa, pero el 62.5% no pensó en hacerlo debido a que la empresa por ser pequeñas fue mayormente golpeada en su estructura productiva reflejando en ellas la existencia de debilidades que han estado ahí pero que no han sido detectadas hasta que no surge esta crisis sanitaria. Aunque en el ámbito local y en el entorno ferretero de la ciudad de Pasto no según la información recolectada las empresas en algún momento se pensaron en el cierre pero no se llegó a ese punto, aunque la situación de pandemia los puso en situaciones de riesgo, esto no llegó a suceder.

Figura 26.

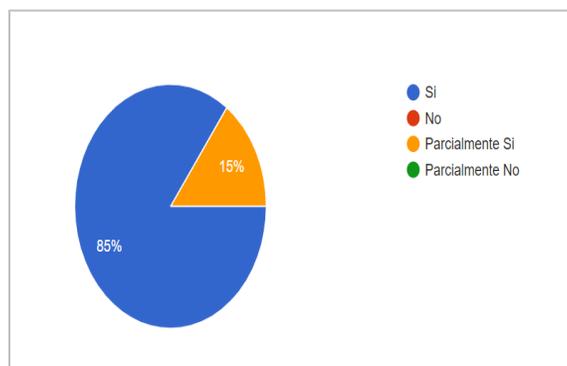
Principal fuente de financiamiento para poner en marcha la empresa durante y después de la pandemia.



En general, Según la información encontrada para “el 42.5% de los empresarios de las PYMES la principal fuente de financiamiento son los ahorros empresariales, el 22.5% con créditos empresariales, el 25% lo hacen con inversión de capital y solo un 10% se financia con los créditos corporativos” (IIMV), 2017). Por lo anterior se puede decir que “las fuentes básicas de financiación en las pymes son, básicamente, recursos propios, créditos bancarios, proveedores y otros que incluyen desde préstamos familiares o prestamistas privados (IIMV), 2017). Porque muchas de las empresas no tienen acceso a créditos altos en los bancos debido a que tiene otros créditos, poco capital y bajos recursos.

Figura 27.

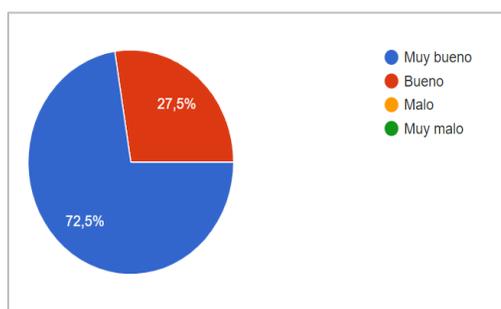
La empresa cuenta con protocolos de bioseguridad establecidos para los trabajadores, en cuanto a la protección del virus COVID 19



En cuanto a la implementación de los protocolos de bioseguridad en las empresas, el 85% dice que si los implementaron y el 15% afirma que se implantaron solo parcialmente. Este elemento es importante ya que, la falta de cumplimiento de la normatividad puede poner en riesgo a las empresas por cuanto el incumplimiento puede traer sanciones o en el caso de pandemia, la falta de protección para los empleados puede generar una crisis de salud dentro de la empresa porque el contagio puede ser grave y puede incidir en la producción y por ende en su rentabilidad.

Figura 28.

Impacto en las ventas a raíz de las nuevas formas de comercialización

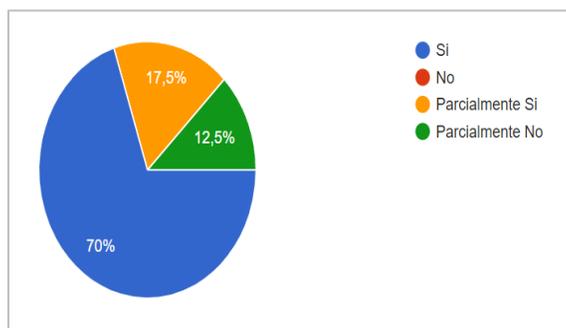


Las empresas al realizar cambios en el proceso de ventas les generan nuevas situaciones que pueden ser positivos o negativos por ello ante la pregunta del impacto generado en las empresas

respecto a las formas de comercialización, se obtuvo que para el 72.5% ese fue muy bueno y el 27.5% opinan que fue bueno.

Figura 29.

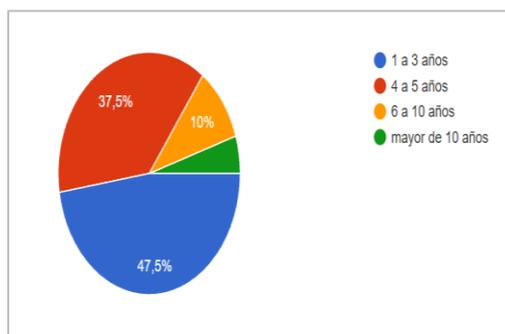
Efectos económicos considerables en la empresa a raíz de la pandemia.



Para el 70% de los empleados la empresa si tuvo efectos económicos considerables a consecuencia de la pandemia, mientras un 12.5% manifiesta que no y un 17.5% afirma que se produjeron algunos cambios. Dichos efectos se pueden observar en la disminución de las ventas y pocos clientes, disminución de inventario y aumento de precios en los productos.

Figura 30.

Tiempo de cliente de la empresa

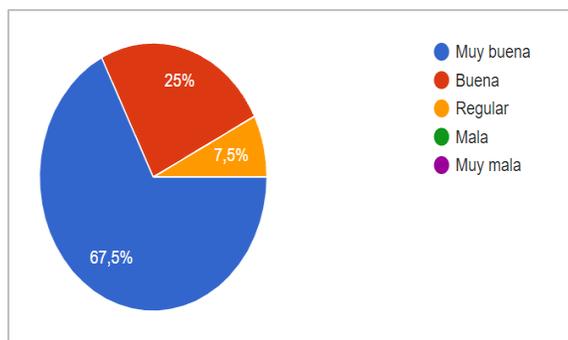


Según los resultados encontrado, el 10% de las empresas tienen clientes que llevan comprando entre 6 y 10 años, el 47.5% de 1 a 3 años, un 35.7% son clientes entre 4 y 5 años y solo un 5% es cliente más de 10 años. Es importante destacar que “La rapidez de respuesta, la

flexibilidad y una buena relación con los clientes son esenciales para la supervivencia de las pequeñas empresas” (Revista Portafolio, 2020)

Figura 31.

Opinión sobre las estrategias que ha tomado la ferretería para incrementar las ventas en situación de pandemia.



Según los resultados, los clientes opinan que las estrategias tomadas por la empresa en pandemia son muy buenas para el 67.5%, otro 25% piensa que fueron buenas y 7.5% considera que han sido regulares. Lo anterior es importante porque “los clientes satisfechos y felices se quedarán con la empresa, mientras aquellos que no lo estén eventualmente encontrarán otras alternativas y se irán. Los comentarios de tus clientes te ayudarán a determinar si están satisfechos o no, y a detectar áreas en las que puedes mejorar” (smilers.co. , 2020).

Ahora bien, según los antecedentes encontrados, las PYMES en Colombia son empresas vulnerables, debido a que éstas son pequeñas organizaciones y muchas apenas están iniciando su actividad comercial, otras llevan poco tiempo en el mercado, además los recursos económicos son limitados lo que no les permite inversiones representativas más allá con las que iniciaron su actividad. A continuación se presentan los factores internos y externos que pueden llevar al fracaso a estas empresas (ver tabla 3):

Tabla 2.

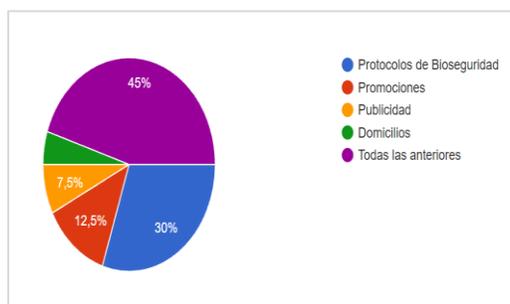
Factores internos y externos que pueden llevar al fracaso a las empresas.

Factor	Descripción
Desafíos a largo plazo	Después de la pandemia no hay disponibilidad de recursos como para enfrentar desafíos.
Cambios laborales	Los cambios laborales hacen que las empresas puedan salir del mercado.
Impacto económico	Cuando se ha tenido pérdidas representativas no puede cumplir con sus obligaciones.
tipo de productos que venden	Hay que mantener control sobre los productos en cuanto a su caducidad
Financiación o	Las situaciones adversas no permiten cumplir obligaciones financieras.
Impacto en las ventas	La baja en las ventas genera pérdida de recursos
Estrategias	No saber diseñar un buen plan estratégico lleva a la empresa a tener inconvenientes para el cumplimiento de sus obligaciones laborales y comerciales.
Fidelidad de los clientes	La empresa lo hacen los clientes y si no se los fideliza se pone en riesgo

6.3 Estrategias que ayudaron a la supervivencia de las pequeñas y medianas empresas del sector Las Lunas en la ciudad de Pasto.

Figura 32.

Estrategias implementadas en la empresa para contrarrestar los efectos de la pandemia

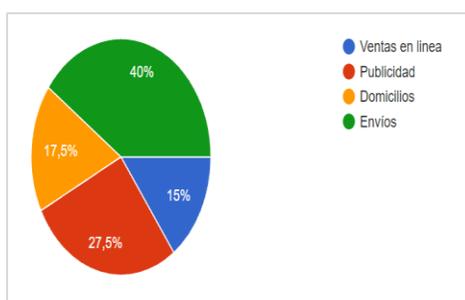


En la figura muestra que los empresarios utilizaron estrategias importantes para hacer frente a los efectos de la pandemia. Estos fueron: para un 30% que la empresa siga funcionando, pero

utilizando estrictamente los protocolos de bioseguridad, el 12.5% opto por la realización de promociones, el 4.5% aumento la publicidad de sus empresas, el 5% implementó el servicio a domicilio para sus clientes. Y el 45% utilizó todas las opciones estrategias para la reactivación de su economía.

Figura 33.

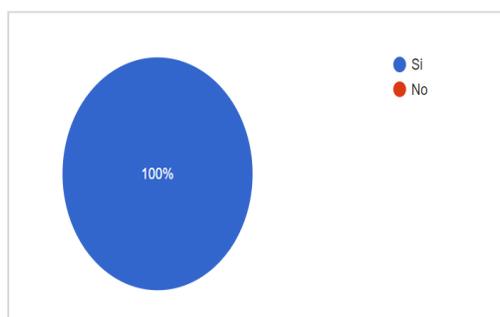
Estrategias tomadas por la empresa para incrementar las ventas



“La estrategia de marketing adecuada, brindará excelentes beneficios a la empresa, sobre todo para impulsar la venta de un producto o servicio” (axiomacero.com, 2021). Por ello, según los resultados, el 40% de los empleados la estrategia tomada es la implementación de envío de mercancías, el 27.5% las empresas pusieron mayor publicidad, el 17.5% domicilios, y el 15% implementaron como estrategia las ventas virtuales.

Figura 34.

La empresa sigue presentando un buen servicio a sus clientes a pesar de la pandemia.

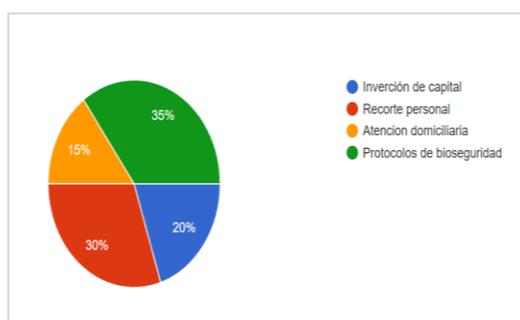


La calidad de servicio se refiere a “satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y

confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado” (Solórzano & Aceves, 2013). Según los resultados obtenidos en este interrogante, la empresa ha tenido como estrategia para seguir presentando buena atención para evitar que la empresa se ponga en riesgo.

Figura 35.

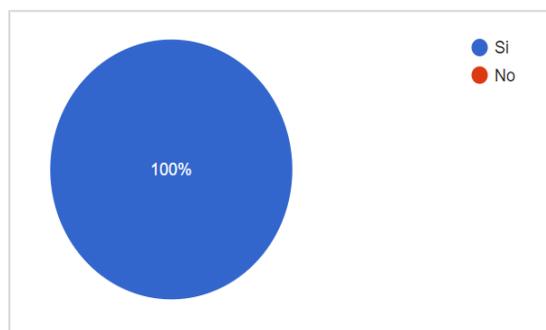
Medidas puestas en práctica para mantener la empresa



Según los datos encontrados registrados en la gráfica, el 35% de las empresas siguieron funcionando haciendo uso estricto de las medidas de bioseguridad, el 30% hizo recorte de personal, un 20% invirtió más capital y un 15% creo implementó en la empresa el servicio a domicilio.

Figura 36.

La empresa sigue presentando un buen servicio a sus clientes a pesar de la pandemia.



El 100% de los clientes opina que la empresa sigue presentando un buen servicio a su clientela a pesar de la pandemia. Como ya se ha mencionado, la atención a los clientes es crucial para el éxito de las empresas, pues, un cliente satisfecho no solo es fiel, sino que ayuda a la publicidad de la empresa haciendo que otras personas puedan recurrir a los servicios que estos establecimientos prestan. Por eso el servicio es un factor clave que favorecen a las empresas principalmente cuando se presentan situaciones de riesgo como lo fue la pandemia.

7. Análisis de resultados

Según los resultados encontrados, las empresas que sobrevivieron a la pandemia fueron las que tenían más trayectoria en el mercado; factor importante porque, cuando una empresa tiene tiempo en el mercado “lograr la confianza de sus trabajadores, clientes y proveedores; calidad de los productos, y cantidad de ventas logradas” (Seminario internacional, 2012). Es decir, con esto se demuestra que la empresa tiene éxito porque tiene a su clientela fidelizada y eso hace que se atraiga más clientes y también pueden hacerle frente a la competencia.

Por otro lado, otro de los factores que inciden o favorecen la supervivencia es la actividad económica a la que se dedican, porque hay productos muy importantes para la sociedad que es la vivienda y por ello construyen cada vez más unidades de vivienda donde las ferreterías juegan un papel significativo ya que estas “son un factor social muy importante para el vivir de las personas, ya que facilitan los insumos y los materiales y por la cercanía resultan más económicas” (FENALCO , 2020). Además, si la empresa ofrece variedad de productos, sus ventas se incrementan. Igualmente es importante mencionar que la pandemia “trajo consigo una serie de consecuencias económicas debido a las restricciones de movilidad, el confinamiento y las limitaciones globales a las que se ha visto expuesto el mercado. Por ello las empresas debieron dejar los métodos tradicionales de mercadeo y ventas para satisfacer a los clientes” (FAMANIA). Es decir, se vieron obligados a realizar una serie de cambios en todas las áreas de la empresa, pero especialmente en la venta y comercialización de sus productos o servicios.

Cambios que, a veces pueden generar efectos negativos para las empresas y pueden llevar al fracaso a las empresas por cuanto los empleados no están preparados para realizar cambios drásticos en la forma de trabajar porque por ejemplo hay muchos que no podían manejar muy bien la tecnología para desarrollar trabajo remoto y además se implementa el trabajo en alternancia,

opción que deja vulnerable a la empresa ya que uno de los problemas de esta modalidad de trabajo “es la duda de se pueda mantener la seguridad de la información de la empresa. Según el informe de Tendencias de Cibercrimen en Colombia del 2020, la segunda amenaza en delitos informáticos que más afecta a empresas” (Arias, 2021). Pero es importante mencionar que a veces los cambios son necesarios y por eso para Parrado (2019) menciona que tomar medidas es una estrategia positiva porque se puede anticiparse a los efectos que pueden tener los riesgos.

Además, dichos cambios pueden fortalecer económicamente a la organización y es una forma de estimular el crecimiento desde dentro, sobre todo haciendo inversión para infraestructura, aumento de capital, y fortalecimiento de las políticas empresariales” (p.13). En la actualidad el desafío más grande de las PYMES en la ciudad de Pasto y teniendo en cuenta lo planteado por Parrado es enfrentar las consecuencias de la pandemia por ello después de esta crisis es importante realizar algunos cambios e inversiones para darle un nuevo giro a la empresa y mejorar de esta manera la rentabilidad, es decir, lograr la reactivación económica de las empresas.

Ahora bien, entre los factores internos importantes para la supervivencia de las empresas es precisamente una buena planeación estratégica, porque de las medidas que se tome en la empresa para enfrentar los riesgos depende si una empresa continua o cierra. Por ello, como administradores o gerentes de la empresa deben hacer constantemente el análisis interno y externo para identificar cuáles son las debilidades y las amenazas y de esta manera diseñar un plan de estrategias para evitar que la empresa se ponga en riesgo.

A raíz de la crisis sanitaria generada por la pandemia, El Banco Mundial manifiesta que “un efecto que debe considerarse importante para las PYMES es la incertidumbre, que cuyos efectos se han reflejado principalmente en la oferta y la demanda” (Trabajo., 2020). Pues, cuando una empresa entra en recesión, siempre se van a presentar impactos negativos en las empresas; efectos

requieren como estrategias más inversiones, innovación y mayor emprendimiento y toma de decisiones dependiendo de qué tan alto haya sido este dicho impacto.

Según la American Express (2020), existen “cinco factores que impulsan el crecimiento de la Pymes” aquí se afirma que “de cada 100 PYMES” que inician actividades, solo 30 duran en operación después de dos años de vida productiva”. Por eso, es muy importante conocer cuáles son los factores que contribuyen al crecimiento de las empresas y su sobrevivencia, pues, estas requieren de un buen manejo administrativo, mercadológico, productivo, humano y financiero; siendo los dos últimos los elementos que se necesitan que sean más efectivos para que una empresa pueda lograr sus objetivos. Estos elementos son: “la planeación, el control financiero, el entorno económico, los recursos tecnológicos y las estrategias comerciales” (americanexpress.com, 2018). Pero definitivamente una de las más importantes es precisamente una buena planeación estratégica, porque esto le permitirá estar preparada para cuando se presenten eventos que ponen en riesgo las empresas.

Conclusiones

Según los resultados del estudio, los factores internos y externos que favorecieron a la supervivencia de las pequeñas y medianas empresas del sector Las Lunas en la ciudad de Pasto fueron: su trayectoria en el mercado, la toma de medidas o estrategias tomadas tanto para la prestación del servicio y ventas de productos como para los cambios laborales de sus empleados y luego la reactivación económica que se fue dando paulatinamente de acuerdo a como las circunstancias se iban presentando.

Los factores los factores internos que determinan el fracaso de la empresa es precisamente la falta de una organización administrativa que no le permite realizar un plan estratégico favorable y a nivel externo se podría decir que es la competencia y de las medidas que ésta tome para consolidarse en el mercado tanto regional como local. Y en cuanto a las empresas del sector Las Lunas no se presentaron cierres de estas, pero si hubo un bajo porcentaje que pensó en cerrar sus locales, pero finalmente lograron superar esa adversidad.

Finalmente, en cuanto a estrategias tomadas por las empresas de este sector fueron cambios en la forma de operar; se hizo nuevas estrategias de ventas y también se implemento el teletrabajo para que la empresa no pueda quedar a la deriva y pueda de esta manera seguir realizando sus operaciones, pero de diferente forma.

Recomendaciones

Se recomienda a los empresarios estar pendiente y mantener un control sobre la parte administrativa de la empresa porque es importante que haya una buena estructura organizacional para poder trazar las estrategias necesarias para cuando se presenten eventos que afecten directa o indirectamente las finanzas de las empresas que en este caso se trata de las pymes.

A las Pymes se les recomienda mantener el control de los gastos para poder destinar recursos para cubrir gastos que se pueden presentar por situaciones de emergencia como la provocada por la pandemia o para poder acceder a financiamiento externo.

Realizar contantemente planes estratégicos que permitan mantener a la empresa preparada para cualquier evento y así evitar poner en riesgo las finanzas de la empresa.

Se recomienda estar pendiente de todas las medidas del gobierno o de las políticas públicas que vayan en pro de la adaptación de las empresas hacia la nueva realidad y hacer los cambios y transformaciones tecnológicas que contribuyan para la reactivación

Referencias

- Adan, J. C., Munar, L. A., Romero, G., & Gordillo, A. (abril - junio de 2022). Nuevos desafíos de las pequeñas y medianas empresas en tiempos de pandemia. *Tecnura*, 26(72).
Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-921X2022000200185
- Agencia EFE. (14 de febrero de 2020). *La economía colombiana creció 3.3% en 2019, su mejor resultado en cinco años. 14 febrero, 2020 (consultada: 06, junio de 2021). Disponible en:* Recuperado el 04 de 04 de 2022, de eldinero.com.do:
<https://eldinero.com.do/98651/la-economia-colombiana-crecio-3-3-en-2019-su-mejor-resulta>
- Alvarado, L., & García, M. (2008). Características más relevantes Características más relevantes y su aplicación en la investigación. *Revista Universitaria de Investigación*, 9(2), 187.
- anna.com.co. (27 de marzo de 2021). *Protocolos de bioseguridad y cuál es su importancia.*
Obtenido de anna.com.co: <https://anna.com.co/protocolos-de-bioseguridad-y-su-importancia/>
- Arce, L. G. (enero-junio de 2007). La supervivencia como arma estratégica en mercados turbulentos. *Revista perspectivas*(19), 61-73.
- Arias, D. (23 de febrero de 2021). *La alternancia creará más vulnerabilidades en las empresas ¿Qué hacer?.* . Obtenido de [enter.co](https://www.enter.co): <https://www.enter.co/empresas/la-alternancia-creara-mas-vulnerabilidades-en-los-dispositivos/>
- axiomacero.com. (20 de octubre de 2021). *Incrementa tus ventas: importancia de una estrategia de marketing.* Obtenido de [axiomacero.com](https://www.axiomacero.com): <https://www.axiomacero.com/blog/incrementa-tus-ventas->

importanciadeunaestrategiademarketing/#:~:text=Una%20estrategia%20de%20marketing%20aporta,al%20camino%20para%20aprovecharlas%20adecuadamente.

Banco de la República de Colombia. (marzo de 2021). *Informe de la Junta Directiva al Congreso de la República - Marzo de 2021*. Recuperado el 19 de 03 de 2022, de banrep.gov.co: <https://www.banrep.gov.co/es/informe-junta-directiva-congreso-republica-marzo-2021>

Beltran, A. (2006). *Los 20 problemas de la pequeña y mediana industria*. Revista investigación. . España: Universidad de la Rioja.

Caltabiano, G. (30 de julio de 2021). Resiliencia organizacional: qué es, cómo funciona, cuáles son sus elementos y qué tan importante es en el marketing. *rockcontent*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/resilienciaorganizacional/#:~:text=La%20resiliencia%20organizacional%20es%20un,un%20%C3%B3ptimo%20nivel%20de%20servicio>.

Cámara de Comercio de Pasto. (2019). *Informe de coyuntura económica municipio de Pasto año 2018*. San Juan de Pasto: Cámara de Comercio.

Campos, G., Covarrubias, N., & Lule, E. (enero - junio de 2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. *Revista Xihmail*, VII(13), 45-60.

Ceceres, L. E. (2014). Marco legal de la micro, pequeña, mediana y gran empresa, frente a los grupos de usuarios establecidos para efectos de la convergencia de la ley 1314 de 2000. *Revista apuntes contables*(17), 239-250.

Cesar, R., & Arteaga, M. (21 de octubre de 2015). Investigación Crítico social. *Investigación en ciencias sociales en el siglo XXI*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/investigacioncsociales/system/app/pages/sitemap/hierarchy>

Confecamaras. (agosto de 2017). *Determinantes de la supervivencia empresarial en Colombia*.

Recuperado el 28 de 03 de 2022, de confecamaras.org.co:

https://www.confecamaras.org.co/phocadownload/Cuadernos_de_analisis_economico/Cuaderno_de_An%20%20lisis_Economico_N_14.pdf

Confecámaras. (19 de marzo de 2018). *Confecámaras presenta dos estudios en los que analiza los factores que explican el éxito y fracaso de las empresas en Colombia y las claves para su crecimiento extraordinario de 30 Agosto 2017*. Recuperado el 28 de 03 de 2022, de confecamaras.org.co: <https://www.confecamaras.org.co/noticias/545-confecamaras-presenta-dos-estudios-en-los-que-analiza-los-factores-que-explican-el-exito-y-fracaso-de-las-empresas-en-colombia-y-las-claves-para-su-crecimiento-extraordinario>

Contreras, C. (2018). *Mercado*. Recuperado el 20 de 05 de 2021, de monografias.com:

<https://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml#BIBLIO>

Cordero, D. d., & Monge, R. (2018). Factores que influyen en el desempeño de las PYMEs: una perspectiva cualitativa de los empresarios costarricenses. *Revista RAN*, 4(2), 95-106.

definicionabc.com. (enero de 2015). *Definición de método empírico analítico*. Recuperado el 08 de 04 de 2021, de definicionabc.com: <https://www.definicionabc.com/ciencia/metodo-empirico-analitico.php>.

Departamento Nacional de Estadísticas DANE. (2016). *Informe de coyuntura económica regional*. San Juan de Pasto: DANE.

EAE Business School Blog . (20 de octubre de 2021). *Negocio. ¿que es la fidelización de clientes y por qué es importante?* Obtenido de eaeprogramas.es:

<https://www.eaeprogramas.es/blog/negocio/empresa/que-es-la-fidelizacion-de-clientes-y-por-que-es-importante>

- El periodico de Cataluña. (19 de octubre de 2020). Las PYMES ven en riesgo su supervivencia por las consecuencias de la COVID. *Elperiódico.com*. Obtenido de <https://www.elperiodico.com/es/economia/20201019/covid-situacion-pymes-8163078>
- Estrada, X., Sánchez, M., Ledesma, S., & González, M. (2016). *Estrategias de Supervivencia de las micro y pequeñas empresas*. Nayarit, México : Universidad Tecnológica de Nayarit.
- FAMANIA. (s.f.). *Fórmulas para vender mejor* . Obtenido de [mdcmagazine.com](https://mdcmagazine.com/articulos/planners-tips/how-to-do/3-formulas-para-vender-mejor):
- <https://mdcmagazine.com/articulos/planners-tips/how-to-do/3-formulas-para-vender-mejor>
- FENALCO . (08 de enero de 2020). Las ferreterías, piezas claves en la recuperación. *Portafolio*. Obtenido de [portafolio.co](https://www.portafolio.co/negocios/empresas/empresas-en-colombia-las-ferreterias-piezas-claves-en-la-recuperacion-economia-546181): <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/empresas-en-colombia-las-ferreterias-piezas-claves-en-la-recuperacion-economia-546181>
- Franco, M. (2015). *Factores determinantes del dinamismo de las Pymes en Colombia*. Barcelona,, España: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Función Pública. (2004). *Ley 905 de 2004: Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones*. Recuperado el 10 de 03 de 2022, de [FunciónPública.gov.co](https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=14501#:~:text=%22Por%20medio%20de%20la%20cual,y%20se%20dictan%20otras%20disposiciones%22): <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=14501#:~:text=%22Por%20medio%20de%20la%20cual,y%20se%20dictan%20otras%20disposiciones%22>
- García, B. J., Rojas, J., Cerón, H., Guzmán, L. E., García, A. C., & Marín, M. M. (2017). Desarrollo de un modelo de resiliencia para la incorporación de tecnologías de información y comunicación en las pequeñas y medianas empresas del sector textil

- Mexicano. *Open Journal Systems*, 4(1). Obtenido de <http://www.ijsts.org/index.php/STS3/article/view/16>
- García, K., & Molina, R. (s.f.). La resiliencia de las pymes ante la pandemia del Covic-19: el caso de Guanajuato. *Jòvenes en la ciencia* ,
<https://www.jovenesenlaciencia.ugto.mx/index.php/jovenesenlaciencia/article/view/3360/2860>. Obtenido de <https://www.jovenesenlaciencia.ugto.mx/index.php/jovenesenlaciencia/article/view/3360/2860>
- García, R. (15 de junio de 2018). *Por qué las Pymes deben invertir en tecnología*. Recuperado el 04 de 04 de 2022, de arepublica.co: <https://www.larepublica.co/especiales/especial-pyme/por-que-las-pymes-deben-invertir-en-tecnologia-2738346>
- GCF Global . (2022). *Que es un startup*. Obtenido de gcfglobal.org:
<https://edu.gcfglobal.org/es/emprendimiento/que-es-una-startup/1/>
- Grant, R. (1991). A resource based theory of competitive advantage: Implications for strategy Formulation. *California Management Review*, 33(3), 114-135.
- Gutierrez, P. A. (03 de agosto de 2020). Retos y aprendizajes de las mipymes en la crisis del covid-19. *Empresas Paz y DDHH*. Recuperado el 06 de 06 de 2021, de <https://empresaspaiddhh.ideaspaz.org/retos-y-aprendizajes-de-las-mipymes-en-la-crisis-del-covid-19>
- Hernández, C. (03 de julio de 2020). *Empresarios de mipymes opinaron sobre supervivencia empresarial*. Recuperado el 27 de 09 de 2020, de incp.org.co:
<https://www.incp.org.co/empresarios-de-mipymes-opinaron-sobre-supervivencia-empresarial>

IFB Blog. (23 de septiembre de 2019). *Importancia de una buena atención al cliente* . Obtenido de ifp.es: <https://www.ifp.es/blog/la-importancia-una-buena-atencion-al-cliente>.

Junguitu, A., & Agudo, A. (2020). *Estrategia: Post COVID-19: Impacto en el ámbito de las ventas*. Obtenido de tendencias.kpmg.es: <https://www.tendencias.kpmg.es/author/alejandro-agudo/>.

LATINPYME. (27 de septiembre de 2019). *Salud y Seguridad en el trabajo también aplica para las mipymes*. Recuperado el 12 de 03 de 2022, de .latinpymes.com: <https://www.latinpymes.com/salud-y-seguridad-en-el-trabajo-tambien-aplica-p>

Martinez, C. (10 de abril de 2021). *Investigación descriptiva: tipo y característica*. Recuperado el 28 de marzo de 2022, de tiposdeinvestigacion.org: <https://tiposdeinvestigacion.org/descriptiva/>

Ministerio de salud y Protección Social. (2020). *Resolución 666 de 2020: por medio de la cual se adopta el protocolo general de bioseguridad para mitigar, controlar y realizar el adecuado manejo de la pandemia del coronavirus COVID-19*. Bogotá D.C: Departamento Administrativo de la Función Pública.

Ministerio de trabajo. (26 de septiembre de 2019). *MiPymes representan más de 90% del sector productivo nacional y generan el 80% del empleo en Colombia*. Recuperado el 03 de 12 de 2022, de mintrabajo.gov.co: <https://www.mintrabajo.gov.co/prensa/comunicados/2019/septiembre/mipymes-representan-mas-de-90-del-sector-productivo-nacional-y-generan-el-80-del-empleo-en-colombia-ministra-alicia-arango>).

Montaño, R. (19 de abril de 2016). *La importancia de una toma de decisiones inteligente, estratégica y global*. Obtenido de esan.edu.pe:

[https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2016/04/19/importancia-toma-de-decisiones-inteligente-estrategica-y-global/#:~:text.](https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2016/04/19/importancia-toma-de-decisiones-inteligente-estrategica-y-global/#:~:text=)

Montenegro, A. F. (2019). *Plan de comercialización de productos regionales en cooperativa de Nariño*. Bogotá D.C, Colombia: Universidad del Rosario.

Ortiz, M. (30 de abril de 2015). *Guía de entrevista y de observación*. Recuperado el 28 de 03 de 2022, de prezi.com: https://prezi.com/ooatecj5_fgt/guia-de-entrevista-y-de-observacion/

Pannata. (noviembre de 2018). *10 estrategias para la supervivencia de los pequeños comercios*. Recuperado el 20 de 05 de 2021, de panatta.es: <https://panatta.es/blog/10-estrategias-para-la-supervivencia-de-los-pequenos-comercios/>

Pantoja, M. C. (2017). *Mujer emprendedora en la ciudad de san juan pasto: estudio sobre dificultades y factores de éxito a nivel empresaria*. Pasto, Colombia: Universidad Del Valle- Universidad De Nariño. Obtenido de <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/13884/CB0591853.pdf?sequence=1>

Parrado, E. (16 de abril de 2019). *Para enfrentar los desafíos externos, impulsemos el crecimiento desde dentro*. . Obtenido de blogs.iadb.org: <https://blogs.iadb.org/ideas-que-cuentan/es/para-enfrentar-los-desafios-externos->

Periodico de datos abiertos. (2018). Nariño es un orgullo artesanal. *Periodico abierto*, pág. 13.

Publido, H. C. (2020.). *Después de la pandemia, ¿qué cambios pueden surgir en el ámbito laboral?* Bogotá D.C., Colombia : Pesquisa Javeriana.

Quintero, J. S. (2018). *Las Pymes en Colombia y las barreras para su desarrollo y perdurabilidad*. Bogotá D.C., Colombia: Universidad Militar Nueva Granada. Obtenido de

<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/17949/QuinteroReatigaJuanSebastian2018.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Ramos, C. A. (enero - julio de 2015). Los paradigmas de la investigación científica. *Revista Av.psicol*, 23(01), 16.

Revista Portafolio. (enero de 2020). *En servicio, los clientes son más exigentes con las pymes.*

Obtenido de portafolio.co: <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/en-servicio-los-clientes-son-mas-exigentes-con-las-pymes->

Sampieri, R., Collado, C., & Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México, México : MacGraw Hill .

Santacruz, M. A. (2010). La productividad del sector servicios en Pasto. *Tendencias. revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas*, XI(1), 24-40.

Seisdedos, A. (2016). *Claves de supervivencia: Reinventarse para no morir. (en línea) 2016 (consultada: 20, 05, 2021)*. Madrid, España: Improven. Obtenido de improven.com: <https://www.improven.com/blog/claves-supervivencia-empresarial/>

Sellenave, J. P. (1994). *La Gerencia integral*. Bogotá D.C, Colombia: Grupo Editorial Norma.

semana.com. (22 de octubre de 2022). *El drama de las Mipymes para acceder a las ayudas del Gobierno*. Obtenido de semana.com: <https://www.semana.com/empresas/articulo/que-esta-pasando-con-las-ayudas-anunciadas-por-el-gobierno-par-alas-mipymes/284376/>

Seminario internacional. (12 de diciembre de 2012). *Historia de una empresas. un factor que marca la diferenica entre las empresas*. Obtenido de seminarium.com:

<http://www.seminarium.com/la-trayectoria-facor-marca-la-diferencia-entre-las-empresas/>

smilers.co. . (2020). *8 razones por las que es importante conocer la opinión del cliente. .*

Obtenido de smilers.co: <https://smilers.co/8-razones-por-las-que-es-importante-conocer-la-opinion-de-tus-clientes/>

Solórzano, G., & Aceves, J. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas. *Revista el buzón de pecioli.*, 36.

Trabajo., O. I. (2020). *Impacto de la COVID-19 en las Mipymes colombianas*. Bogotá D.C, Colombia : OIT Países Andinos.

Weller, J. (2020). *La pandemia del COVID-19 y su efecto en las tendencias de los mercados laborales*. Santiago de Chile, Chile : Naciones Unidas, CEPAL.

Westreicher, G. (2018). Pequeñas y medianas empresas - PYMES. *Enciclopedia económica*, 10-24. Recuperado el 02 de 05 de 2021, de enciclopediaeconomica.com: <https://enciclopediaeconomica.com/pymes/>.

 <p>UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MREEDUCACIÓN</p>	CARTA DE ENTREGA TRABAJO DE GRADO O TRABAJO DE APLICACIÓN – ASESOR(A)	CÓDIGO: AAC-BL-FR-032
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

San Juan de Pasto, 8 de noviembre de 2022

Biblioteca
REMIGIO FIORE FORTEZZA OFM. CAP.
Universidad CESMAG
Pasto

Saludo de paz y bien.

Por medio de la presente se hace entrega del Trabajo de Grado / Trabajo de Aplicación denominado “**Análisis de los factores de supervivencia de las pequeñas y medianas empresas del sector de Las Lunas en San Juan de Pasto periodo 2017-2021**”, presentado por los autores: **Mario Fernando Bucheli Alvarado** y **Ayendy Champutiz Quetama** del Programa Académico de Derecho, al correo electrónico trabajosdegrado@unicesmag.edu.co.

Manifiesto como asesora, que su contenido, resumen, anexos y formato PDF cumple con las especificaciones de calidad, guía de presentación de Trabajos de Grado o de Aplicación, establecidos por la Universidad CESMAG, por lo tanto, se solicita el paz y salvo respectivo.

Atentamente,



Mag. Yashir Jurado Rodriguez
C.C.Nro. 59.834.735 expedida en Pasto (N)
Programa de Derecho
Celular 3172806354
yjurado@unicesmag.edu.co
yashirjr@gmail.com



INFORMACIÓN DEL (LOS) AUTOR(ES)	
Nombres y apellidos del autor: MARIO FERNANDO BUCHELI ALVARADO	Documento de identidad: 1085334892
Correo electrónico: mariofer0513@hotmail.com	Número de contacto: 3104253565
Nombres y apellidos del autor: AYENDY CHAMPUTIZ QUETAMA	Documento de identidad: 1233189004
Correo electrónico: ayendyquetama@gmail.com	Número de contacto: 3152996907

En mi (nuestra) calidad de autor(es) y/o titular (es) del derecho de autor del Trabajo de Grado o de Aplicación señalado en el encabezado, confiero (conferimos) a la Universidad CESMAG una licencia no exclusiva, limitada y gratuita, para la inclusión del trabajo de grado en el repositorio institucional. Por consiguiente, el alcance de la licencia que se otorga a través del presente documento, abarca las siguientes características:

- a) La autorización se otorga desde la fecha de suscripción del presente documento y durante todo el término en el que el (los) firmante(s) del presente documento conserve(mos) la titularidad de los derechos patrimoniales de autor. En el evento en el que deje(mos) de tener la titularidad de los derechos patrimoniales sobre el Trabajo de Grado o de Aplicación, me (nos) comprometo (comprometemos) a informar de manera inmediata sobre dicha situación a la Universidad CESMAG. Por consiguiente, hasta que no exista comunicación escrita de mi(nuestra) parte informando sobre dicha situación, la Universidad CESMAG se encontrará debidamente habilitada para continuar con la publicación del Trabajo de Grado o de Aplicación dentro del repositorio institucional. Conozco(conocemos) que esta autorización podrá revocarse en cualquier momento, siempre y cuando se eleve la solicitud por escrito para dicho fin ante la Universidad CESMAG. En estos eventos, la Universidad CESMAG cuenta con el plazo de un mes después de recibida la petición, para desmarcar la visualización del Trabajo de Grado o de Aplicación del repositorio institucional.
- b) Se autoriza a la Universidad CESMAG para publicar el Trabajo de Grado o de Aplicación en formato digital y teniendo en cuenta que uno de los medios de publicación del repositorio institucional es el internet, acepto(amos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación circulará con un alcance mundial.
- c) Acepto (aceptamos) que la autorización que se otorga a través del presente documento se realiza a título gratuito, por lo tanto, renuncio(amos) a recibir emolumento alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y/o cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente autorización y de la licencia o programa a través del cual sea publicado el Trabajo de grado o de Aplicación.
- d) Manifiesto (manifestamos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación es original realizado sin violar o usurpar derechos de autor de terceros y que ostento(amos) los derechos patrimoniales de autor sobre la misma. Por consiguiente, asumo(asumimos) toda la responsabilidad sobre su contenido ante la Universidad CESMAG y frente a terceros, manteniéndola indemne de cualquier reclamación que surja en virtud de la misma. En todo caso, la Universidad CESMAG se compromete a indicar siempre la autoría del escrito incluyendo nombre de(los) autor(es) y la fecha de publicación.
- e) Autorizo(autorizamos) a la Universidad CESMAG para incluir el Trabajo de Grado o de Aplicación en los índices y buscadores que se estimen necesarios para promover su difusión. Así mismo

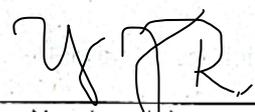
autorizo (autorizamos) a la Universidad CESMAG para que pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

NOTA: En los eventos en los que el trabajo de grado o de aplicación haya sido trabajado con el apoyo o patrocinio de una agencia, organización o cualquier otra entidad diferente a la Universidad CESMAG. Como autor(es) garantizo(amos) que he(hemos) cumplido con los derechos y obligaciones asumidos con dicha entidad y como consecuencia de ello dejo(dejamos) constancia que la autorización que se concede a través del presente escrito no interfiere ni transgrede derechos de terceros.

Como consecuencia de lo anterior, autorizo(autorizamos) la publicación, difusión, consulta y uso del Trabajo de Grado o de Aplicación por parte de la Universidad CESMAG y sus usuarios así:

- Permiso(permitimos) que mi(nuestro) Trabajo de Grado o de Aplicación haga parte del catálogo de colección del repositorio digital de la Universidad CESMAG por lo tanto, su contenido será de acceso abierto donde podrá ser consultado, descargado y compartido con otras personas, siempre que se reconozca su autoría o reconocimiento con fines no comerciales.

En señal de conformidad, se suscribe este documento en San Juan de Pasto a los 16 días del mes de 11 del año 2022

	<p>Ayendy Champutiz AYENDY CHAMPUTIZ</p>
<p>Nombre del autor:</p>	<p>Nombre del autor:</p>
<p style="text-align: center;">  Nombre del asesor: </p>	