

	GESTIÓN DE RECURSOS Y SERVICIOS BIBLIOTECARIOS		Código	FO-GS-15
			VERSIÓN	02
	ESQUEMA HOJA DE RESUMEN		FECHA	03/04/2017
			PÁGINA	1 de 1
ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ		
Jefe División de Biblioteca	Equipo Operativo de Calidad	Líder de Calidad		

RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES):
 NOMBRE(S): DIANA MARCELA APELLIDOS: GONZALEZ VILLAMIZAR
 NOMBRE(S): DAVID ALEXANDER APELLIDOS: SOLIS CAMACHO
 FACULTAD: INGENIERÍA
 PLAN DE ESTUDIOS: INGENIERÍA INDUSTRIAL
 DIRECTOR:
 NOMBRE(S): RAQUEL IRENE APELLIDOS: LAGUADO RAMÍREZ
 CO-DIRECTOR:
 NOMBRE(S): FANNY YURLEY APELLIDOS: HERNÁNDEZ VILLAMIZAR
 TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR EN LA CIUDAD DE CÚCUTA EN EL PERIODO 2016-2018

RESUMEN

Este proyecto se basó en la caracterización del perfil emprendedor en la ciudad de Cúcuta en el periodo 2016-2018. Por lo tanto, se implementó una investigación de campo y la información se obtuvo mediante encuestas, las cuales fueron validadas por fuentes expertas. La población y muestra correspondió a las micro, pequeñas y medianas empresas ubicadas en la ciudad de Cúcuta. Se lograron documentar las características más destacadas de la población emprendedora durante el periodo respectivo. Posteriormente, se identificó el perfil de la población emprendedora de la ciudad de Cúcuta durante el período 2016-2018. Finalmente, se determinó el comportamiento empresarial de la ciudad.

PALABRAS CLAVE: caracterización poblacional, perfil emprendedor, actividades de emprendimiento.

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 127 **PLANOS:** **ILUSTRACIONES:** **CD ROOM:** 1

Copia No Controlada

CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR EN LA CIUDAD DE CÚCUTA EN
EL PERIODO 2016-2018

DIANA MARCELA GONZALEZ VILLAMIZAR
DAVID ALEXANDER SOLIS CAMACHO

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE INGENIERÍA
PLAN DE ESTUDIOS DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2021

CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR EN LA CIUDAD DE CÚCUTA EN

EL PERIODO 2016-2018

DIANA MARCELA GONZALEZ VILLAMIZAR

DAVID ALEXANDER SOLIS CAMACHO

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

Ingeniero industrial

Directora:

RAQUEL IRENE LAGUADO RAMÍREZ

Ingeniera Industrial

Codirectora:

FANNY YURLEY HERNÁNDEZ VILLAMIZAR

Ingeniera Industrial

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE INGENIERÍA

PLAN DE ESTUDIOS DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2021

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE GRADO

FECHA: 03 de Noviembre, 2021
HORA: 03:00 p.m.
LUGAR: GOOGLE MEET – CORREO INSTITUCIONAL UFPS

PLAN DE ESTUDIOS: INGENIERIA INDUSTRIAL

TÍTULO DE LA TESIS: “CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR EN LA CIUDAD DE CÚCUTA EN EL PERIODO 2016 - 2018”.

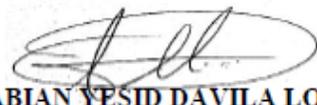
JURADOS: JUAN CARLOS BERMUDEZ CARRILLO
FABIAN YESID DAVILA LOPEZ

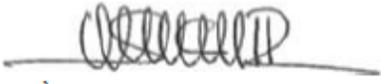
DIRECTOR: RAQUEL IRENE LAGUADO RAMIREZ
CODIRECTOR: FANNY YURLEY HERNANDEZ VILLAMIZAR

<i>NOMBRE DEL ESTUDIANTE</i>	<i>CODIGO</i>	<i>CALIFICACIÓN</i>	<i>NÚMERO LETRA</i>
DIANA MARCELA GONZALEZ VILLAMIZAR	1192803	cuatro, cuatro	4,4
DAVID ALEXANDER SOLIS CAMACHO	1192795	cuatro, cuatro	4,4

APROBADA


JUAN CARLOS BERMUDEZ CARRILLO


FABIAN YESID DAVILA LOPEZ


Vo.Bo ÓSCAR MAYORGA TORRES
Director Plan de Estudios Ingeniería Industrial
Magda M



**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA
LA CONSULTA, LA REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y LA PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO**

Cúcuta,

Señores
BIBLIOTECA EDUARDO COTE LAMUS
Ciudad

Cordial saludo:

Yo DIANA MARCELA GONZALEZ VILLAMIZAR identificada con la C.C. N° 1.093.793.753 junto a mi compañero DAVID ALEXANDER SOLIS CAMACHO identificado con la C.C. N° 1.093.787.925 autor(es) de la tesis y/o trabajo de grado titulado CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR EN LA CIUDAD DE CÚCUTA EN EL PERIODO 2016-2018 presentado y aprobado en el año 2021 como requisito para optar al título de INGENIERO INDUSTRIAL; autorizo(amos) a la biblioteca de la Universidad Francisco de Paula Santander, Eduardo Cote Lamus, para que con fines académicos, muestre a la comunidad en general a la producción intelectual de esta institución educativa, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado en la página web de la Biblioteca Eduardo Cote Lamus y en las redes de información del país y el exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad Francisco de Paula Santander.
- Permita la consulta, la reproducción, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato CD-ROM o digital desde Internet, Intranet etc.; y en general para cualquier formato conocido o por conocer.

Lo anterior, de conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la ley 1982 y el artículo 11 de la decisión andina 351 de 1993, que establece que **“los derechos morales del trabajo son propiedad de los autores”**, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

Marcela Gonzalez

DIANA MARCELA GONZALEZ VILLAMIZAR
C.C.1.093.793.753

David Solis C.

DAVID ALEXANDER SOLIS CAMACHO
C.C.1.093.787.925

Contenido

	pág.
Introducción	17
1. Problema	19
1.1 Título	19
1.2 Planteamiento del Problema	19
1.3 Formulación del Problema	21
1.4 Justificación	21
1.4.1 A nivel de la empresa	21
1.4.2 A nivel del estudiante	22
1.5 Objetivos	22
1.5.1 Objetivo general	22
1.5.2 Objetivos específicos	22
1.6 Alcances y Limitaciones	23
1.6.1 Alcances	23
1.6.2 Limitaciones	23
2. Marco Referencial	24
2.1 Antecedentes	24
2.2 Marco Contextual	27
2.2.1 Generalidades de la ciudad	27
2.2.1.1 Población	27
2.2.1.2 Cierre de la frontera a través de los años	29
2.2.1.3 Distribución por actividad económica	30
2.2.1.4 Nuevas empresas	31

2.3 Marco Teórico	32
2.3.1 Generalidades del emprendimiento	32
2.3.2 El emprendedor	33
2.3.2.1 Capacidades y competencias	35
2.3.3 Tipos de emprendedor	37
2.3.4 Características del emprendedor	38
2.4 Marco Conceptual	38
2.5 Marco Legal	41
3. Diseño Metodológico	43
3.1 Tipo de Investigación	43
3.2 Población y Muestra	43
3.2.1 Población	43
3.2.2 Muestra	44
3.3 Instrumentos para la Recolección de la Información	45
3.3.1 Fuentes primarias	45
3.3.2 Fuentes secundarias	45
3.4 Análisis de la Información	46
4. Caracterización del perfil Emprendedor en la Ciudad de Cúcuta en el Periodo 2016-2018	47
4.1 Caracterización del Perfil de la Población Emprendedora de la Ciudad de Cúcuta Durante la Crisis Fronteriza, Años 2016-2018, para Efectos de la Identificación de sus Actuaciones Frente a esta Situación Específica	47
4.1.1 Resultados de la encuesta relacionado con las características del emprendimiento	56
4.2 Identificación del Perfil de la Población Emprendedora de la Ciudad de Cúcuta Durante el Período 2016-2018, con base a la Información Recolectada	78

4.2.1 Variables que hacen referencia a la identificación del perfil emprendedor en la ciudad de Cúcuta	80
4.2.1.1 Iniciativa	80
4.2.1.2 Fortaleza ante las dificultades	80
4.2.1.3 Capacidad de asumir riesgos	80
4.2.1.4 Capacidad de toma de decisiones	80
4.2.1.5 Flexibilidad	80
4.2.1.6 Capacidad de aprendizaje	80
4.2.1.7 Organización y planificación del tiempo de trabajo	80
4.2.1.8 Confianza en sí mismo	81
4.2.1.9 Afán del logro	81
4.2.1.10 Visión de empresa	81
4.2.1.11 Percepción del entorno social y proceso emprendedor	81
4.2.1.12 Visión frente a la crisis	81
4.2.2 Categorías de análisis	81
4.2.3 Resultados del perfil de la población emprendedora durante el periodo 2016-2018	83
4.3 Determinación del Comportamiento Empresarial de la Ciudad, Conforme a los Resultados Arrojadados en la Caracterización, con lo cual se Establezca la Identificación de las Actividades de Emprendimiento, Propuestas de Valor y Tipologías de Negocios	96
4.3.1 Estrategias para fortalecer el emprendimiento	97
4.3.2 Lecciones aprendidas por el cierre de la frontera	100
4.3.3 Estrategias de comportamiento para el emprendedor de la ciudad de Cúcuta	103
5. Conclusiones	105

6. Recomendaciones	107
Referencias Bibliográficas	109
Anexos	113

Lista de Figuras

	pág.
Figura 1. Cronología del cierre de la frontera	29
Figura 2. Distribución por actividad económica	30
Figura 3. Nuevas empresas	31
Figura 4. Esquema de la coherencia del proyecto con la zona de compatibilidad del creador	32
Figura 5. Enfoques para estudiar el perfil del emprendedor	34
Figura 6. Tipos de emprendedor	37
Figura 7. Características del emprendedor	38
Figura 8. Diagrama de flujo	49
Figura 9. Resultado del sector económico al que pertenece la empresa	56
Figura 10. Resultado de la orientación en la comercialización de los productos	59
Figura 11. Resultado del número de empleados vinculados a las empresas	59
Figura 12. Tipo de estructura organizacional de los emprendimientos	60
Figura 13. Personas que forman parte de las decisiones emprendedoras en la organización	61
Figura 14. Enfoque de las capacidades distintivas por empresa	61
Figura 15. Caracterización de la tecnología de la empresa	62
Figura 16. Mecanismos de la tecnología existente	63
Figura 17. Tiempo transcurrido de la compra de un programa para mejoramiento de productos o procesos	63
Figura 18. Innovaciones realizadas en los productos	64
Figura 19. Innovaciones en los procesos	65
Figura 20. Productos nuevos o mejorados introducidos en el mercado	65
Figura 21. Última capacitación en procesamiento y diseño de productos	66

Figura 22. Inversiones realizadas para llevar a cabo el emprendimiento en los últimos 3 años	67
Figura 23. Financiamiento inicial	67
Figura 24. Aspectos financieros de la empresa	68
Figura 25. Capital de trabajo inicial, aspectos financieros	69
Figura 26. Liquidez actual, aspectos financieros	69
Figura 27. Nivel de endeudamiento, aspectos financieros	70
Figura 28. Nivel de actividad, aspectos financieros	70
Figura 29. Nivel de rentabilidad, aspectos financieros	71
Figura 30. Impacto regional	72
Figura 31. Capital político, impacto regional	73
Figura 32. Capital humano, formación de capital humano, impacto regional	73
Figura 33. Capital humano, conocimiento sobre emprendimiento, impacto regional	74
Figura 34. Capital económico, inversiones, impacto regional	74
Figura 35. Capital económico, ingresos, impacto regional	75
Figura 36. Capital económico, rentabilidad impacto regional	75
Figura 37. Capital social, redes de contacto, impacto regional	76
Figura 38. Capital social, asociatividad, impacto regional	76
Figura 39. Capital social, compromiso social, impacto regional	77
Figura 40. Capital social, preservación del medio ambiente, impacto regional	77
Figura 41. Resultados del perfil de la población emprendedora	92
Figura 42. Perfil del emprendedor de la ciudad de Cúcuta	95
Figura 43. Afectación por crisis fronteriza	96
Figura 44. Estrategias más usadas para afrontar cierre de frontera en Cúcuta	99

Figura 45. Lecciones aprendidas por los emprendedores de la ciudad de Cúcuta durante el cierre de la frontera

Lista de Tablas

	pág.
Tabla 1. Muestra	45
Tabla 2. Empresas prueba piloto	50
Tabla 3. Empresas seleccionadas como parte de la muestra, para la recolección de información	52
Tabla 4. Principales productos y/o Servicios comercializados o elaborados en la ciudad de Cúcuta	57
Tabla 5. Categoría de análisis	81
Tabla 6. Estrategias adaptadas al emprendimiento por ciertas empresas de manera Individual	97
Tabla 7. Estrategias adaptadas al emprendimiento por ciertas empresas de manera mixta	98
Tabla 8. Lecciones únicas aprendidas por ciertas empresas	100
Tabla 9. Lecciones aprendidas de forma mixta por ciertas empresas	101

Lista de Anexos

	pág.
Anexo 1. Instrumento de recolección	114
Anexo 2. Evidencia fotográfica de la aplicación del instrumento	122
Anexo 3. Evidencia fotográfica - correos no existentes	125
Anexo 4. Evidencia fotográfica de empresas no existentes en la actualidad	126

Resumen

Este proyecto se basó en la caracterización del perfil emprendedor en la ciudad de Cúcuta en el periodo 2016-2018. Para ello, se implementó una investigación de campo, la cual permitió conocer lo que hacen las personas realmente, logrando validar de forma más precisa la información, en este caso aplicada a la población emprendedora de la ciudad. La información se obtuvo mediante encuestas las cuales fueron validadas por fuentes expertas con el fin de determinar la confiabilidad de este proyecto. La población y muestra correspondió a las micro, pequeñas y medianas empresas ubicadas en la ciudad de Cúcuta, las cuales presentan activos entre 125 hasta 5000 SMMLV, en sectores económicos relacionados con: industrias manufactureras, comercio al por mayor y por menor y alojamiento y servicio de comida. Se logró caracterizar el perfil de la población emprendedora de la ciudad de Cúcuta durante de la crisis fronteriza, años 2016-2018, para efectos de la identificación de sus actuaciones frente a esta situación específica. Seguidamente, se documentaron las características más destacadas de la población emprendedora durante el periodo crítico, para efectos de análisis y deducción del perfil emprendedor empresarial de la ciudad. Posteriormente, se identificó el perfil de la población emprendedora de la ciudad de Cúcuta durante el período 2016-2018, con base a la información recolectada. Finalmente, se determinó el comportamiento empresarial de la ciudad, conforme a los resultados arrojados en la caracterización, con el cual se estableció la identificación de las actividades de emprendimiento, propuestas de valor y tipologías de negocios.

Abstract

This project was based on the characterization of the entrepreneurial profile in the city of Cúcuta in the period 2016-2018. For this, a field investigation was implemented, which allowed us to know what people really do, achieving a more precise validation of the information, in this case applied to the entrepreneurial population of the city. The information was obtained through surveys which were validated by expert sources in order to determine the reliability of this project. The population and sample corresponded to micro, small and medium-sized companies located in the city of Cúcuta, which present assets between 125 and 5000 SMMLV, in economic sectors related to: manufacturing industries, wholesale and retail trade, and accommodation and service. of food. It was possible to characterize the profile of the entrepreneurial population of the city of Cúcuta during the border crisis, years 2016-2018, for the purpose of identifying their actions in the face of this specific situation. Next, the most outstanding characteristics of the entrepreneurial population during the critical period were documented, for purposes of analysis and deduction of the entrepreneurial entrepreneurial profile of the city. Subsequently, the profile of the entrepreneurial population of the city of Cúcuta during the 2016-2018 period was identified, based on the information collected. Finally, the business behavior of the city was determined, according to the results obtained in the characterization, with which the identification of entrepreneurship activities, value proposals and business typologies was established.

Introducción

El emprendimiento es un factor clave que sirve como promotor de alternativas a la hora de dar respuesta en situaciones de crisis, se puede definir como una competencia mediante la cual se diseña una actividad comercial que tenga como finalidad lograr una ganancia económica, liderada por un emprendedor, el cual tomará el rol de líder del negocio.

Timmons (1989), manifiesta que:

El emprendimiento significa tomar acciones humanas, creativas para construir algo de valor a partir de prácticamente nada. Es la búsqueda insistente de la oportunidad independientemente de los recursos disponibles o de la carencia de estos. Requiere una visión y la pasión y el compromiso para guiar a otros en la persecución de dicha visión. También requiere la disposición de tomar riesgos calculados. (p.4)

Actualmente cualquier sociedad se ve expuesta a diferentes factores que puedan afectar directamente a su población, tal es el caso de la crisis fronteriza que se presenta entre Colombia y Venezuela, la cual perjudica directamente el desarrollo de comunidades presentes en ciudades limítrofes que afectan el territorio nacional de Colombia, en el caso de Cúcuta, Paraguachón, Maicao, Arauca entre otras, las cuales se enfrentan a una crisis económica y social debido a que su actividad principal siempre se ha desarrollado por el dinamismo comercial y económico de sus zonas de frontera.

El objetivo general del proyecto, se basó en caracterizar el perfil del emprendedor mediante la recolección de datos que permitieron conocer el comportamiento de estos en tiempo de crisis y en particular para el caso de la ciudad de Cúcuta dada la problemática ocasionada por el cierre de la

frontera Colombo – venezolana durante el periodo 2016-2018., se buscó mediante el desarrollarlo de un método analítico, un trabajo de campo donde los datos extraídos permitió conocer la realidad de la investigación abordada. El instrumento aplicado para la recolección de la información obtenida se aplicó a una muestra de 156 donde participaran emprendimientos creados entre 2016 y 2018 en los sectores objeto de estudio los cuales comprenden industrias manufactureras, comercio al por mayor y por menor, reparamiento de vehículos y motocicletas alojamiento y servicio de comida.

De acuerdo con lo anterior, se determinó cuáles son los atributos de la población emprendedora frente a la problemática presentada por la crisis de la frontera, es por esto que, a través de la investigación, se pudo analizar el perfil del emprendedor, el cual es protagonista en este tipo de situaciones, logrando conocer la forma en la que actúa en situaciones críticas, demostrando cómo a través del emprendimiento puede dar o no respuesta a las necesidades o situación problema que se desarrolla.

1. Problema

1.1 Título

CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR EN LA CIUDAD DE CÚCUTA
EN EL PERIODO 2016-2018

1.2 Planteamiento del Problema

La crisis fronteriza entre Colombia y Venezuela es una problemática que afecta directamente a la sociedad generando pobreza, desigualdad social y descontento en la población civil, por lo que Cúcuta como ciudad principal inmersa en este contexto, se ha visto seriamente afectada en su dinamismo comercial.

Según publicación del diario la Opinión, el cierre de frontera impulsó la creación de empresas, evidenciándose que en el Departamento de Norte de Santander, la conformación de dichas compañías se incrementó un 39% para el 2019, dado que la demanda de productos y servicios no atendía las necesidades, además se demostró mediante un estudio realizado por el observatorio económico de la cámara de comercio de Cúcuta, que el impacto del cierre de frontera, permitió crear cerca de 8.000 nuevas empresas por año, donde la ley 1780 del 2016 tiene gran incidencia para promover el empleo y emprendimiento juvenil. Cabe destacar que hay emprendedores venezolanos que han creado empresa en la ciudad, pero en cifras menores debido a factores como es el caso en su condición de extranjeros.

Según la cámara de comercio de Cúcuta, por información suministrada por Migración Colombia, en el primer semestre del 2018 se encontraban 870.093 venezolanos en Colombia, un año después a corte de 30 de junio de 2019 la cantidad de venezolanos aumentó un 61,8%, al

pasar a 1.408.055 venezolanos en Colombia. De estos últimos, 742.390 se encuentran en el país de forma regular (portadores de visa o cédula de extranjería, dentro del tiempo de ley establecido o portadores del Permiso Especial de Permanencia (PEP) y 665.665 de forma irregular (que han superaron el tiempo de permanencia o ingresaron sin autorización al país).

La crisis económica, por el cierre de frontera se evidencia por la falta de oportunidades de trabajo, la carencia de la demanda en el mercado y la falta de caracterización de un perfil emprendedor capaz de ser eficiente y competitivo, el cual pueda aportar soluciones y mantener el emprendimiento en momentos críticos. En este sentido, los emprendedores no cuentan con la certeza del impacto que puedan causar en la generación de una actividad económica que realmente atienda las necesidades presentes en la ciudad, por lo que se creó la necesidad de analizar sus perfiles para evaluar su comportamiento y forma de abordar la creación del comercio para lograr mantenerse. Surgió la importancia de analizar el perfil que tienen los emprendedores y la capacidad para identificar oportunidades, aprovechando los recursos disponibles y evaluando sus ideas para convertirlos en nuevos negocios, los cuales sirvan para innovar o reinventar lo que está inactivo, con el fin de trabajar y aportar al desarrollo.

De acuerdo a lo anterior, Cúcuta como ciudad principal y comercial mayormente afectada por la situación, debe buscar alternativas de solución ante la crisis, debido a esto surgen nuevas ideas de negocio en la ciudad, de allí, la importancia de identificar el perfil emprendedor, por lo que se realizó un análisis mediante la aplicación inicial de una prueba piloto de un instrumento empleado que fue aprobado por expertos y que se relacionó al macro proyecto titulado “Caracterización del emprendimiento en tiempo de crisis en la ciudad de Cúcuta por el cierre de la frontera colombo – venezolana” con el fin de analizar cómo se recopiló la información y determinar la efectividad de este, posteriormente se aplicó a la muestra total medida por 156

empresas, con el fin de identificar las características del emprendedor, y así crear las estrategias que abarquen la generación de nuevas alianzas que sirvan como promotoras en el desarrollo empresarial, logrando contribuir al crecimiento y estabilidad de la ciudad minimizando la afectación de la crisis.

1.3 Formulación del Problema

¿De qué manera se puede analizar el perfil del emprendedor en la ciudad de Cúcuta, durante el periodo 2016-2018?

1.4 Justificación

1.4.1 A nivel de la empresa. A través del estudio realizado, el sector empresarial de la ciudad de Cúcuta se conoció la importancia de identificar en qué tipo de negocios emprenden los habitantes de la ciudad, analizando cómo fue ese cambio de depender del comercio con Venezuela a generar recursos y buscar otros mercados.

La creación de negocios requiere un análisis que comprenda la caracterización del perfil del emprendedor, con el fin de generar estrategias que sirvan como soporte y guía desde el momento que se crea un emprendimiento hasta que se ejecuta, el cual aporte a que este pueda mantenerse en el mercado; dicho estudio se realizó con base en una muestra de acuerdo a la información suministrada por la cámara de comercio de la ciudad, con el fin de hacer énfasis en los sectores de manufactura, comercio al por mayor y menor, alojamiento y servicio de comida, ya que se abordó gran parte del sector comercial de la ciudad.

Este proyecto aportó a la ciudad el análisis de datos, los cuales pueden generar oportunidades en el ámbito laboral, el ecosistema emprendedor de la región, aportando a la caracterización de

personas que han sido líderes mediante el desarrollo de emprendimientos, donde se analizaron específicamente aspectos relacionados a negocios puesto en marcha entre el periodo de 2016-2018, abarcando factores relacionados con el perfil, las necesidades a las que se ven expuestos, los riesgos que pueden tomar y las oportunidades que se les pueden presentar, con el fin de diseñar estrategias que ayuden a tomar decisiones que contribuyan al desarrollo en tiempos de crisis.

1.4.2 A nivel del estudiante. A partir de este tipo de análisis el estudiante generó resultados valiosos para el grupo de investigación GIINGPRO y al sector empresarial, adicionalmente, pudo adquirir competencias a la hora de crear estrategias relacionadas con el emprendimiento y la creación de empresas, los cuales ayudaron a generar habilidades que toma como referencia y lo ayuden a no fracasar en situaciones de crisis. Del mismo modo, el análisis de datos permitió al estudiante tener un panorama de lo que se vive en la región con el fin de diseñar alternativas que vayan en pro del dinamismo y activación de la economía y el mercado en una región previamente inmersa en crisis y con dificultad para el desarrollo.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general. Caracterizar el perfil de la población emprendedora de la ciudad de Cúcuta durante de la crisis fronteriza, años 2016-2018, para efectos de la identificación de sus actuaciones frente a esta situación específica.

1.5.2 Objetivos específicos. Los objetivos específicos se muestran a continuación:

Documentar las características más destacadas de la población emprendedora durante el periodo crítico, para efectos de análisis y deducción del perfil emprendedor empresarial de la

ciudad.

Identificar el perfil de la población emprendedora de la ciudad de Cúcuta durante el período 2016-2018, con base a la información recolectada.

Determinar el comportamiento empresarial de la ciudad, conforme a los resultados arrojados en la caracterización, con lo cual se establezca la identificación de las actividades de emprendimiento, propuestas de valor y tipologías de negocios

1.6 Alcances y Limitaciones

1.6.1 Alcances. El presente estudio, se centró en analizar a los emprendedores y las nuevas empresas que fueron creadas desde el cierre de frontera partiendo del año 2016 al 2018, con el fin de definir los rasgos generales del perfil emprendedor de la ciudad de Cúcuta, identificando características de este dentro del periodo establecido, para finalmente determinar la actividad de emprendimiento, propuesta de valor y tipología que se genera en la ciudad.

1.6.2 Limitaciones. El desarrollo del proyecto presentó limitaciones por la disponibilidad de tiempo por parte de las empresas encuestadas al momento de aplicar el instrumento, sin embargo, se realizó la ejecución del mecanismo a través del formulario de Google y otros medios de comunicación (WhatsApp y llamadas telefónicas) y, para ampliar la posibilidad de recolección de la información se realizó de manera presencial en aquellas empresas que cumplan con los protocolos de bioseguridad avalados por los entes territoriales.

2. Marco Referencial

2.1 Antecedentes

De la Hoz (2019). “Emprendimiento y desarrollo humano: Un análisis internacional desde el enfoque de capacidades humanas”. El documento presenta resultados sobre el impacto positivo que generan los emprendimientos, también se resalta los instrumentos de políticas públicas orientados a promover y fortalecer el espíritu empresarial, como mecanismo catalizador del progreso social. Resalta además las aptitudes y actitudes requeridas en el mundo empresarial

Esta investigación, sirvió como apoyo para el análisis de los diferentes impactos o factores que debe tener el perfil del emprendedor, sus capacidades y los diferentes recursos necesarios para materializar el acto de emprender.

García (2018). “Análisis del emprendimiento: Ecosistemas, orientación al mercado y supervivencia”. La tesis investiga tres aspectos los cuales son: Ecosistemas del emprendimiento, la orientación al mercado y la tercera, sobre las empresas de nueva creación y su supervivencia. En el primer aspecto, se analiza los ecosistemas de emprendimiento y el cómo se incorporan aquellas instituciones que tienen relación con los emprendedores de diferentes maneras según de la etapa del ciclo de vida en el que se encuentren estos; el segundo aspecto está dedicado a analizar la orientación al mercado de las iniciativas de emprendimiento lideradas por miembros de la universidad (*spin-off*). La importancia de la orientación de la investigación universitaria hacia el mercado presenta un creciente interés; por último, la tesis investiga sobre las empresas de nueva creación y su supervivencia; midiendo, en concreto, la relación que existe entre la supervivencia de empresas de nueva creación y su estructura de financiación e internacionalización.

Por lo tanto, este último aspecto fue de apoyo, ya que aportó ideas sobre la supervivencia como condición para el éxito de las empresas, identificando los factores que determinan el fracaso de estas.

Alarcón & Andrade (2020). “El emprendimiento en Colombia y sus dificultades: Un análisis desde la percepción”. Las empresas de poco recorrido también tienen un objetivo inmediato, por lo que su trabajo y proyecto son autónomos, y en la mayoría de los casos se limita a variables que finalmente terminan en errores que generan grandes costos.

Teniendo en cuenta estas variables, un estudio realizado por INCAE afirma que la debilidad principal que tiene Colombia para emprender es el capital social, puesto que no existe un ambiente de confianza para la construcción de redes de contactos con otros emprendedores e instituciones, con el fin de acceder a recursos.

El proyecto buscó mostrar la percepción de los estudiantes hacia la realidad o si, por el contrario, se fundamenta en falta de conocimiento para poder emprender en la ciudad de Bogotá debido a las variables limitantes mencionadas anteriormente como el capital, crecimiento, conocimiento, entre otras.

El proyecto sirvió de apoyo para conocer la percepción que se tiene en la parte académica como un factor para emprender y el conocimiento acerca de las diversas opciones que ofrece las entidades gubernamentales del país para el financiamiento y apoyo a la hora de emprender.

Heredia (2018). “Estado del arte de la educación para el emprendimiento en Latinoamérica”. El documento presenta información valiosa sobre las capacidades y habilidades que se deben inculcar a nivel de formación profesional para promover los conocimientos que animen el espíritu

emprendedor. La investigación brinda un aporte desde la sistematización de los estudios reportados en la literatura científica en la línea de educación para el emprendimiento, en el contexto Latinoamericano, y que sirve de referencia para otros estudios dentro de esta temática.

El proyecto mencionado anteriormente, sirvió de apoyo para la comparación de los resultados que se obtuvieron en la aplicación de las encuestas a las empresas y la influencia que tiene la formación académica y las ayudas como incubadoras en el éxito de los emprendimientos y las crisis que se presentaron.

García (2014). “Análisis de los procesos transfronterizos de cooperación empresarial en tiempos de crisis. el caso de la frontera Cúcuta, Colombia – San Cristóbal, Venezuela”. El objetivo central de este trabajo es comprender las alianzas y acuerdos que se dieron en el marco de la cooperación transfronteriza en un escenario de conflicto diplomático y su efecto en la dinámica local. El punto de partida es la ruptura de relaciones diplomáticas entre Colombia y Venezuela del año 2008 y la afectación de esta a las relaciones económicas entre ambos países. Este análisis se centró en la región fronteriza cuyas principales ciudades son Cúcuta, Colombia y San Cristóbal, Venezuela; esta región se escogió por los lazos transfronterizos que se han construido en el tiempo y la magnitud del intercambio económico. La hipótesis señala que la ruptura de relaciones diplomáticas condujo a la generación de adaptaciones por parte de los empresarios para mantener los niveles cooperación y continuar con la dinámica económica y empresarial regional. Los resultados apuntan al traslado a la construcción de redes empresariales y el traslado de los acuerdos económicos al plano de la informalidad como mecanismo de cooperación que permite sortear las barreras impuestas por los dos países

El proyecto mencionado, brindó información sobre la ruptura de las relaciones las cuales generó adaptaciones por parte de los empresarios para mantener la dinámica comercial regional.

Coronel & Paternine (2012). “Estudio de la caracterización y del perfil emprendedor de los empresarios de Ocaña”. El perfil emprendedor en los empresarios es de vital importancia pues el gerente que le gusta buscar nuevas oportunidades, investigar y asumir riesgos con el fin de lograr cambios en su organización, es el que llega a que su empresa pueda estar en un nivel muy alto, de esta manera, el estudio permitió conocer todas aquellas características del empresario desde el contexto personal, familiar y profesional, de las empresas Ocañeras.

El anterior proyecto sirvió como aporte para conocer cómo se realizó la caracterización del perfil emprendedor, sus características y cómo influyeron las mismas en este.

2.2 Marco Contextual

2.2.1 Generalidades de la ciudad. Según la Alcaldía de Cúcuta (2020), La zona urbana de Cúcuta se localiza geográficamente sobre el valle homónimo (muy cerca de la frontera con Venezuela), mientras que la rural se extiende por la cordillera Oriental (de los Andes colombianos). Sus fuentes hídricas principales son los ríos Pamplonita (del cual disfruta de 25 km de sus orillas), Zulia y Táchira. Este último establece la frontera natural entre Colombia y Venezuela. La altitud media de la ciudad es de 320 msnm, aunque en la zona rural puede llegar hasta a 2000 metros. El municipio tiene una extensión de 1176 km², que representan el 5,65% del departamento de Norte de Santander.

2.2.1.1 Población. Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (2018), en un estudio realizado al inicio de este año se estipuló una proyección sobre el aumento

de la población, la cual tendrá 777.106 habitantes, un 9 % más que la reportada por el Censo de 2018. El informe de la entidad reveló que la ciudad en junio del 2019 tenía 749.197 habitantes, es decir, 37.482 personas más que lo reportado por el Censo de 2018. Según los resultados del Censo 2018, el área metropolitana de Cúcuta tenía 944.938 habitantes y para junio de 2020, la población de los seis municipios superaría el millón de habitantes, llegando a 1.032. 024.

2.2.1.2 Cierre de la frontera a través de los años. A continuación, se evidencia mediante una cronología el comportamiento de la situación fronteriza.

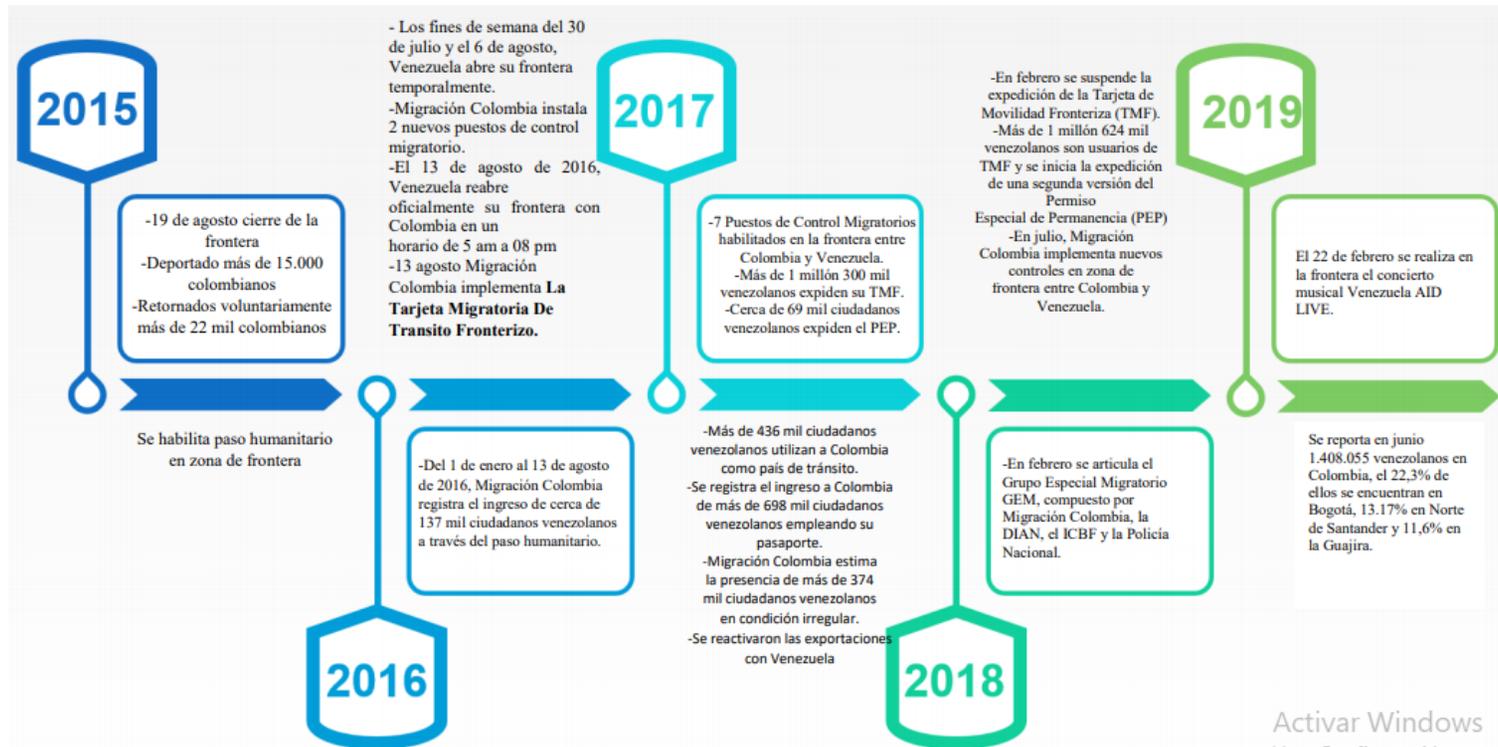


Figura 1. Cronología del cierre de la frontera

Fuente: Cámara de comercio, 2019.

2.2.1.3 Distribución por actividad económica. Con el fin de conocer los mercados en los que se registran las actividades comerciales de la ciudad, a través de la cámara de comercio se presenta la siguiente distribución.

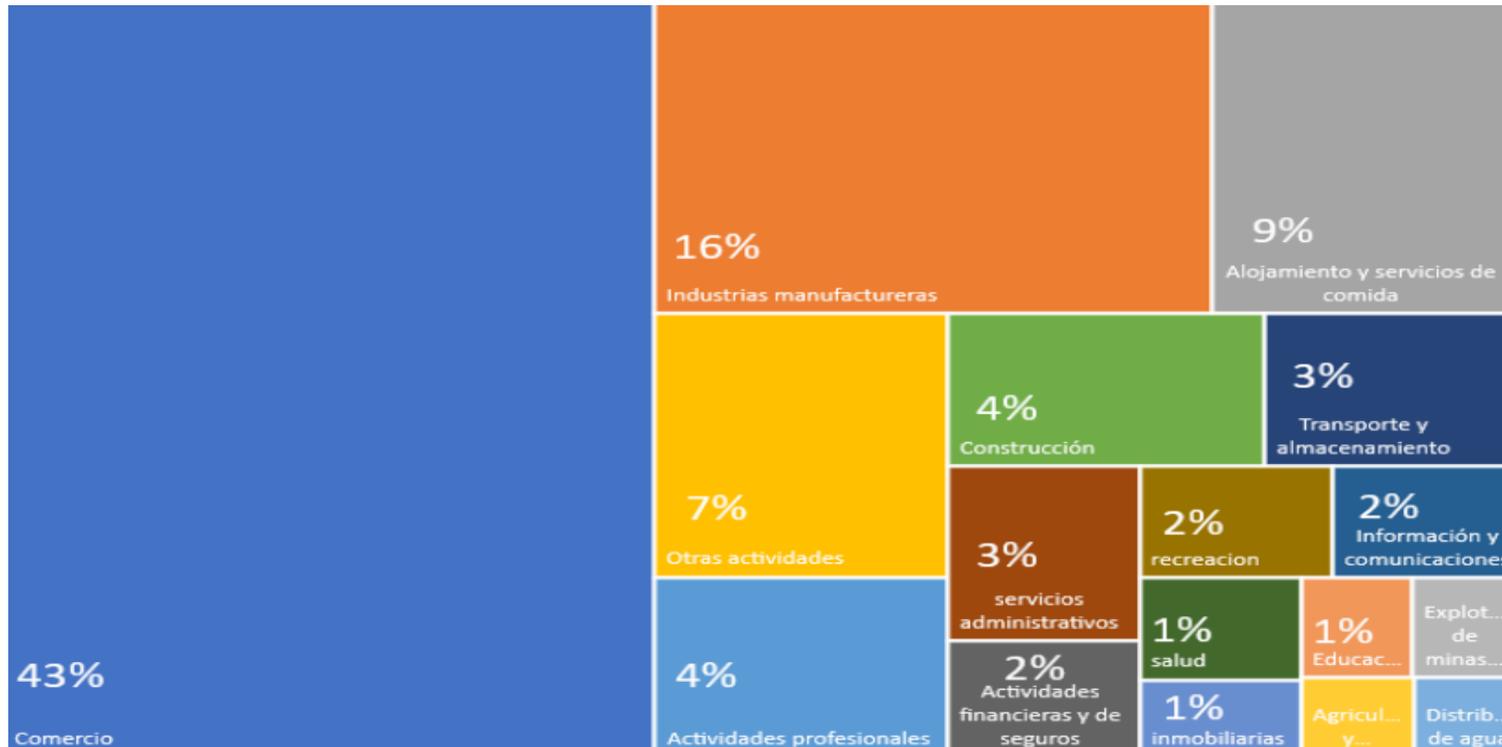


Figura 2. Distribución por actividad económica

Fuente: Registro Cámara de Comercio de Cúcuta, 2019.

De acuerdo con lo anterior, se evidencio que De las 60.397 unidades productivas inscritas en la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Cúcuta alrededor de 58.600 son microempresas es decir una 97% de tejido empresarial y de estas 45.171 están registradas con activos hasta \$5 millones es decir un 77%.

2.2.1.4 Nuevas empresas. Según la Cámara de Comercio de Cúcuta, el tejido empresarial se caracteriza por ser en su mayoría del sector terciario en donde se incluyen todas las empresas prestadoras de servicio. Este comportamiento se mantiene para las empresas creadas, dado que la mayoría son actividades comerciales, seguidas por industria manufacturera y alojamiento y servicios de comida. En promedio en los últimos 5 años se crearon alrededor de 9 mil empresas por año, dinámica importante para la economía de la región, que responde al incremento del consumo de la población actual o la demanda no atendida por Venezuela. En relación con lo anterior se muestran las cantidades de las nuevas empresas que se han creado como se evidencia en la figura 3.

ACTIVIDADES ECONÓMICAS	2015	2016	2017	2018	2019 ²	CAGR 2015-2018
Agricultura y Ganadería	128	107	146	138	143	2,5%
Explotación de minas y canteras	98	42	91	93	87	-1,7%
Industrias manufactureras	1.203	529	1.237	1.397	1619	5,1%
Construcción	359	472	360	354	361	-0,5%
Comercio	3.211	5.874	3.148	3.846	4.966	6,2%
Transporte	223	127	346	485	435	29,6%
Alojamiento y servicios de comida	804	1.383	1.107	1.365	1.498	19,3%
Información y comunicaciones	176	155	124	163	178	-2,5%
Actividades profesionales	377	448	332	336	379	-3,8%
Otras actividades	1.107	1.567	1.435	1.351	1.618	6,9%
TOTAL EMPRESAS	7.686	10.704	8.326	9.528	11.284	7,4%
CRECIMIENTO AÑO A AÑO		39%	-22%	14%	18%	

Figura 3. Nuevas empresas

Fuente: Cámara de comercio Cúcuta, 2019.

2.3 Marco Teórico

2.3.1 Generalidades del emprendimiento. Paturel (1997), presenta un esquema que denomina “La coherencia del proyecto” (Figura 1.), según el cual para que se dé efectivamente la creación de una empresa A deben confluir tres factores: aspiraciones o motivación del emprendedor, competencias y recursos, ambiente o entorno para que se dé la oportunidad de creación.

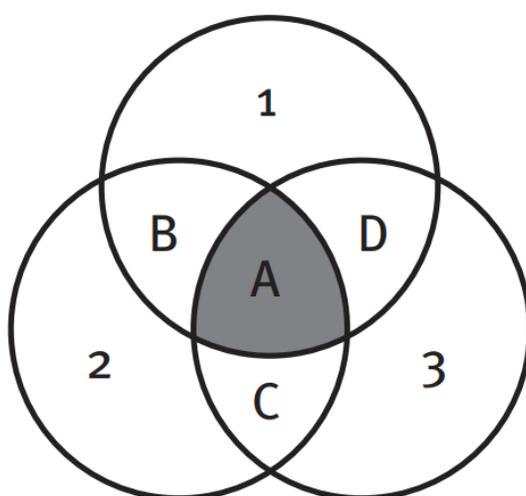


Figura 4. Esquema de la coherencia del proyecto con la zona de compatibilidad del creador

Fuente: Paturel, 1997.

Asimismo, En forma similar, Veciana (2005), enuncia los elementos que intervienen en la creación de una empresa:

1. Identificación de una oportunidad empresarial.
2. Los factores de producción (recursos materiales, inmateriales y humanos).

3. El mercado en el que va a operar la nueva empresa.
4. Combinación de los recursos y mercado objetivo.
5. Motivación del emprendedor, preparación y habilidades.

2.3.2 El emprendedor. El emprendedor como intérprete del progreso financiero de los países, ha sido centro de estudio de diversas áreas, siendo los economistas los primeros en pretender acercamientos a la caracterización del sujeto que crea una compañía y toma riesgos.

El término tiene su origen en el vocablo francés entrepreneur cuya raíz en latín es *prendre* que significa coger, atrapar, sorprender. Weber, sociólogo alemán en su obra “La ética protestante y el espíritu del capitalismo”, publicada por primera vez en 1905, describe al empresario capitalista como un individuo con una ética, una mentalidad, un código de conducta disímil, que le impulsa a la búsqueda de la propagación de su riqueza, convirtiendo así su actividad en una profesión de vida, guiada por una moral puritana (Weber, 2003). Más recientemente, autores dedicados a las áreas de la gestión también han presentado sus contribuciones en relación con este tema. Es el caso de Drucker quien define al entrepreneur como aquel empresario que es innovador, afirma que cualquier negocio pequeño y nuevo no es un emprendimiento, aunque se corran riesgos (1986). Otros investigadores afirman que para describir al emprendedor se deben tener en cuenta no sólo los atributos personales, sino también los aspectos motivacionales (Raposo, Paco & Ferreira, 2008). Así, aunque no ha sido posible llegar a un consenso sobre la caracterización del individuo emprendedor, se ha reconocido que su perfil está compuesto por una serie de factores inherentes al ser y otros que se consideran más externos.

Por lo cual, se busca caracterizar el perfil del emprendedor analizando todos los factores que conllevan al éxito de estos.

Para entender de una mejor manera el análisis, se propone una representación, que se ha construido con base en la literatura revisada y alcanza tres grandiosas perspectivas.

1. Características individuales.

2. Motivaciones.,

3. Funciones, las cuales a su vez presentan subclasificaciones (Figura 5). Algunos autores se centran en un solo enfoque, otros presentan una combinación, pero no se ha encontrado hasta el momento un estudio en el que se contemplen todos.

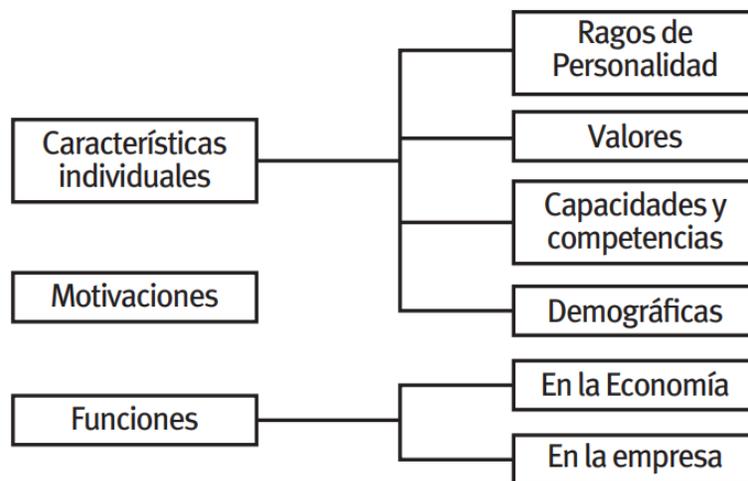


Figura 5. Enfoques para estudiar el perfil del emprendedor

Fuente: Marulanda, Montoya & Vélez, 2014..

2.3.2.1 Capacidades y competencias. López (2004), se refieren a las capacidades y competencias como las habilidades y conocimientos del individuo que resultan del progreso de las aptitudes desarrolladas a lo largo de su vida, gracias al aprendizaje y la práctica. De acuerdo con los autores este tema, ha recogido especial atención en los últimos años, con el objetivo de identificar estas características e impulsarse entre la sociedad, con el fin de establecer una cultura diferente de generar empleo, que provoque la creación de organizaciones. En este sentido se identifica al emprendedor como un individuo, con capacidad de instituir y lograr metas y un alto nivel de conciencia del ambiente en el que se desenvuelve, empleando para detectar oportunidades de negocios y tomar decisiones que pueden ser arriesgadas (Filion, 1999).

Otras de las características con las que se puede asociar objeto de estudio denominado “emprendedor” son: la creatividad, la disposición para asumir riesgos y la capacidad para solucionar problemas (Penteado, Massukado & Barón, 2009). En un estudio realizado con 50 expertos, Moriano (2001), establecen como competencias personales de los emprendedores las que se describen a continuación.

Adaptabilidad, flexibilidad para adoptar los cambios.

Autonomía, búsqueda de independencia y libertad de acción.

Capacidad de asumir riesgos, estar dispuesto a aceptar los riesgos y asumir las responsabilidades que esto supone.

Confianza en sí mismo, seguridad en la valoración sobre nosotros mismos y nuestras capacidades.

Fijación continua de objetivos, capacidad de establecer metas claras que son desafiantes pero alcanzables.

Innovación, sentirse cómodo y abierto ante las n nuevas ideas, enfoques e información.

Locus de control interno, percibe que el éxito depende de él más que de circunstancias externas.

Perseverancia, capacidad de sacrificio, empeño y determinación.

Poder de persuasión, capacidad de influir en los demás para obtener los intereses propios.

Proactividad, actuar anticipándose a los problemas futuros, necesidades o cambios.

Tolerancia a la incertidumbre, soportar tensiones y vivir con cierta inseguridad.

En relación con el riesgo, se ha mantenido que los emprendedores son tendenciosos a éste, sin embargo, no todos los autores están de acuerdo, así Contín, Larraza & Mas (2007), afirman que la investigación más actual señala que los emprendedores no tienen por qué ser más propensos al riesgo que el resto de la población, sino que podría ocurrir que sea una oportunidad para innovar con iniciativas empresariales. En una habilidad que existe más consenso es la de persuasión y conciliación, considerada una característica fundamental ya que, permite negociar mejor en el ambiente empresarial (externamente) y facilita la confianza del personal (internamente) (Armond & Nassif, 2009).

2.3.3 Tipos de emprendedor. En el mercado existen diferentes tipos de emprendedor como se muestra a continuación;

Tipos de emprendedor	Definición
Emprendedor empresarial tradicional.	Aquel que entra en un mercado de producción de bienes, que ya existen y se comercializan actualmente, sin embargo, cree que por características intrínsecas puede superar a sus competidores, bien, por haber agregado ciertas mejoras o cambios a los objetos producidos, o por ciertas ventajas inherentes a su empresa, puede dar una mejor distribución o atención a clientes, que sus competidores no han podido realizar.
Emprendedor innovador.	Cuentan con un producto innovador que permite crear un mercado nuevo o sustituir otro ya existente.
Emprendedor Comercial.	Es quien vende los productos que terceros le colocan, Agrega poco o nulo valor al objeto vendido, sin embargo, si lo hace con la atención y servicios.
Emprendedor de servicios.	A diferencia del anterior, se basa principalmente en los aportes que su personal pueda dar, aunque también venden artículos de terceros, su negocio está en la venta de aquellas habilidades que pueden poner a disposición de su clientela. Este es el más común de los emprendimientos, por ser bajo el capital inicial requerido y existir pocas barreras de entrada.
Emprendedor tecnológico.	Es aquella actividad que se basa en las nuevas tecnologías, y va desde crear apps, o adicionales, para móviles o para servicios.
Emprendedor profesional.	Es parecido al emprendedor de servicios, pero su público es mucho menor, ya que es especializado. Comercializan conocimientos específicos, y normalmente lo representan los asesores empresariales, los centros de apoyo para pymes, los coach, los centros de capacitación y los outsourcing profesionales: soportes web, diseños, medicina preventiva empresarial, etc.

Figura 6. Tipos de emprendedor

Fuente: Emprendimiento Exitoso, 2014.

2.3.4 Características del emprendedor. El estudio de los emprendedores, internos y externos ha dado lugar a una vasta literatura, alimentada desde distintas disciplinas. Sobre las características de un emprendedor se ha escrito mucho, y una lista de estas podría ser:

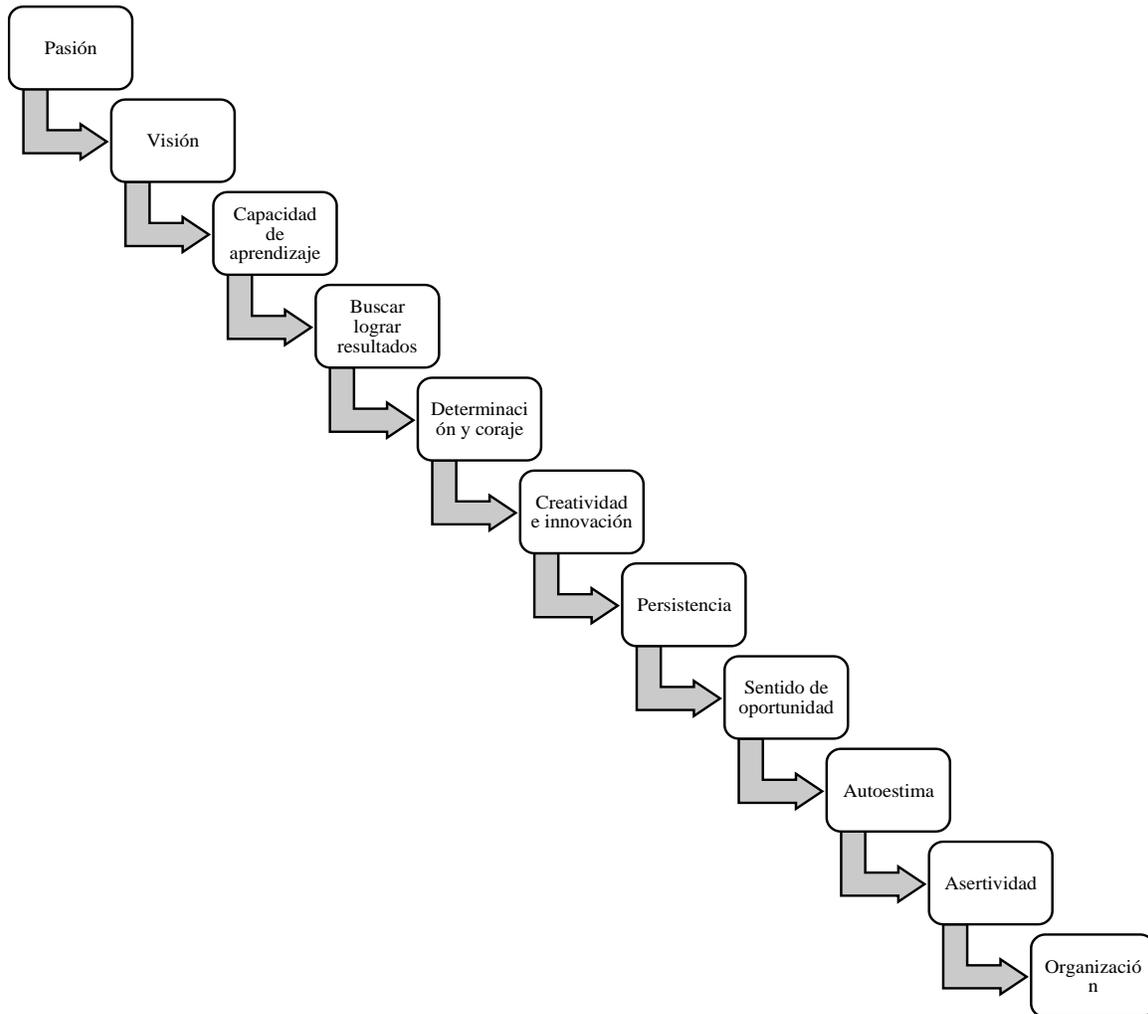


Figura 7. Características del emprendedor

2.4 Marco Conceptual

Competitividad. Es la medida en que una nación, bajo condiciones de mercado libre y leal, es capaz de producir bienes y servicios aumentando al mismo tiempo, la renta real de sus

ciudadanos (Ivancevich & Lorenzi, 1997).

Crisis Económica. Según la Real Academia Española la define como el “cambio profundo y de consecuencias importantes en un proceso o una situación, o en la manera en que estos son apreciados” (RAE, 2019, p.1).

Cultura empresarial: “Conjunto de valores, creencias y actitudes que refuerzan la convicción de la validez del esfuerzo independiente como medio de éxito y autosatisfacción” (Gibb, 1987, p.1).

Desarrollo económico. Proceso integral, socioeconómico, que implica la expansión continua del potencial económico, auto sostenimiento de esa expansión en el mejoramiento total de la sociedad. También se conoce como proceso de transformación de la sociedad (Revista Internacional del Mundo Económico y del Derecho, 2011).

Economía. “La economía es el estudio de la manera en que las sociedades utilizan los recursos escasos para producir mercancías valiosas y distribuirlas entre los diferentes individuos” (Samuelson, 2010, p.4).

Educación empresarial: La Comisión Europea define la educación empresarial como aquellas actividades de enseñanza y aprendizaje del espíritu empresarial que incluyen el desarrollo de conocimientos, capacidades, actitudes y cualidades personales adecuadas a la edad y al desarrollo de los estudiantes. Esta enseñanza y aprendizaje se aplicaría en los siguientes niveles: en la educación primaria, secundaria y superior. Por su parte, sería en el nivel superior del sistema educativo (secundario y, sobre todo universitario) donde la educación empresarial debe tratar de relacionar y canalizar estas cualidades de forma mucho más específica hacia la

creación efectiva de empresas y el autoempleo.

El Desarrollo sustentable (DS). Concepto aceptado a nivel mundial, para guiar las interacciones entre la naturaleza y la sociedad, con el fin de dominar los cambios locales y globales como cambio climático, inequidad social, pobreza, pérdida de biodiversidad, sobrepoblación y falta de recursos.

Emprendedor. Figura clave en la empresa y, a su vez, resalta algunos de los valores de éste, tales como la necesidad de logro y su talento particular en la creación y el desarrollo de planes de negocio.

Para actuar con confianza se requieren aptitudes que solamente se dan en una pequeña fracción de la población y caracterizan tanto al tipo como a la función del empresario. Esta función no consiste, esencialmente, en inventar algo ni en crear de otro modo las condiciones que la empresa explota. Consiste en lograr realizaciones. (Schumpeter, 1971, p.181)

Incubadora de empresas. Las incubadoras de empresas son instituciones que aceleran el proceso de creación, crecimiento y consolidación de empresas innovadoras a partir de las capacidades emprendedoras de los ciudadanos. Su cardinal labor consiste en transferir a los emprendedores una forma de pensar. El pensamiento empresarial. Las incubadoras son organizaciones sin ánimo de lucro, conformadas con un carácter tripartito a través de alianzas entre el sector público, privado y educativo (Sena).

Innovación. se trata de la transformación de una idea en un producto o un servicio comercializable, un procedimiento de fabricación o distribución operativo, nuevo o mejorado, o un nuevo método para proporcionar un servicio social.

Oportunidad Emprendedora. Singh (2000), define la oportunidad emprendedora como un negocio potencialmente factible que busca beneficios, que provee un nuevo producto/servicio al mercado, mejora un producto/servicio ya existente, o imita un producto/servicio rentable en un mercado no saturado.

Propuesta de valor. Es aquello que diferencia una marca de otras:

Menciona la sumatoria de todos los beneficios que se prometen a un cliente a cambio del precio cobrado. De esta forma, la propuesta de valor es una declaración explícita, clara, fácil de entender y convincente respecto al por qué el cliente debería comprar nuestros productos y no los de otros. (Ormazábal, 2016, p.1)

2.5 Marco Legal

Decreto 1192 de 2009. Por el cual se reglamenta la Ley 1014 de 2006 sobre el documento a la cultura del Emprendimiento y se dictan otras disposiciones.

Decreto 4463 de 2006. Por el cual se reglamenta el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006.

La Ley 1581 de 2012. Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales.

Las industrias creativas comprenden los sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, y/o aquellos que generen protección en el marco de los derechos de autor.

Ley 1014 del 2006. Fomento a la cultura del emprendimiento.

Ley 1258 de 2008. Estímulo para la creación de empresas. Sociedad por Acciones Simplificada

Ley 1429 de 2010. Incentivos para la formalización y generación de empleo

Ley 1834 de 2017. tiene como objeto desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas. Estas son entendidas como aquellas industrias que generan valor debido a sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual.

Ley 344 de 1996. Por la cual se dictan normas tendientes a la racionalización del gasto público, se conceden unas facultades extraordinarias y se expiden otras disposiciones

Ley 590 de 2000. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas.

Ley 789 de 2002. Artículo 40. Créase el Fondo Emprender.

3. Diseño Metodológico

3.1 Tipo de Investigación

La investigación se clasifica dentro del diseño de campo, una investigación de campo.

Según Tamayo (1967), el trabajo de campo consiste en el desplazamiento del investigador al sitio de estudio, el examen y registro de los fenómenos sociales y culturales de su interés mediante la observación y participación directa en la vida social del lugar; y la utilización de un marco teórico que da significación y relevancia a los datos sociales. En este sentido, la etnografía no es únicamente una descripción de datos, sino que implementa un tipo de análisis particular, relacionado con los prejuicios, ideología y concepciones teóricas del investigador. El investigador no solamente observa, clasifica y analiza los hechos, sino que interpreta, según su condición social, época, ideología, intereses y formación académica.

Se establece la investigación de campo, la cual permite conocer lo que hacen las personas realmente, logrando validar de forma más precisa la información, en este caso aplicada a la población emprendedora de la ciudad.

3.2 Población y Muestra

3.2.1 Población. Según Martínez (2014), “la población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación” (p.12).

El desarrollo de esta investigación comprenderá el análisis de las micro, pequeñas y medianas empresas ubicadas en la ciudad de Cúcuta, las cuales presentan activos entre 125 hasta 5000 SMMLV, en sectores económicos relacionados con: industrias manufactureras, comercio al por

mayor y por menor y alojamiento y servicio de comida. Actualmente se conoce según la base de datos de la Cámara de Comercio, que en el periodo comprendido entre 2016 y 2018 existen un total de 260 empresas, lo cual se relaciona con la participación principal de los gerentes, líderes o emprendedores.

3.2.2 Muestra. Según Sabino (1995), “la muestra constituye, solo una parte del conjunto total de la población y es poseedora de sus propias características” (p.3).

En este proyecto, se hará uso del muestreo probabilístico aleatorio estratificado, mediante el cual se realizará una clasificación de los sectores económicos donde se han realizado emprendimientos. Se obtendrá información en la Cámara de Comercio de Cúcuta, la cual permitirá tomar un análisis del comportamiento que se ha tenido en cada uno de los sectores económicos.

Para el cálculo de la muestra se tomará en cuenta la siguiente fórmula:

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

Dónde:

N: Total de la población (260).

Z: Nivel de confianza (95%).

p= probabilidad que el evento ocurra (0,5).

q= probabilidad de que el evento no ocurra (0,5).

e= nivel de error (5%).

El número de la muestra está determinado por 156 nuevos emprendimientos para el período 2016 a 2018.

Tabla 1. Muestra

Sector	Muestra (Cantidad de Empresas)
Industria Manufacturera	44
Comercio al por mayor y por menor	90
Alojamiento y servicio de comida	22
Total	156

3.3 Instrumentos para la Recolección de la Información

3.3.1 Fuentes primarias. Se empleó un instrumento de recolección de información (encuesta), el cual fue validado por fuentes expertas con el fin de determinar la confiabilidad de este, para posteriormente aplicar y conocer el perfil del emprendedor (ver anexo 1), dicho instrumento permitió definir las características del sujeto en estudio y así establecer de forma específica el perfil de dicho emprendedor en el periodo 2016-2018 y poder analizar la tipología de actividad de las empresas creadas. El instrumento que se utilizó para la recolección fue diseñado desde el proyecto de investigación FINU: “Caracterización del emprendimiento en tiempo de crisis en la ciudad de Cúcuta por el cierre de la frontera Colombo – venezolana” y fue validado por tres expertos académicos.

3.3.2 Fuentes secundarias. La revisión documental, es una fuente clave que se utilizó como instrumento de recolección de información, la cual comprendió diferentes fuentes documentales de diferentes textos, fuentes y autores, que tuvieron relación con la actividad de emprendimiento, con el fin de dar respuesta a las necesidades planteadas. Además, se utilizaron como instrumentos diferentes tipos de libros, artículos de investigación y trabajos de grado, que ayudaron a dar

soporte a la investigación.

3.4 Análisis de la Información

Con la ayuda de la tecnología informática e Internet (Microsoft Excel, Microsoft Word), se pudo realizar análisis de datos y, se optó por representarlos a través de gráficos estadísticos, además se hizo uso de la herramienta Google forms.

4. Caracterización del perfil Emprendedor en la Ciudad de Cúcuta en el Periodo 2016-2018

4.1 Caracterización del Perfil de la Población Emprendedora de la Ciudad de Cúcuta

Durante la Crisis Fronteriza, Años 2016-2018, para Efectos de la Identificación de sus Actuaciones Frente a esta Situación Específica

El estudio de caracterización dirigido a la población emprendedora de la ciudad de Cúcuta se realizó con el objetivo de conocer aspectos relacionados a la situación social y económica durante los últimos años, ya que luego del cierre de frontera colombo – venezolana, la ciudad fue protagonista clave por el dinamismo comercial que existía entre Venezuela y la zona fronteriza que abarca la ciudad. Durante el periodo de estudio y aun en la actualidad, la ciudad presenta altos índices de desempleo, informalidad, migración e incertidumbre, por eso, a través del estudio se buscó conocer el tipo de emprendimientos que existen en la ciudad, así como los riesgos, las necesidades y las oportunidades, con el fin de buscar estrategias que ayuden a orientar las decisiones de diferentes entes involucrados.

Para llevar a cabo el desarrollo del proyecto de investigación, se utilizó el instrumento de recolección de información que fue diseñado desde el proyecto de investigación FINU: “Caracterización del emprendimiento en tiempo de crisis en la ciudad de Cúcuta por el cierre de la frontera Colombo – venezolana” y fue validado por tres expertos académicos, con el fin de aplicarlo a la población objeto de estudio (ver anexo 1). Dicho instrumento se realizó a través de la herramienta Google Forms, con el fin de presentar al encuestado y al encuestador la facilidad de recopilar información y compartirla a varias personas en tiempo real.

Inicialmente se realizó una prueba piloto con el fin de conocer el comportamiento de los encuestados y vivir el proceso para afianzar detalles antes de someter la encuesta a la muestra

establecida, dicha prueba se dirigió a 15 empresas las cuales se observan en la tabla 2. A continuación, se presenta en la figura 8 el diagrama de flujo para el desarrollo del primer objetivo;

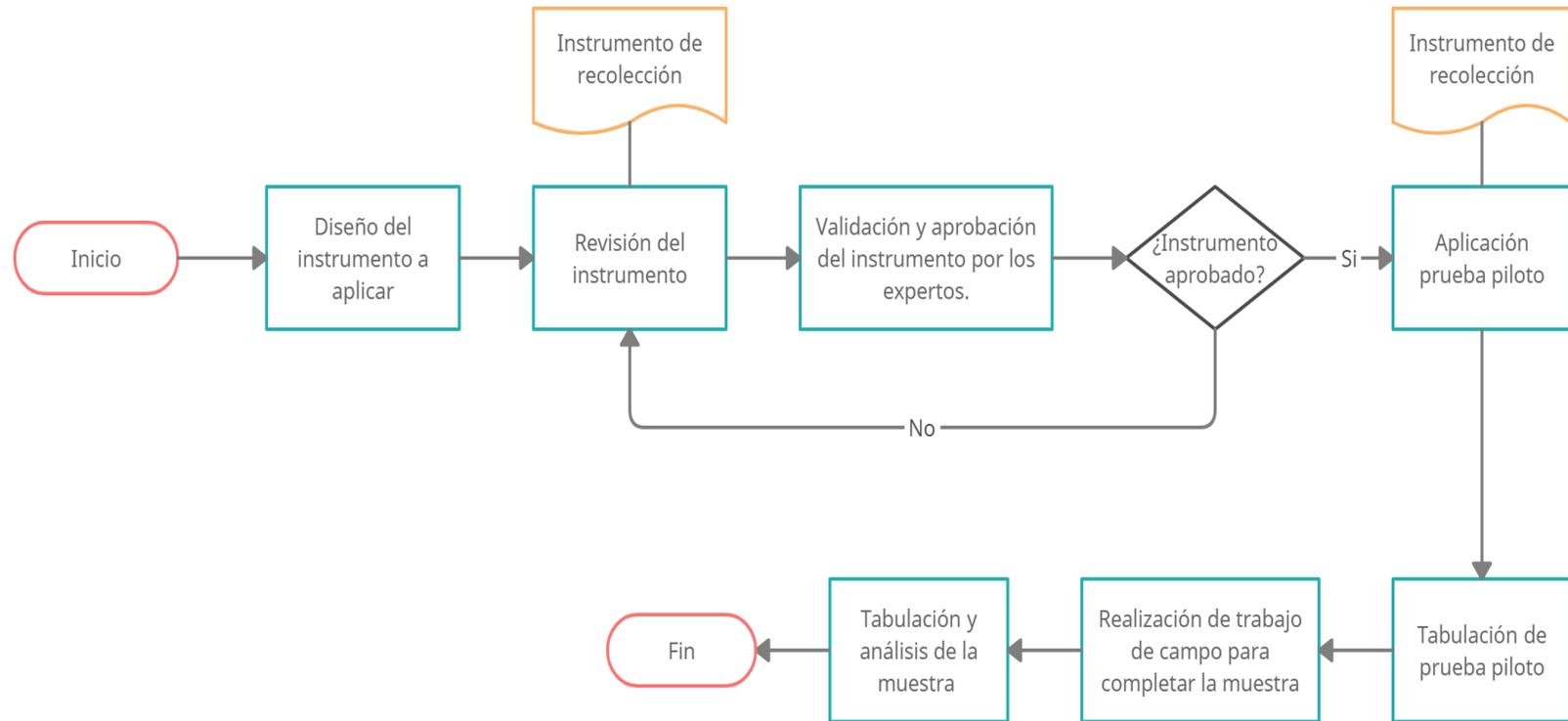


Figura 8. Diagrama de flujo

Tabla 2. Empresas prueba piloto

Empresa	Sector	Correo	Dirección		
240 INGENIERÍA	Comercio al por mayor y por menor	Lizth.0515@hotmail.com	Cl 11 nro 8-90 con Bonaire to 1 ap 101	00405 - urb. Prados del este	54001 - Cúcuta
BBCD INGENIERIA Y SERVICIOS OUTSORCING S.A.S.	Comercio al por mayor y por menor	Lalabc06@hotmail.com	Cl 17 av 1e 1e-10	00235 - caobos	54001 - Cúcuta
BONN GUSTO TORTAS Y HOJALDRES	Alojamiento y servicio de comida	Bonngusto2018@gmail.com	Av 0 nro 19 - 52	00240 - blanco	54001 - Cúcuta
BURBANO CONTRERAS NAVAS S.A.S	Alojamiento y servicio de comida	Burbanocontrerasnavas@gmail.com	Cl 17 av 1e 1e-10	00235 - caobos	54001 - Cúcuta
COMERCIALIZADORA JEREB	Industria manufacturera	Comercializadorajereb@gmail.com	Cl 10 nro 10-42	00103 - el llano	54001 - Cúcuta
EXPORT SUELAS SAS	Industria manufacturera	Export.suelas.sa@hotmail.com	Av 5 nro 7n - 70	00541 - zona industrial	54001 - Cúcuta
FAIRUX JEANS SAS	Industria manufacturera	Fairuxjeans@hotmail.com	Cl 10 8 59	00104 - el centro	54001 - Cúcuta
FULL CAPS COLOMBIA SAS	Industria manufacturera	Fullcapsucuta@hotmail.com	Av 6 8 25 lc 301 cc providencia	00104 - el centro	54001 - Cúcuta
HYM PELETERIA SAS	Comercio al por mayor y por menor	Hgsas03@gmail.com	Cl 10 nro.9-59	00104 - el centro	54001 - Cúcuta
INDUSTRIAS ALIMENTICIAS TOMASA SAS	Industria manufacturera	Gerencia@tomalaricamasa.com	Cl 11n nro. 10e-18	00515 - Guaimaral	54001 - Cúcuta
ITALCOLOR - POLIPIGMENTOS	Industria manufacturera	Italcolor21@gmail.com	Cl 11 nro. 15-49	00106 - el contento	54001 - Cúcuta
JOYAS Y ACCESORIOS ZAFIRO ROJO S.A.S.	Comercio al por mayor y por menor	Fdg.4011@hotmail.com	Av 7 nro. 8-50 lc 110 cc pasaje San Antonio	00104 - el centro	54001 - Cúcuta
PELETERIA E INSUMOS RUBEN ARO SAS	Comercio al por mayor y por menor	Arciniegas_82@hotmail.com	Cl 10 nro. 10-24	00103 - el llano	54002 - Cúcuta
PISOS Y GRES SU ALMACEN CONTYRUCTOR SAS	Comercio al por mayor y por menor	Constructor.pisosygres@gmail.com	Av 5 nro 5 42	00423 - San Luis	54001 - Cúcuta
ROJAS MARTHA YANETH	Comercio al por mayor y por menor	Ariannagissell1110@gmail.com	Cl. 9 nro. 6-46 lc. 097 c.c. plaza de los andes	00104 - el centro	54001 - Cúcuta

Fuente: Cámara de comercio Cúcuta, 2021.

El análisis se desarrolló evaluando una muestra de 156 empresas con el objetivo de aportar información relevante dirigida a consolidar las características del emprendimiento, perfil del emprendedor, acciones y percepciones frente a la crisis.

Cabe resaltar que, a través del proyecto macro y recursos FINU, se obtuvo por medio de la Cámara de Comercio de Cúcuta, una base de datos, a través del sistema de consulta “compite 360” con la información de 576 empresas, las cuales se ajustaron de acuerdo con las directrices del proyecto macro denominado “Caracterización del emprendimiento en tiempo de crisis en la ciudad de Cúcuta por el cierre de la frontera Colombo – Venezolana.” Directrices que establecían que la selección de empresas para el estudio tomaría aquellos emprendimientos que registraran un total de activos entre 50 y 500 SMMLV, por lo cual la muestra se redujo a 397.

Para el desarrollo de recolección de información se realizó un trabajo de campo que consistía en visitar empresas diariamente, en las cuales se solicitaba al encuestador responder las preguntas del instrumento de trabajo y se desarrollaba el proceso de manera exitosa, sin embargo, en ocasiones se negaban a suministrar la información por cuestiones de tiempo, ausencia por parte del emprendedor o administrador e incluso por desinterés. Es importante mencionar algunas evidencias que se reflejaron mediante el trabajo de campo, como la inexistencia de algunos emprendimientos relacionados en la base de datos suministrada por la cámara de comercio, donde algunas veces la dirección no coincidía y donde a través de la confirmación de llamadas telefónicas, se conoció que eran empresas que ya habían cerrado sus puertas en su mayoría a causa de la pandemia. Durante el desarrollo también se tuvo que recurrir a contactar empresas a través de correo electrónico, llamadas telefónicas y vía WhatsApp, con el fin de obtener información de los emprendimientos objeto de estudio y facilitar la recolección y aplicación de instrumentos para el total de las empresas de la muestra.

A continuación, se detalla el listado de empresas que suministraron información para el desarrollo del proyecto.

Tabla 3. Empresas seleccionadas como parte de la muestra, para la recolección de información

Nº	EMPRESA	SECTOR ECONOMICO
1	240 ingeniería	Comercio al por mayor y por menor
2	3j flowers S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
3	Alejandro Camargo	Comercio al por mayor y por menor
4	Alianza Serco S.A.S.	Comercio al por mayor y por menor
5	Alimentos Cárnicos Orense S.A.S	Industria manufacturera
6	Aluminios Nacionales Imas S.A.S.	Industria manufacturera
7	Arenax	Comercio al por mayor y por menor
8	Auto repuestos JJ Gutiérrez S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
9	Autoparts 69 pf S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
10	BBCD ingeniería y servicios outsourcing S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
11	Bechara Nuñez Arlette Teresita	Industria manufacturera
12	BioCúcuta S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
13	Biomédical del Norte S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
14	Bodegón del pan los Caobos S.A.S	Alojamiento y servicio de comida
15	Bonn gusto tortas y hojaldres	Alojamiento y servicio de comida
16	Burbano contreras navas S.A.S	Alojamiento y servicio de comida
17	Calzado extraction San cam S.A.S	Industria manufacturera
18	Campexo S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
19	Carbocoque del oriente S.A.S	Industria manufacturera
20	Carbogroup S.A.S	Industria manufacturera
21	Carbones bonanza S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
22	Carbones el progreso conquista dos	Industria manufacturera
23	Carbones la Tolva S.A.S	Industria manufacturera
24	Carbones mariscal S.A.S	Industria manufacturera
25	Carbones Márquez S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
26	Carnes Montealegre S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
27	Castro Ferretería & construcciones S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
28	Castro Villamizar Yamid Jesus	Comercio al por mayor y por menor
29	Celosias Spain - col S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
30	Chair plus design	Comercio al por mayor y por menor
31	Comercializadora Alecar S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
32	Comercializadora aluminios Casaglass S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
33	Comercializadora Atlantic truck parts S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
34	Comercializadora Cosbell Profesional S.A.S	Comercio al por mayor y por menor

N°	EMPRESA	SECTOR ECONOMICO
35	Comercializadora Divensa H&G S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
36	Comercializadora Ferrealuminios Cúcuta S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
37	Comercializadora Hendz Shoes S.A.S	Industria manufacturera
38	Comercializadora internacional American Tropy Fruit S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
39	Comercializadora Jereb	Industria manufacturera
40	Comercializadora la nueva sierra S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
41	Comercializadora lubricantes el sol S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
42	Comercializadora y distribuidora reyes cornejo S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
43	Compra Venta Plaza Dorada	Comercio al por mayor y por menor
44	Conectores Funher BG S.A.S	Industria manufacturera
45	Confecciones MH S.A.S	Industria manufacturera
46	Confecciones MLG Group S.A.S	Industria manufacturera
47	Confecciones Sibyl S.A.S	Industria manufacturera
48	Constsuministros S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
49	Convercell S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
50	Creaciones Chipolitos S.A.S	Industria manufacturera
51	Creaciones H.R. S.A.S	Industria manufacturera
52	Creaciones Jaditex S.A.S	Industria manufacturera
53	Cute woman S.A.S	Industria manufacturera
54	Deposito Cúcuta gres Samuel Parada Ascencio	Comercio al por mayor y por menor
55	Dismednort S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
56	Disquisan S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
57	Distribuciones Avicor S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
58	Distribuciones Medicas Delphi S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
59	Distribuidora Fajul S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
60	Distribuidora norte santandereana de repuestos S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
61	Distribuidora Rodicas S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
62	Distribuidora y servicios Biotach S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
63	Droguería Provemedica S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
64	Droguería Superdescuentos MYC S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
65	Droguería Venesalud & vida S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
66	El Punto del Mercado	Comercio al por mayor y por menor
67	Empaquetadora Villa S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
68	Engineering Marketing of Minerals S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
69	Estación de servicio Hércules S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
70	Estación de servicio Tonchala S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
71	Export Suelas S.A.S	Industria manufacturera
72	Fairux Jeans S.A.S	Industria manufacturera
73	Ferretería Estévez S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
74	Frenos Gamboa Hernández S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
75	Fruto Bendito Café	Alojamiento y servicio de comida

N°	EMPRESA	SECTOR ECONOMICO
76	Full Caps Colombia S.A.S	Industria manufacturera
77	Gloss & Glow S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
78	Gomelitos Store	Comercio al por mayor y por menor
79	Gomez Aguilar Javier Orlando	Comercio al por mayor y por menor
80	Goysan S.A.S	Industria manufacturera
81	Grupo Empresarial Clúster S.A.S	Industria manufacturera
82	Grupo Empresarial Familia Unión Trabajo S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
83	Grupo Empresarial JMBC S.A.S	Industria manufacturera
84	Grupo Empresarial Lirio del Campo S.A.S	Industria manufacturera
85	Grupo Empresarial M y L moda S.A.S	Industria manufacturera
86	Hiperpollos San Luis S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
87	Hotel Arthur Brich S.A.S	Alojamiento y servicio de comida
88	HYM Peletería S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
89	Impoamericana Roger S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
90	Importación de auto partes JMC S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
91	Importadora Vesga Lara S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
92	Industria alimenticia Goodys S.A.S	Industria manufacturera
93	Industrias Alimenticias Tomasa S.A.S	Industria manufacturera
94	Industrias space S.A.S	Industria manufacturera
95	Insumos Milán S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
96	Inversiones Karsa S.A.S / nit 901 224 654-7	Comercio al por mayor y por menor
97	Inversiones y Representaciones San Rafael S.A.S	Industria manufacturera
98	Inversiones y Suministros Menuvida S.A.S	Alojamiento y servicio de comida
99	Italcolor – Polipigmentos	Industria manufacturera
100	JCRC automatic shoes S.A.S	Industria manufacturera
101	Joyas y accesorios zafiro rojo S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
102	Kajudis S.A.S	Industria manufacturera
103	Kevintino pizza gourmet S.A.S	Alojamiento y servicio de comida
104	La Campiña	Comercio al por mayor y por menor
105	La Campiña Valenciana	Comercio al por mayor y por menor
106	Made&carp S.A.S	Industria manufacturera
107	Manufacturas Tecni Jeans S.A.S	Industria manufacturera
108	Manufacturas Yarlennys	Comercio al por mayor y por menor
109	Materiales c4	Comercio al por mayor y por menor
110	Medimarket Norte S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
111	Mekate Import S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
112	Meular S.A.S	Alojamiento y servicio de comida
113	Nochelada S.A.S	Alojamiento y servicio de comida
114	Operador Logistico J & G S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
115	Prthosource-os Dental S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
116	Parrilla Express	Alojamiento y servicio de comida
117	PAWC Exportaciones S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
118	Peletería e Insumos Rubén Aro S.A.S	Comercio al por mayor y por menor

N°	EMPRESA	SECTOR ECONOMICO
119	Peletería Insuflex S.A.S	Industria manufacturera
120	Pintupego superior S.A.S	Industria manufacturera
121	Pisos y gres su Almacén Constructor S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
122	Planeta Fotográfico Cúcuta	Industria manufacturera
123	Plastillano de Colombia S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
124	Pollos Piter & Inversiones S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
125	Proditextil Moda S.A.S	Industria manufacturera
126	Productos Siderurgicos y derivados del acero S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
127	Quinsero Soles Group S.A.S	Industria manufacturera
128	Quintex Group S.A.S	Industria manufacturera
129	Reinicia Colombia S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
130	Rodamientos Silma	Comercio al por mayor y por menor
131	Rojas Martha Yaneth	Comercio al por mayor y por menor
132	s & s Asociados S.A.S	Industria manufacturera
133	Servibombas y Piscinas S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
134	Sistemas eléctricos informáticos y telecomunicaciones S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
135	Space Blind S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
136	Suelas y Moldes Saidcar S.A.S	Industria manufacturera
137	Sumindus Columbian S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
138	Supermercado Famy Centro S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
139	Tarazona Montañez Edwin Alexander	Industria manufacturera
140	Technocell	Comercio al por mayor y por menor
141	Textiles & Manufacturas Colombia S.A.S	Industria manufacturera
142	Textiles vertex S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
143	TGC solutions S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
144	Torres impresores S.A.S	Industria manufacturera
145	Trading d luxe S.A.S.	Comercio al por mayor y por menor
146	Trajes Rodolfo Cárdenas	Comercio al por mayor y por menor
147	Tres generaciones Premium S.A.S.	Industria manufacturera
148	Trespacios American Company S.A.S.	Comercio al por mayor y por menor
149	Velandia Quimbayo Carlos Orlando	Comercio al por mayor y por menor
150	Villamizar Santiesteban Jilther Freiber	Comercio al por mayor y por menor
151	Villamizar Suescún Adonai	Comercio al por mayor y por menor
152	Vilma Aguilar	Comercio al por mayor y por menor
153	Vivamed S.A.S	Comercio al por mayor y por menor
154	Wildfruit de Colombia S.A.S.	Industria manufacturera
155	Yes extintores proveedores de seguridad industrial S.A.S.	Industria manufacturera
156	Yolin Trading Group S.A.S.	Comercio al por mayor y por menor

Fuente: Cámara de Comercio Cúcuta, 2021.

4.1.1 Resultados de la encuesta relacionado con las características del emprendimiento.

Para conocer las características del emprendimiento, el instrumento contenía preguntas relacionadas a los productos o servicios, la comercialización, el número de empleados, la estructura organizacional, las personas que toman las decisiones emprendedoras de la organización, la capacidad distintiva, la tecnología, innovaciones, capacitaciones en procesamiento de productos, inversión de emprendimiento, financiación y aspectos sociales.

La encuesta se aplicó a la muestra de 156 empresas, las cuales eran emprendimientos que pertenecían al sector de industria manufacturera, comercio al por mayor y por menor y alojamiento y servicio de comida.

La figura 9, muestra los resultados obtenidos a la pregunta de caracterización que hacía referencia al sector que pertenecía la empresa encuestada.

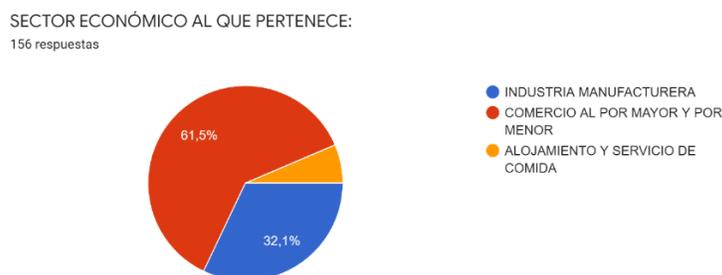


Figura 9. Resultado del sector económico al que pertenece la empresa

De la figura anterior, se puede identificar que en su mayoría los emprendimientos creados durante la crisis fronteriza, tienen mayor relación con el sector económico de comercio al por mayor y por menor, mostrándose una ponderación de 61,5%, además, se observa que el sector de Industria Manufacturera arrojó un porcentaje de 32,1% y el mercado de alojamiento y servicio de comida en menor proporción, muestra una ponderación del 6,4%.

En la pregunta relacionada a los principales productos o servicios que se ofrecen en la ciudad dentro de las empresas seleccionadas, se obtuvieron los siguientes resultados. A continuación, se puede evidenciar una tabla con los principales artículos que se comercializan, producen y ofrecen en la ciudad de Cúcuta.

Tabla 4. Principales productos y/o Servicios comercializados o elaborados en la ciudad de Cúcuta

PRODUCTOS / SERVICIOS	CANTIDAD DE COMERCIOS, INDUSTRIAS O ALOJAMIENTOS
Ropa	24
Calzado	15
Repuestos de vehículos	11
Materiales y herramientas de construcción	10
Víveres y abarrotos	8
Carbón	8
Equipos médicos	6
Equipos tecnológicos	5
Carnes	5
Medicamentos	5
Productos Químicos	4
Combustible	4
Pan	3
Comidas rápidas	3
Productos de aseo	3
Frutas	3
Bebidas	2
Productos de gres	2
Joyería	2
Productos de belleza	2
Papelería	2
Variedades	2
Arroz	2
Vestidos de baño	2
Pasabocas y masas congeladas	1
Gorras	1
Adoquines	1
Pintura para calzado	1
Servicio de consultoría y suministros	1

PRODUCTOS / SERVICIOS	CANTIDAD DE COMERCIOS, INDUSTRIAS O ALOJAMIENTOS
Empaques	1
Helado	1
Mobiliario en madera	1
Chatarra	1
Vidrios blindados	1
Sillas y Mesas Plásticas	1
Productos de seguridad industrial botas y guantes industriales	1
Alimento concentrado agrícola	1
Aluminio	1
Conectores eléctricos	1
Alimentación Hospitalaria	1
Hormigón	1
Extintores	1
Material plástico recuperado	1
Flores	1
Pintura en polvo electrostática	1
Impresión de Fotografía	1
Pizza	1
Plásticos y cauchos	1
Servicio de alojamiento	1
Telas para confección	1
Aceites, grasas, lubricantes en general	1

De acuerdo con la información suministrada por la tabla, se puede evidenciar que los principales productos elaborados y comercializados en la Ciudad de Cúcuta, hacen referencia a prendas de vestir (ropa), calzado, repuestos de vehículos, materiales para la construcción, víveres, abarroses y carbón, ya que son los que evidencian una mayor cantidad de presencia en cuanto a establecimientos y/o industrias.

En lo relacionado a la orientación de la comercialización de los productos a nivel local, regional, nacional o internacional, se evidencio lo siguiente:

2. La comercialización de mis productos se orienta hacia el mercado:
156 respuestas

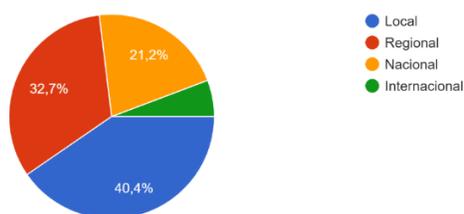


Figura 10. Resultado de la orientación en la comercialización de los productos

Con relación al gráfico anterior, se puede observar que la comercialización se orienta en mayor proporción al mercado local, lo que deja en evidencia que los emprendimientos orientan sus productos en 40,4% hacia el mercado local, el mercado regional, el cual abarca municipios y áreas metropolitanas arrojó una ponderación de 32,7%, por otro lado, los encuestados dieron a conocer que el 21,2% orienta la comercialización de sus productos a nivel nacional y solo el 5,8% proyecta la colocación y venta de productos en el mercado internacional.

Luego de realizada la encuesta en lo relacionado al número de empleados vinculados a la empresa se obtuvo la siguiente información.

3. El número de empleados vinculados a la empresa está comprendido entre:
156 respuestas

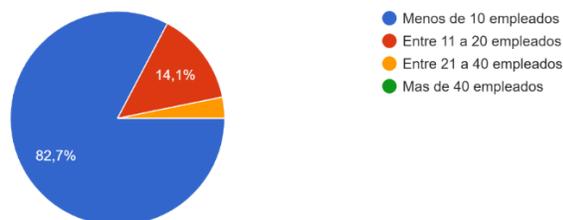


Figura 11. Resultado del número de empleados vinculados a las empresas

Con relación a la gráfica se puede decir que en su mayoría los emprendimientos de la ciudad tienen vinculados menos de 10 empleados, como se muestra en la gráfica el porcentaje es de 82,7%, las empresas que refieren contar con un número de empleados entre 11 y 20 empleados

solo arrojan un porcentaje de 14,1% y ya en menor parte empresas que vinculan entre 21 y 40 empleados solo un 3,2% del total de los emprendimientos encuestados y no se registran emprendimientos que vinculen entre 21 y 40 trabajadores.

En lo establecido para saber las características del tipo de estructura organizacional de los emprendimientos se conoció lo siguiente.



Figura 12. Tipo de estructura organizacional de los emprendimientos

El 44,2% demuestra que los emprendimientos de la ciudad se constituyen mediante una estructura organizacional por producto, lo que quiere decir que en su mayoría las empresas coordinan y ordenan las funciones entorno a un producto específico, por otro lado, el 39,7% evidencia que funcionan mediante la estructura departamentalizada, por lo que se entiende que las empresas dividen sus actividades de trabajo contribuyendo a mejorar los niveles de productividad. Un 7,7% aseguran que usan otro tipo de estructura organizacional, mientras que el 6,4% aseguraron que trabajan mediante la estructura por mercado, logrando trabajar con base al comportamiento del grupo geográfico en el que se encuentran y finalmente el 1,9% esta enmarcados en una estructura matricial en la cual se logra conocer que los emprendimientos trabajan bajo dos tipos de estructura o cadenas de mando.

Durante la aplicación del instrumento se evaluó, el número de personas que forman parte de las decisiones emprendedoras de la organización y se obtuvieron los siguientes resultados.

5. El número de personas que forman parte de las decisiones emprendedoras de la organización:
156 respuestas

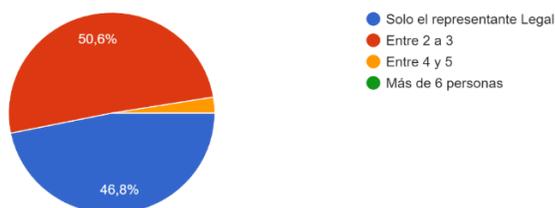


Figura 13. Personas que forman parte de las decisiones emprendedoras en la organización

Se logra evidenciar mediante la gráfica, que la toma de decisiones dentro del normal funcionamiento de los emprendimientos refleja que un 50,6% toman decisiones entre 2 y 3 personas mientras que un 46,8% deja claro que las decisiones emprendedoras solo son tomadas bajo el mando del representante legal, evidenciándose también que en ninguna de las empresas las decisiones se toman con más de 6 personas y que solo el 2,6% manifiestan que en sus empresas las resoluciones o toma de decisiones se da entre 4 o 5 personas.

Un aspecto para evaluar relacionado con las características del emprendimiento fue el enfoque de las capacidades distintivas de la empresa, donde se logró obtener lo siguiente.

6. La empresa posee capacidades distintivas enfocadas a:
156 respuestas

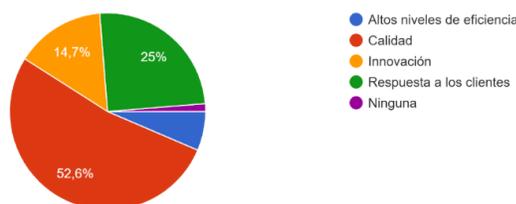


Figura 14. Enfoque de las capacidades distintivas por empresa

Con ayuda del gráfico, se puede deducir que el mayor enfoque de los emprendimientos está relacionado a la calidad y por lo tanto se arrojó un porcentaje de 52,6% en dicho enfoque, por otro lado se evidencia que las empresas enfocan sus capacidades en la respuesta de los clientes y de allí se estableció según la cantidad de la muestra que el 25%, el 14,7% de los encuestados aseguraron que la innovación es el principal protagonista y los altos niveles de eficiencia se atribuyeron a un 6,4%, destacando que el 1,3% aseguró que no aplican ningún tipo de enfoque distintivo.

Una de las características para conocer en los emprendimientos de la prueba de estudio fue la tecnología con la que cuentan y con relación a ello se obtuvo la información que se aprecia en el siguiente gráfico.

7. La tecnología con la que cuenta la empresa se caracteriza por ser:
156 respuestas

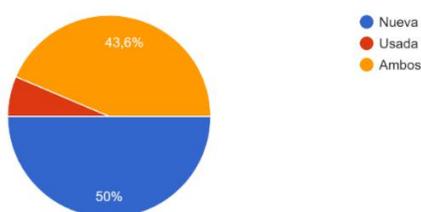


Figura 15. Caracterización de la tecnología de la empresa

Con relación a lo obtenido en la gráfica se puede deducir que el 50% de las empresas afirman que trabajan con tecnología nueva, mientras que el 43,6% dijeron que sus emprendimientos predominan tanto la tecnología nueva y usada, mientras que el 6,4% contestaron que la tecnología que utilizan en sus actividades es usada.

La tecnología que se usa en las empresas va encasillada con algún mecanismo de control y era este dicho mecanismo otra de las características de objeto de estudio, los resultados que se

obtuvieron se muestran a continuación.

8. Los mecanismos de control de la tecnología existente es:
156 respuestas

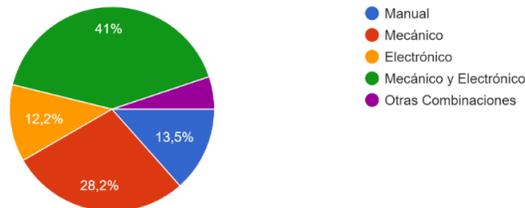


Figura 16. Mecanismos de la tecnología existente

De acuerdo a la gráfica anterior, se puede observar que el 41% de las empresas mantienen en su mayoría un mecanismo de tecnología mecánico y electrónico, seguidamente el 28,2% aseguraron que en sus emprendimientos el mecanismo es netamente mecánico, adicionalmente un 13,5% de los encuestados arrojaron que sus organizaciones trabajan con tecnología mecánica, mientras que el 12,2% manifestaron que operan con mecanismos eléctricos y finalmente el 5,1% de los empresarios contestaron que manejan otras combinaciones distintas a las establecidas.

El mejoramiento de productos o procesos se desarrolla muchas veces mediante un software, se decidió conocer mediante el instrumento el tiempo transcurrido desde la última compra de dicho programa y los encuestados contestaron de la siguiente manera.

9. El tiempo transcurrido desde la compra del último software, para el mejoramiento o desarrollo en productos o procesos es:
156 respuestas

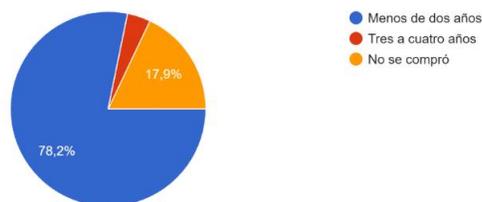


Figura 17. Tiempo transcurrido de la compra de un programa para mejoramiento de productos o procesos

Con relación a la gráfica se puede deducir que el 78,2% de las empresas en la ciudad usan algún software para el mejoramiento de sus procesos o productos, mientras que el 17,9% respondieron que aún no compran algún programa o software para aplicar en sus actividades, finalmente el 3,8% aseguro que adquirieron algún programa hace tres o cuatro años.

De acuerdo con las características de las innovaciones que se realizan dentro de los emprendimientos que se crearon en el periodo crisis fronteriza y luego de la aplicación del instrumento se evidencio lo siguiente.

10. Las innovaciones realizadas en los productos se han caracterizado por ser:
156 respuestas

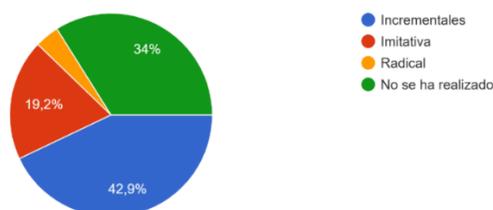


Figura 18. Innovaciones realizadas en los productos

La mayoría de los emprendedores contestaron que se realizan innovaciones en los productos que ya van incorporando ciertas mejoras por lo que se evidencia en la gráfica un 42,9%, mientras que el 34% de los encuestados aseguran que aún no realizan innovaciones en sus actividades comerciales o de fabricación, destacando que el 19,2% manifestaron que sus innovaciones en los productos son de tipo imitativo, es decir, crear imitaciones de productos que ya están en el mercado pero realizados con recursos propios. Finalmente, el 3,8% dijeron que sus innovaciones son radicales en sus productos o sea que provienen de una propuesta de valor completamente nueva.

Con relación a las innovaciones relacionadas con los procesos se obtuvo.

11. Las innovaciones realizadas en los procesos se han caracterizado por ser:
156 respuestas

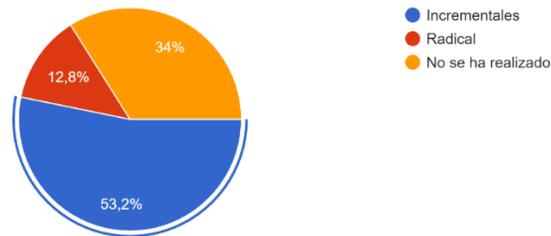


Figura 19. Innovaciones en los procesos

El 34% de los empresarios de la ciudad aseguran que no han realizado innovaciones en sus procesos, mientras que el 53,2% aseguraron que los proceso se han innovado de forma incremental y por ello se puede deducir que requieren de muchas ideas creativas para enfocarse y alcanzar un objetivo concreto en los procesos que llevan a cabo, por último, el 12,8% realizaron innovaciones en los procesos de manera radical.

Es importante conocer los productos nuevos o mejorados que se han introducido al mercado por parte de los emprendedores cucuteños, la muestra arrojó los siguientes resultados.

12. Señale el número de productos nuevos o mejorados que la empresa ha introducido al mercado en los últimos 3 años:
156 respuestas

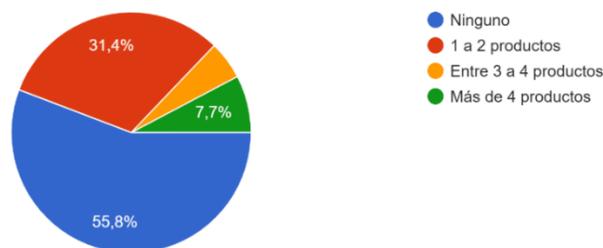


Figura 20. Productos nuevos o mejorados introducidos en el mercado

Los empresarios contestaron en un 55,8% que no han introducido productos nuevos al mercado. El 31,4% establecen que han introducido entre 1 o 2, mientras que el 7,7% aseguran que son más de 4 productos que han logrado introducir en el mercado, destacando que el 5,1% han puesto en el mercado entre 3 y 4 productos nuevos o mejorados.

En lo relacionado a la última capacitación en procesamiento y diseño de productos se evidencia lo siguiente.

13. Indique el lapso de tiempo transcurrido desde la última capacitación o entrenamiento recibida por el personal en temáticas de nuevas prácticas de diseño y procesamiento de productos:

156 respuestas

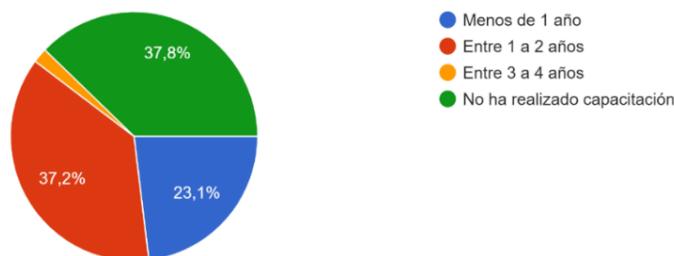


Figura 21. Última capacitación en procesamiento y diseño de productos

De acuerdo con lo evidenciado en la figura 21, el 37,8% de las respuestas relacionadas a la capacitación en procesamiento y diseño de productos establecen que no se han realizado capacitaciones en dichos temas, mientras que el 37,2% aseguran que la última capacitación fue realizada en un promedio de tiempo de entre 1 a 2 años, seguidamente el 23,1% contestaron que se capacitaron hace menos de un año, mientras que el 1,9% realizaron dicha capacitación hace 3 o 4 años.

La característica relacionada a las inversiones realizadas para llevar a cabo el progreso del negocio en los últimos tres años permitió conocer los siguientes resultados.

14. La inversión realizada para llevar a cabo el emprendimiento en los últimos tres años está entre:
156 respuestas

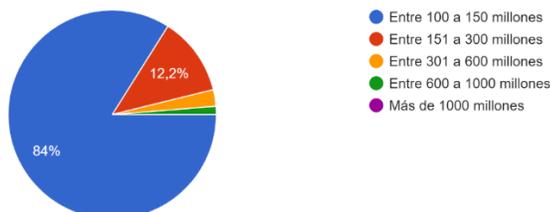


Figura 22. Inversiones realizadas para llevar a cabo el emprendimiento en los últimos 3 años

De acuerdo con los resultados obtenidos, se puede decir que el 84% de las empresas han invertido aproximadamente entre 100 y 150 millones para fortalecer sus negocios, mientras que el 12,2% se mantiene en una inversión relacionada entre los 151 y 300 millones de pesos, seguidamente el 2,6% afirmaron que han invertido entre 300 y 600 millones, finalmente el 1,3% de las empresas dijeron que su inversión ha sido alrededor de los 600 y 1000 millones. Es importante mencionar que algunos empresarios manifestaban que su inversión era menor a los 100 millones.

Una característica necesaria para el estudio también fue la manera como se hizo el financiamiento inicial. Se estableció lo siguiente.

15. Respecto al financiamiento inicial de su emprendimiento, ¿Con qué fondos creó su empresa?:
156 respuestas

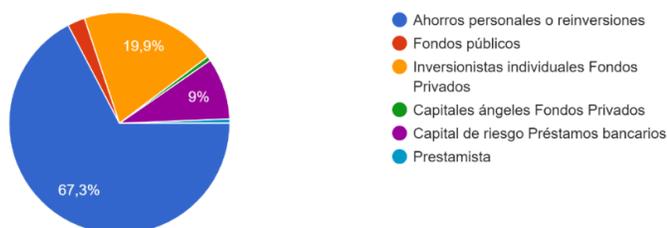


Figura 23. Financiamiento inicial

En la gráfica se evidencia que la mayoría de los emprendimientos inicialmente se crearon con ahorros personales arrojando un porcentaje de 67,3%, por otro lado, el 19,9% del total de la muestra fueron emprendimientos creados con inversionistas individuales o fondos privados, mientras que el 9% arrojaron que fueron empresas creadas con capital de riesgo relacionado a préstamos bancarios. Adicionalmente es preciso mencionar que el 2,6% de las empresas iniciaron su creación con fondos públicos, el 0,6% de emprendimientos fueron creados con inversión de fondos privados y el 0,6% afirmo que recurrieron a otro tipo de inversión, que en el caso de estudio hacía referencia a prestamista.

Los aspectos financieros de la empresa también fueron una característica fundamental para conocer los emprendimientos en el objeto de estudio, los resultados que se arrojaron fueron los siguientes.

16. Califique con un X, los siguientes aspectos financieros de la empresa:

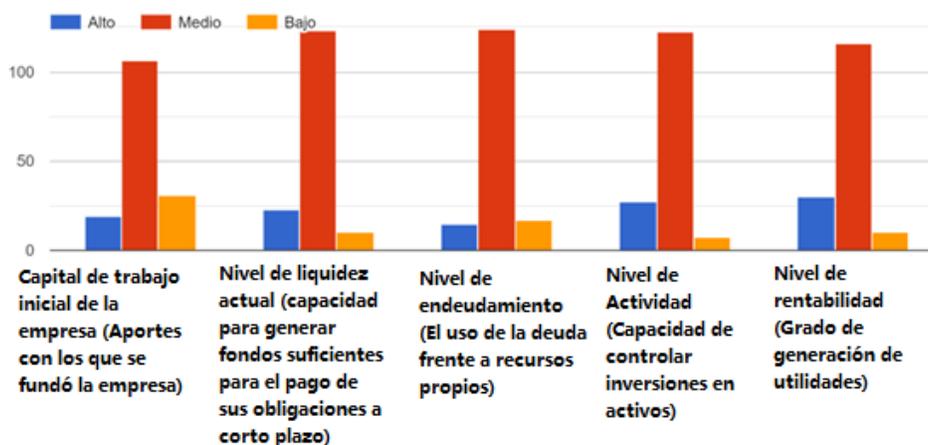


Figura 24. Aspectos financieros de la empresa

A nivel general se puede evidenciar mediante los resultados de la gráfica que los aspectos financieros relacionados con los emprendimientos cucuteños son considerados por la mayoría de

los emprendedores en un nivel medio en cuanto al capital inicial, el nivel de liquidez, el nivel de endeudamiento, el nivel de actividad y el nivel de rentabilidad.

Capital de trabajo inicial de la empresa:

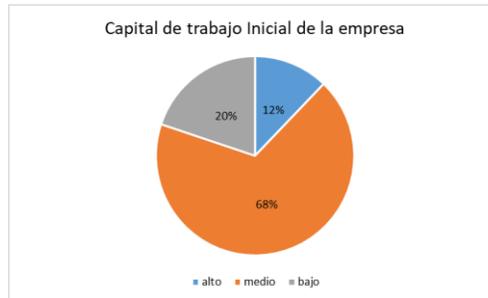


Figura 25. Capital de trabajo inicial, aspectos financieros

De acuerdo con la figura 25, el 68% contestó que para la creación de emprendimiento se inició con un nivel medio de capital de trabajo, mientras que el 20% aseguraron que era bajo, el inicio de capital de trabajo, adicionalmente el 12% consideraron que los aportes con los que fundaron la empresa fueron de capital bajo.

Nivel de liquidez actual:



Figura 26. Liquidez actual, aspectos financieros

Con relación a la gráfica, se evidencia que actualmente el nivel de liquidez de las empresas encuestadas corresponde al 79% el cual establece como característica que dicho porcentaje

respondió que su capacidad para generar fondos suficientes es de nivel medio. Mientras que el 15% aseguró que su nivel de liquidez era alto y el 6% manifestaron que su nivel era bajo.

Nivel de Endeudamiento:

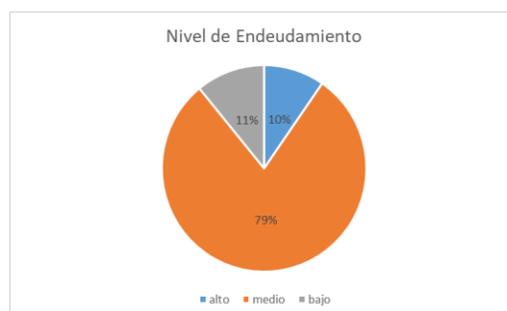


Figura 27. Nivel de endeudamiento, aspectos financieros

En las características que hacían referencia dentro de los aspectos financieros, el nivel de endeudamiento se vio reflejado en mayor porcentaje por el nivel medio con un porcentaje de 79%, mientras que el 10% consideraron que tenían una capacidad de endeudamiento alto y el 11% aseguraron que el uso de la deuda frente a recursos propios era bajo.

Nivel de actividad:



Figura 28. Nivel de actividad, aspectos financieros

Según la gráfica, el 78% de los emprendedores consideran que sus emprendimientos poseen un nivel de actividad medio, mientras que los encuestados que creen que su empresa tiene un

nivel de actividad alto, hace referencia al 17%, y el 5% aseguran que tienen la capacidad de controlar inversiones en activos en nivel bajo.

Nivel de Rentabilidad:



Figura 29. Nivel de rentabilidad, aspectos financieros

Para los emprendedores, el 74% aseguraron que el nivel de rentabilidad de sus negocios es medio, mientras que un 19% contestó que su grado de generación de utilidades es nivel alto, y finalmente el 7% asegura que sus emprendimientos tienen un nivel de rentabilidad bajo.

A continuación, se presentan los resultados de la caracterización del emprendimiento relacionado al impacto regional observado a partir del emprendimiento realizado.

17. Indique con una X el impacto regional observado a partir del emprendimiento que se ha realizado:

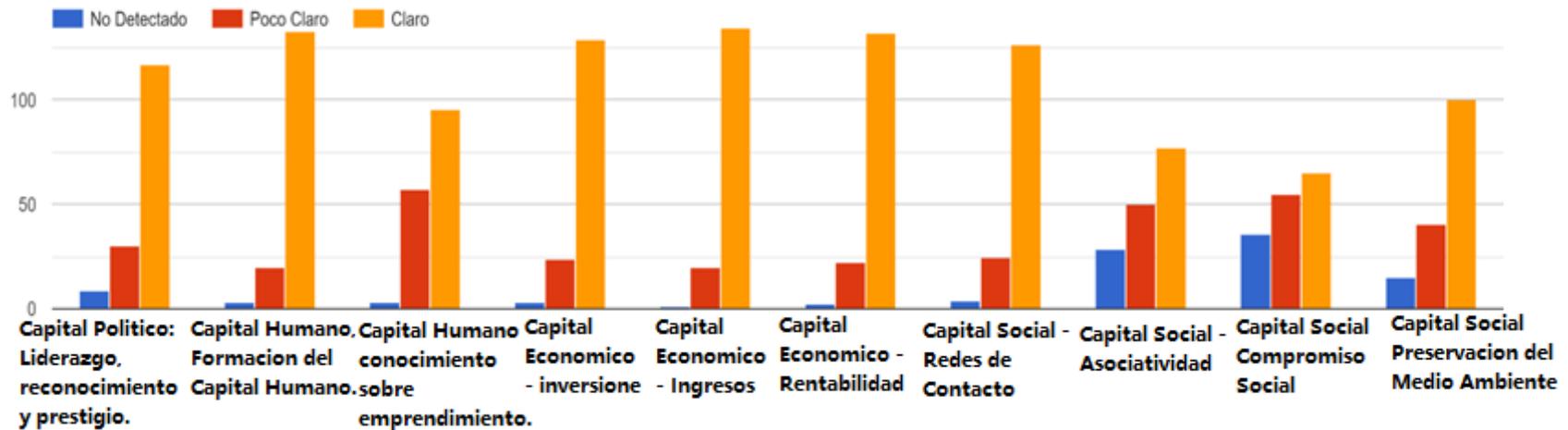


Figura 30. Impacto regional

A nivel general, para la mayor parte de las empresas, el impacto regional que tienen con relación al capital político, capital humano, capital, económico, capital y capital social, esta detectado de forma clara, mientras que en otros aspectos se evidencia que el impacto es poco claro y para la minoría el impacto en distintos capitales o factores es de un impacto no detectado.

Capital político:



Figura 31. Capital político, impacto regional

En la figura 31, se puede observar que el 75% de los negocios objeto de estudio, consideran que su liderazgo, reconocimiento y prestigio es claro, mientras que para el 19% es poco claro y el 6% contestó que su capital político se califica como algo aun no detectado.

Capital Humano – Formación del Capital Humano:

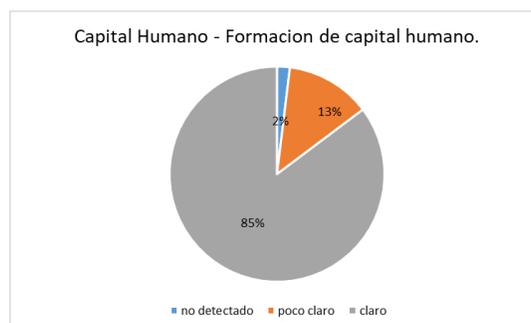


Figura 32. Capital humano, formación de capital humano, impacto regional

Según los resultados obtenidos luego de la aplicación del instrumento y reflejados en la gráfica, se puede observar que el 85% de los encuestados aseguraron que el capital humano relacionado con la formación de capital humano dentro de sus emprendimientos es claro, para el 13% es poco claro y para el 2% su capital humano aún no está detectado.

Capital humano – conocimiento sobre emprendimiento:



Figura 33. Capital humano, conocimiento sobre emprendimiento, impacto regional

De acuerdo con los resultados observados en la figura 33, el 62% de las empresas consideran que tienen claro su capital humano en materia de emprendimiento, por otro lado, en un porcentaje considerable se estableció que el 36% tienen poco claro o conocen sobre emprendimiento y solo el 2% de la muestra en esta caracterización asegura que no detecta aun conocimiento sobre temas de emprendimiento.

Capital económico – inversiones:

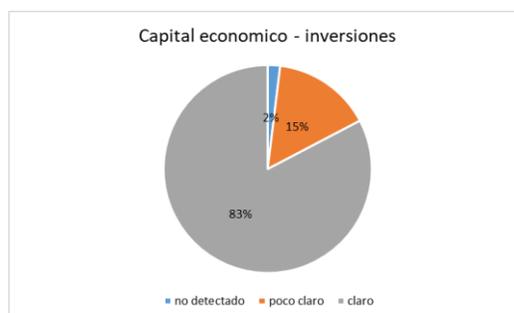


Figura 34. Capital económico, inversiones, impacto regional

En relación con lo evidenciado en la gráfica, se puede deducir que el 83% de la población encuestada, asegura que sus emprendimientos en términos de inversiones mantienen un nivel claro, mientras que el 15% respondieron que su capital económico está dado por una

caracterización poco clara y finalmente el 2% contestó que su negocio aun no detecta las inversiones.

Capital económico – ingresos:



Figura 35. Capital económico, ingresos, impacto regional

En relación con los resultados obtenidos por el capital económico con el impacto que consideran los emprendedores se ha observado en sus negocios y correspondiente a los ingresos, el 87% afirmaron que es claro mientras que para el 13% sus ingresos aún son poco claros.

Capital económico – rentabilidad:

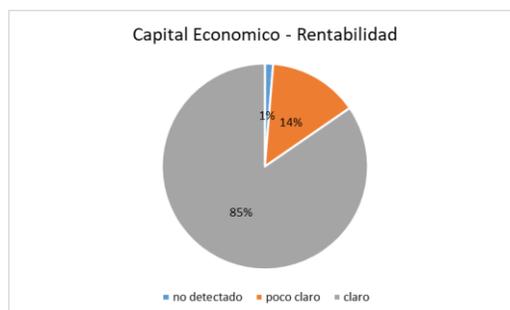


Figura 36. Capital económico, rentabilidad impacto regional

En la gráfica se evidencia que el 85% de la población emprendedora de la muestra aseguran que la rentabilidad de sus negocios es clara, mientras que para el 14% se manifestó que aún es poco claro y el 1% aseguró que el impacto aprovechado por la rentabilidad no se ha detectado.

Capital social – redes de contacto:



Figura 37. Capital social, redes de contacto, impacto regional

En base a los resultados obtenidos, se puede observar que el 81% de los encuestados contestó que tienen muy claras las redes de contacto de sus emprendimientos, mientras que el 16% aseguro que aún es poco claro, y finalmente el 3% de las empresas aun no detectan esa característica.

Capital social – asociatividad:



Figura 38. Capital social, asociatividad, impacto regional

El impacto regional relacionado con la asociatividad y según los datos de la gráfica, se logró evidenciar que para un porcentaje de 49% de las empresas encuestadas el termino es claro y lo ejecutan durante sus labores, mientras que el 32% aseguraron que para ellos dicho termino es algo que aún es poco claro dentro de sus organizaciones y el 19% de las empresas no cuentan o

no detectan algún tipo de asociación relacionada con sus emprendimientos.

Capital social – compromiso social:

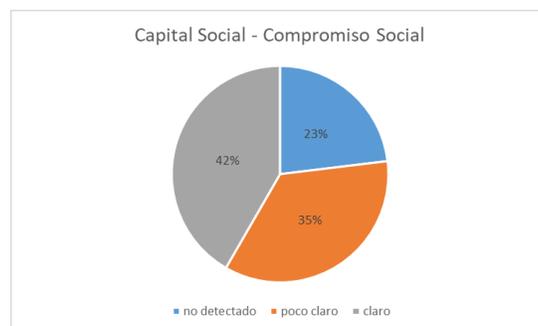


Figura 39. Capital social, compromiso social, impacto regional

De acuerdo con los resultados obtenidos del instrumento y reflejados en la gráfica, se puede concluir que el 42% de los emprendedores conocen y ponen en práctica el compromiso social que tienen como empresa y para ellos es claro, mientras que el 35% aseguran que dicha característica a nivel de empresa es poco clara y el 23% aun no detectan dentro de sus actividades considerar el compromiso social.

Capital Social – Preservación del medio Ambiente.

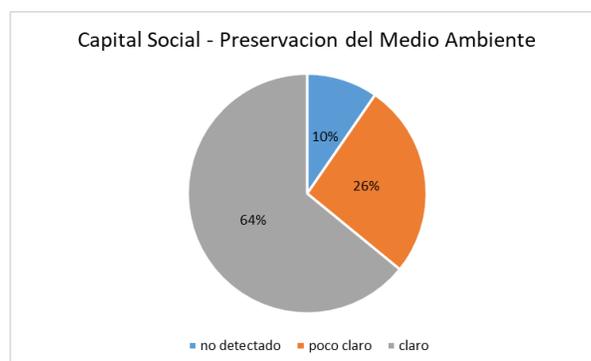


Figura 40. Capital social, preservación del medio ambiente, impacto regional

A través de la gráfica, se puede decir que las empresas en su mayoría conocen el compromiso social que deben tener con la preservación del medio ambiente y se da una calificación de 64% según la muestra encuestada, por otro lado, una proporción de 26% aseguraron que esta característica aun es poco clara y el 10% no ponen en práctica la responsabilidad del capital social relacionado con la preservación ambiental.

De acuerdo con lo anterior, se pudo evidenciar que, en lo relacionado a las características del emprendedor, estos han tomado actuaciones que se reflejan en los siguientes aspectos:

Los emprendedores cucuteños crean sus principales emprendimientos en el sector de comercio al por mayor y por menor.

Los productos más representativos en la ciudad son la ropa y el calzado.

La mayoría de los emprendimientos son microempresas.

El emprendedor cucuteño innova de manera incremental en productos y en procesos.

La mayoría de los emprendimientos le apuestan a la calidad.

El impacto regional de los emprendedores es claro.

Los empresarios mantienen que sus aspectos financieros son de nivel medio.

4.2 Identificación del Perfil de la Población Emprendedora de la Ciudad de Cúcuta Durante el Período 2016-2018, con base a la Información Recolectada

Para cumplir con el objetivo, se requirió en primera instancia, identificar las características emprendedoras que poseen las personas que generan trabajo en la ciudad de Cúcuta, de acuerdo

con las características establecidas en el instrumento de aplicación.

Con relación a lo anterior, dicho aplicativo contenía secciones donde se calificaba al emprendedor en términos de iniciativa, fortaleza ante las dificultades, capacidad de asumir los riesgos, toma de decisiones, flexibilidad, capacidad de aprendizaje, organización y planificación del tiempo de trabajo, confianza en sí mismo, afán por el logro, visión de empresa, percepción del entorno social y el proceso emprendedor y por último la visión que se tenía por parte del empresario frente a la crisis del cierre de la frontera colombo- venezolana, con el fin de conocer el perfil que se dinamiza en la ciudad de Cúcuta mediante la ejecución de las competencias del emprendimiento.

La identificación del perfil emprendedor busca contribuir a la generación estrategias que fortalezcan a las personas emprendedoras y a los nuevos proyectos que traen valor agregado a los sectores productivos de la región relacionados con el comercio e industria de la ciudad.

Cabe destacar que el nivel de innovación en la región del departamento Norte de Santander creció de manera progresiva durante el periodo objeto de estudio, generando puntajes desde 28.4 en 2016 hasta 31.1 en 2018. Es importante mencionar que a la fecha el índice de desempleo en la ciudad de Cúcuta se encuentra en 20.4% el cual, se registra como una tasa mayor al promedio de 23 ciudades a nivel nacional, por lo que se busca a través de la identificación del perfil del emprendedor conocer cuáles son esos aspectos que aun golpean el desarrollo de la ciudad. (Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones, 2021).

4.2.1 Variables que hacen referencia a la identificación del perfil emprendedor en la ciudad de Cúcuta. Como se muestra a continuación:

4.2.1.1 Iniciativa. Es una actitud de liderazgo que permite generar un accionar antes de alguien más, lo cual lo lleva a actuar de forma proactiva.

4.2.1.2 Fortaleza ante las dificultades. La capacidad personal que se tiene para desarrollar actividades en momentos críticos y poder afrontar obstáculos con el fin de continuar hasta alcanzar el objetivo.

4.2.1.3 Capacidad de asumir riesgos. Es la virtud que posee la persona y que a su vez le permite adoptar una habilidad optimista para llevar a cabo ideas en tiempos de crisis.

4.2.1.4 Capacidad de toma de decisiones. Es la cualidad que hace al emprendedor saber asumir una dirección en el accionar de sus actividades y conducir sus esfuerzos hacia el cumplimiento de un objetivo exitoso.

4.2.1.5 Flexibilidad. Es una cualidad de adaptación mediante la cual un sujeto puede adaptarse de manera eficaz.

4.2.1.6 Capacidad de aprendizaje. Es la manera como una persona aprovecha las oportunidades académicas o por medio de la experiencia para poder tener una afinidad en el desarrollo de sus actividades.

4.2.1.7 Organización y planificación del tiempo de trabajo. Es una capacidad que centra su accionar a la manera como se deben gestionar y ordenar las actividades en un ambiente laboral.

4.2.1.8 Confianza en sí mismo. Es la acción de percibirse a sí mismo alimentando positivamente la capacidad de poder afrontar retos.

4.2.1.9 Afán del logro. Disposición que se tiene en relación con la obtención de resultados de manera satisfactoria.

4.2.1.10 Visión de empresa. Percepción del emprendedor en relación con la creación de empresa o su experiencia en la contribución a un emprendimiento determinado.

4.2.1.11 Percepción del entorno social y proceso emprendedor. Es el criterio personal del emprendedor sobre factores externos a su emprendimiento.

4.2.1.12 Visión frente a la crisis. Apreciación del comportamiento externo que se ha podido evidenciar frente a tiempos críticos, en relación con el emprendimiento.

4.2.2 Categorías de análisis. Como se muestra a continuación:

Tabla 5. Categoría de análisis

Categorías de Análisis	
No.	INICIATIVA
1	Tengo metas y propósitos claros
2	Me gusta investigar
3	Soy proactivo, con iniciativa propia y no espero órdenes sobre lo que debo hacer.
4	Soy responsable del éxito o fracaso de mis decisiones
5	Soy sistemático y organizado en las actividades que realizo
No.	FORTALEZA ANTE LAS DIFICULTADES
1	Los obstáculos que se presentan me animan a seguir adelante
2	Considero que los fracasos son oportunidades para mejorar
3	Soy entusiasta al desarrollar mis actividades
4	Puedo corregir con facilidad mis errores
5	Ante la crisis me cuesta salir adelante
No.	CAPACIDAD DE ASUMIR LOS RIESGOS
1	Afronto los riesgos y desafíos que se me presentan
2	Únicamente llevo a cabo una idea si existe probabilidad de éxito
3	Identifico los riesgos antes de iniciar una actividad o proyecto

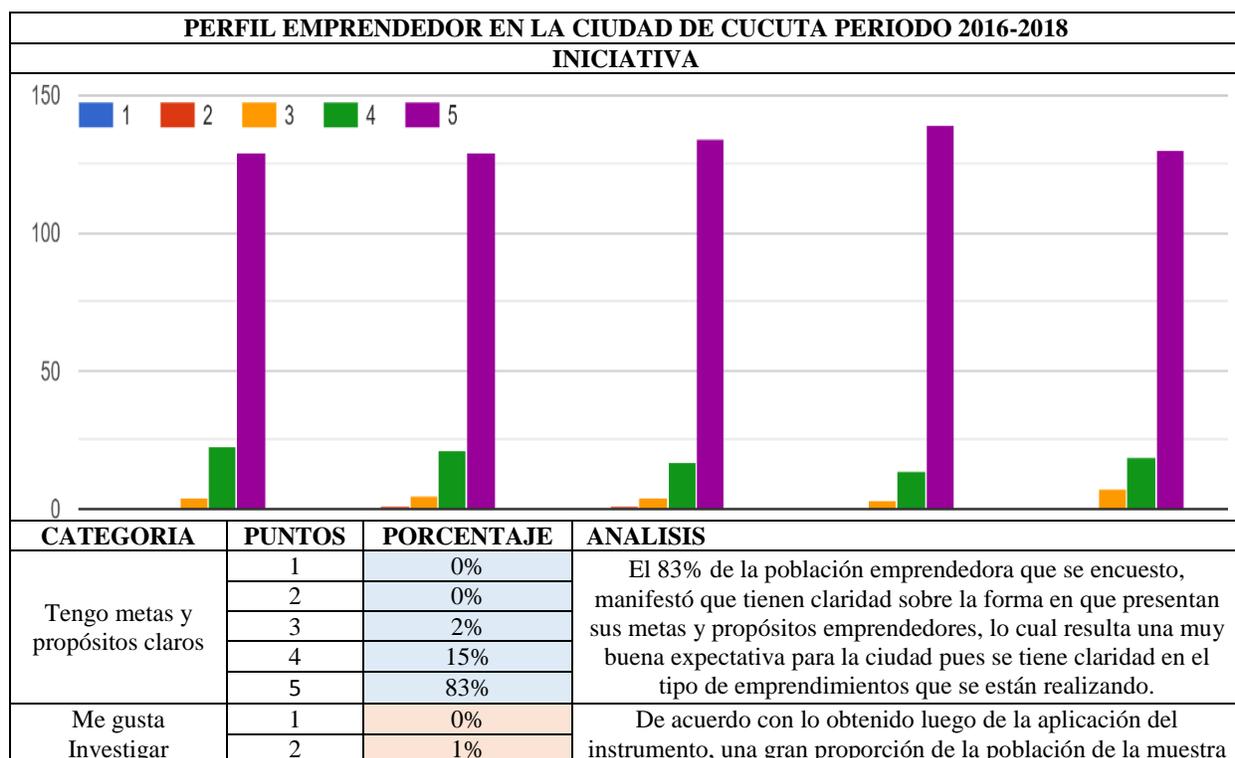
Categorías de Análisis	
4	Evito ejecutar proyectos o actividades que generen riesgos
5	Busco alternativas para afrontar riesgos y desafíos del mercado
No.	CAPACIDAD DE TOMA DE DECISIONES
1	Tomo decisiones de forma práctica, con rapidez y asumo sus consecuencias
2	Antes de tomar una decisión analizo las ventajas y desventajas que se pueden generar
3	Resuelvo los problemas o dificultades inmediatamente
4	Busco la opinión de expertos ante decisiones difíciles
5	Las decisiones importantes se toman en equipo
No.	FLEXIBILIDAD
1	Puedo soportar situaciones de incertidumbre
2	Me adapto fácilmente a las situaciones de cambio
3	Tengo facilidad para relacionarme con personas que tienen diferentes formas de pensar a la mía
4	Discuto y acepto las opiniones de los demás, pues entiendo que todos tenemos una percepción diferente de las situaciones
5	Propongo alternativas para afrontar situaciones de cambio
No.	CAPACIDAD DE APRENDIZAJE
1	Estoy dispuesto a aprender cosas nuevas y aprovecho las oportunidades de aprendizaje que se presentan
2	Mi conocimiento se basa en la experiencia
3	Las ideas novedosas me atraen y profundizo en ellas
4	Creo una relación entre lo que aprendo y lo que ya conozco
5	La capacitación constante en una inversión y por eso la aplico en mi empresa
No.	ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TIEMPO DE TRABAJO
1	Planifico y priorizo mis actividades o tareas en orden de importancia
2	Asigno actividades o tareas según las competencias de los empleados
3	Doy más importancia al resultado que a la forma en que se realiza el trabajo
4	Si tengo un plan de trabajo lo cumplo
5	Las situaciones externas hacen que cambie constantemente la planificación de mi trabajo
No.	CONFIANZA EN SÍ MISMO
1	Tengo confianza en mí mismo para afrontar cualquier situación
2	Me considero una persona eficaz
3	Soy capaz de asumir retos y desafíos
4	Actúo con tranquilidad ante las situaciones de cambio o riesgo
5	Puedo convencer de fácilmente a los demás acerca de mis ideas
No.	AFÁN DE LOGRO
1	Me motiva alcanzar los objetivos y metas propuesta
2	Triunfar hace parte de mi vida
3	Tengo éxito en lo que me propongo
4	Cuando alcanzo una meta, me proyecto para alcanzar una más grande
5	Me gusta proyectarme hacia nuevos horizontes
No.	VISIÓN DE EMPRESA
1	Me gusta ser mi propio jefe
2	Siempre proyecté tener mi propia empresa y he trabajado por eso.
3	La diferenciación de los productos y/o servicios hacen parte de mi modelo de negocio
4	Mi familia tiene experiencia en la creación de empresas
5	Busco inversionistas para crecer en el mercado

Categorías de Análisis

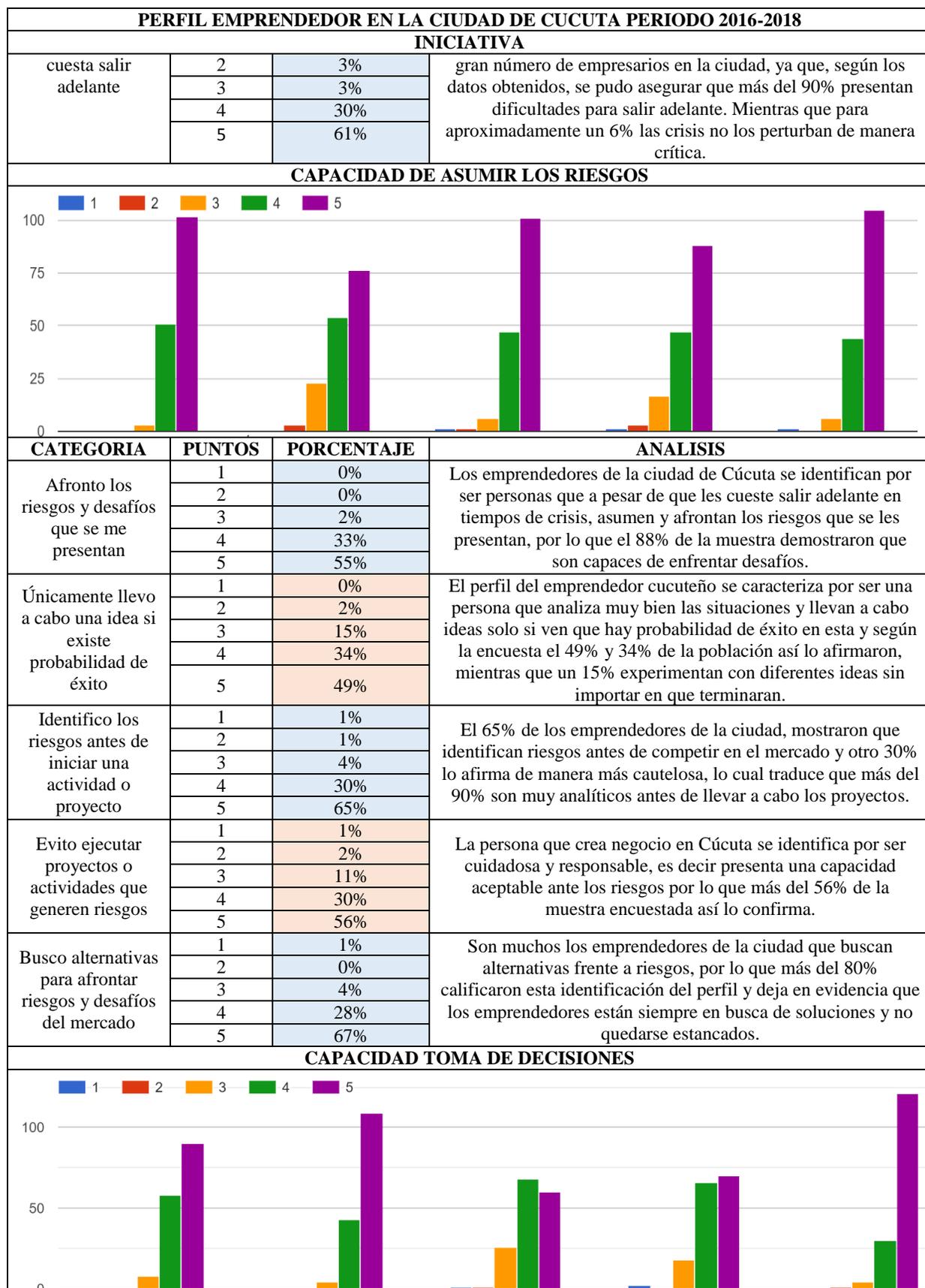
No.	PERCEPCIÓN DEL ENTORNO SOCIAL Y EL PROCESO EMPRENDEDOR
1	He podido percibir nuevas oportunidades de negocio en el último año
2	Considero que tengo las habilidades y capacidades para crear nuevas ideas de negocio
3	En el contexto de mi ciudad se puede emprender y crecer empresarialmente
4	Considero que poner en marcha un negocio es buena opción
5	Mis ingresos mejoraron desde que decidí emprender
No.	VISIÓN FRENTE A LA CRISIS
1	La crisis fronteriza bajó mis ingresos
2	Debido a los cambios perdí clientes y tuve que abrirme a nuevos mercados
3	Ante la crisis tuve que reinventar y/o innovar en mi negocio
4	Ante la crisis se tomaron decisiones de recorte de personal
5	La migración ha incrementado la competencia con empresas no formales en el sector económico al que pertenezco

4.2.3 Resultados del perfil de la población emprendedora durante el periodo 2016-2018.

A continuación, se presenta la descripción de los resultados obtenidos, relacionados con la calificación de 1 a 5, en las opciones de respuesta presentadas para cada una de las 12 categorías de análisis contenidas en el instrumento de recolección de información aplicado.

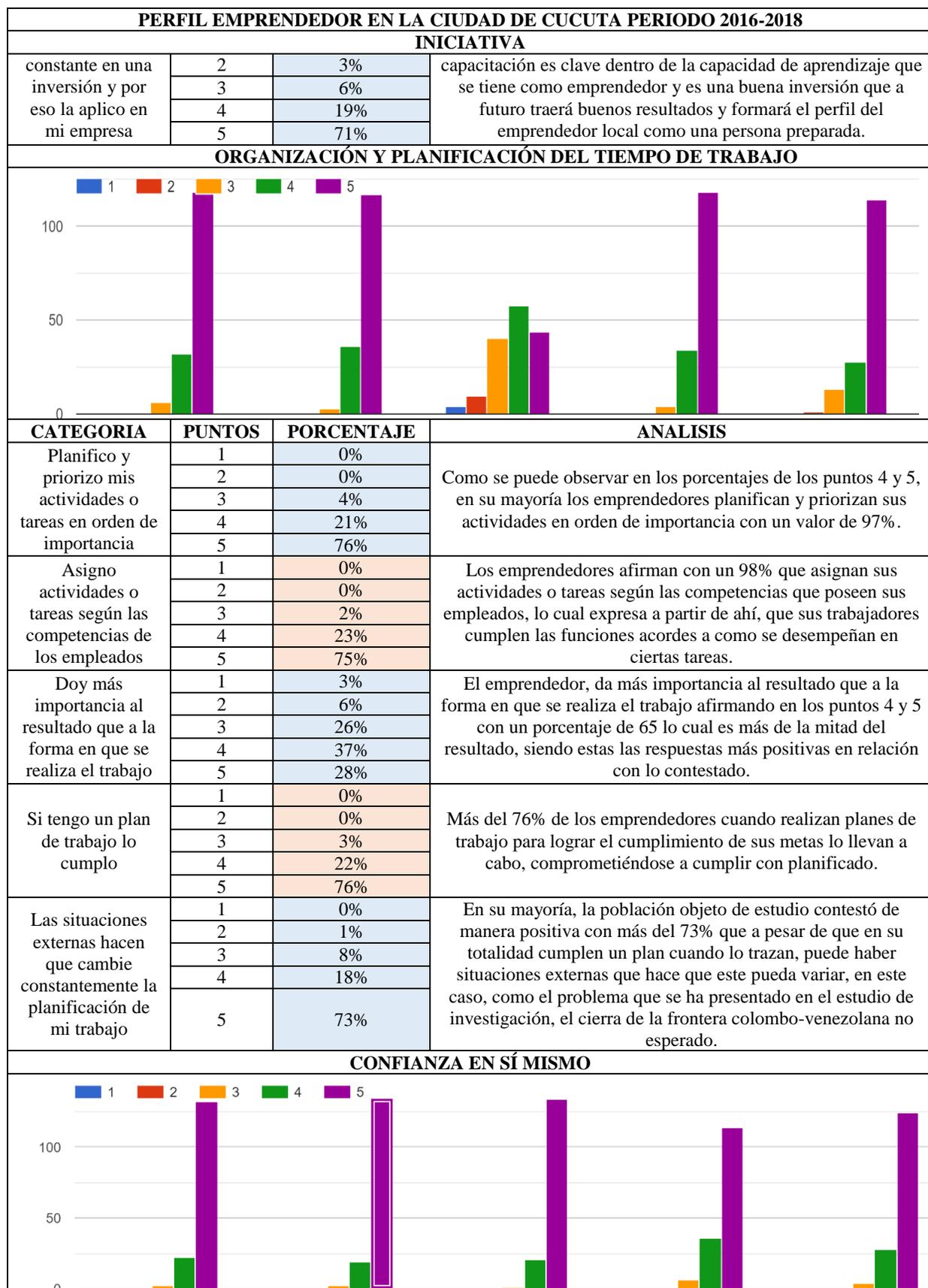


PERFIL EMPRENDEDOR EN LA CIUDAD DE CUCUTA PERIODO 2016-2018			
INICIATIVA			
	3	3%	contestó que el espíritu investigativo está muy presente en los emprendedores de la ciudad. Evidenciándose que, del total, el 83% dijo que investiga y el 13% lo hace en ocasiones.
	4	13%	
	5	83%	
Soy proactivo, con iniciativa propia y no espero órdenes sobre lo que debo hacer.	1	0%	La mayor parte de la población emprendedora de la ciudad de Cúcuta deja en evidencia que se identifica por ser proactiva y con iniciativa, creando así un umbral que beneficia la percepción de los emprendedores cucuteños, evidenciándose que más del 80% demuestra esas ganas de anteponer ideas frente a la crisis.
	2	1%	
	3	2%	
	4	11%	
	5	86%	
Soy responsable del éxito o fracaso de mis decisiones	1	0%	El 89% de las personas que crearon empresa durante el periodo de crisis por el cierre de la frontera colombo venezolana, aseguran que son responsables del éxito y fracasa de sus decisiones, mientras que el 2% aun dudan de dicha característica.
	2	0%	
	3	2%	
	4	9%	
	5	89%	
Soy sistemático y organizado en las actividades que realizo	1	0%	Los resultados dieron a conocer que los emprendimientos en la ciudad fueron creados bajo el mando de personas sistemáticas y organizados en las actividades que realizan, por lo cual se evidenció que el 83% y 12% demuestran tener esa cualidad, solo el 5% contestaron que mantienen cierta inseguridad y marcaron calificación de 3 puntos.
	2	0%	
	3	5%	
	4	12%	
	5	83%	
FORTALEZA ANTE LAS DIFICULTADES			
CATEGORIA	PUNTOS	PORCENTAJE	ANALISIS
Los obstáculos que se presentan me animan a seguir adelante	1	0%	Para la mayoría de las personas cuestionadas, los obstáculos que se presentan son en gran proporción un efecto que no los dejan seguir adelante ya que el 91% calificaron dicha identificación dentro de su perfil con la puntuación más alta.
	2	1%	
	3	8%	
	4	38%	
	5	53%	
Considero que los fracasos son oportunidades para mejorar	1	0%	Los emprendedores cucuteños, según el resultado obtenido, demostraron que los fracasos les ayudan a buscar nuevas oportunidades y como experiencia durante su rol de empresarios, ya que se evidencio que más de la mitad afirman que han pasado por esta situación arrojando un 54% en la calificación.
	2	1%	
	3	6%	
	4	39%	
	5	54%	
Soy entusiasta al desarrollar mis actividades	1	0%	El mayor puntaje de calificación, relacionado con un 75%, dio a conocer que las personas que crearon sus emprendimientos, son en su mayoría sujetos que se mantienen identificados con la capacidad de ser entusiastas en las actividades que realizan.
	2	0%	
	3	1%	
	4	24%	
	5	75%	
Puedo corregir con facilidad mis errores	1	0%	Más de la mitad de la población de la muestra, aseguraron que, ante las dificultades, son capaces de corregir sus errores con facilidad, mostrándose que casi un 55% lo confirma, mientras que un 8% aseguraron que no siempre se resuelven las cosas de una manera fácil, pero conservan una esperanza.
	2	0%	
	3	8%	
	4	37%	
	5	55%	
Ante la crisis me	1	3%	Las crisis, son evidentemente situaciones que aquejan a un



PERFIL EMPRENDEDOR EN LA CIUDAD DE CUCUTA PERIODO 2016-2018																											
INICIATIVA																											
CATEGORIA	PUNTOS	PORCENTAJE	ANALISIS																								
Tomo decisiones de forma práctica, con rapidez y asumo sus consecuencias	1	0%	Un gran porcentaje de la muestra objeto de estudio específicamente el 58%, aseguran que toman decisiones de forma rápida, lo cual se podría traducir como una población emprendedora que actúa de forma ágil para soluciones problemas.																								
	2	0%																									
	3	5%																									
	4	37%																									
	5	58%																									
Antes de tomar una decisión analizo las ventajas y desventajas que se pueden generar	1	0%	Se logró evidenciar que los emprendedores actúan de forma responsable y estudian muy bien sus decisiones, con el fin de poder crear emprendimientos factibles, lo anterior se confirma porque mediante el aplicativo más del 80% respondieron de manera positiva a esta identificación emprendedora.																								
	2	0%																									
	3	2%																									
	4	28%																									
	5	70%																									
Resuelvo los problemas o dificultades inmediatamente	1	1%	El emprendedor, toma la iniciativa de resolver problemas, sin embargo, a través del estudio, se evidencia que no son problemas que se logren resolver de manera perfecta pues inmediatamente no es fácil buscar soluciones, sin embargo, la capacidad frente a esta característica resulto ser positiva y se vio reflejada con más del 43%.																								
	2	1%																									
	3	17%																									
	4	43%																									
	5	38%																									
Busco la opinión de expertos ante decisiones difíciles	1	1%	Es claro que los empresarios cucuteños, se apoyan en terceros para poder resolver decisiones que les resulten un poco difíciles, por lo que la mayor puntuación se proporciona entre 4 y 5 puntos arrojando un porcentaje de más del 80%.																								
	2	0%																									
	3	12%																									
	4	46%																									
	5	45%																									
Las decisiones importantes se toman en equipo	1	0%	Para el sector emprendedor de la ciudad fronteriza, es importante el trabajo en equipo ya que en dicha actividad predomina el bien común, por lo que, en el estudio, se evidencio que el 78% de los empresarios toman decisiones gracias al trabajo en equipo.																								
	2	1%																									
	3	2%																									
	4	19%																									
	5	78%																									
FLEXIBILIDAD																											
<table border="1"> <caption>Data for Flexibility Bar Chart</caption> <thead> <tr> <th>Category</th> <th>Score 1</th> <th>Score 2</th> <th>Score 3</th> <th>Score 4</th> <th>Score 5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Puedo soportar situaciones de incertidumbre</td> <td>0%</td> <td>3%</td> <td>19%</td> <td>48%</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>Me adapto fácilmente a las situaciones de cambio</td> <td>1%</td> <td>1%</td> <td>15%</td> <td>52%</td> <td>31%</td> </tr> <tr> <td>Tengo facilidad para relacionarme con personas que</td> <td>0%</td> <td>1%</td> <td>4%</td> <td>95%</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>				Category	Score 1	Score 2	Score 3	Score 4	Score 5	Puedo soportar situaciones de incertidumbre	0%	3%	19%	48%	30%	Me adapto fácilmente a las situaciones de cambio	1%	1%	15%	52%	31%	Tengo facilidad para relacionarme con personas que	0%	1%	4%	95%	0%
Category	Score 1	Score 2	Score 3	Score 4	Score 5																						
Puedo soportar situaciones de incertidumbre	0%	3%	19%	48%	30%																						
Me adapto fácilmente a las situaciones de cambio	1%	1%	15%	52%	31%																						
Tengo facilidad para relacionarme con personas que	0%	1%	4%	95%	0%																						
CATEGORIA	PUNTOS	PORCENTAJE	ANALISIS																								
Puedo soportar situaciones de incertidumbre	1	0%	Según la disposición de los empresarios se puede afirmar, que son capaces de soportar situaciones en las que ellos no saben que pasara, pero según los datos arrojados en la investigación, se evidencio que el 48% afirman que podrían soportar una situación de incertidumbre, pero no en la totalidad de una calificación alta y un 19% logro establecer que no saben si son o no son capaces de actuar frente a una situación de ese tipo.																								
	2	3%																									
	3	19%																									
	4	48%																									
	5	30%																									
Me adapto fácilmente a las situaciones de cambio	1	1%	Los emprendedores afirman que se adaptan fácilmente al cambio, pero en su mayoría no lo afirman con total seguridad, por ello el 52% de la población arrojó que su adaptación si existe, pero carece de un poco de certidumbre.																								
	2	1%																									
	3	15%																									
	4	52%																									
	5	31%																									
Tengo facilidad para relacionarme con personas que	1	0%	El 95% de las personas emprendedoras de la ciudad, están de acuerdo con la hora de decir que tienen buenas relaciones personales, por ello durante el estudio la gran mayoría lo																								
	2	1%																									
	3	4%																									

PERFIL EMPRENDEDOR EN LA CIUDAD DE CUCUTA PERIODO 2016-2018			
INICIATIVA			
tienen diferentes formas de pensar a la mía	4	15%	afirmo dejando claro que en Cúcuta el empresario se caracteriza por ser una persona del común y dada a la gente.
	5	80%	
Discuto y acepto las opiniones de los demás, pues entiendo que todos tenemos una percepción diferente de las situaciones	1	0%	Más del 90% de la muestra, afirmo que comparte las opiniones referentes al emprendimiento dando a conocer que las personas que crean empresas en la ciudad, comparten su conocimiento y discuten en equipo para al final generar soluciones que generen un bien común para la mayoría.
	2	0%	
	3	2%	
	4	20%	
	5	78%	
Propongo alternativas para afrontar situaciones de cambio	1	0%	Las personas que crean empresa en la ciudad de Cúcuta se identifican por ser emprendedores que proponen, crean, experimentan, arriesgan, con el fin minimizar el gran efecto negativo que dejan las crisis, como en este caso el cierre de la frontera, por lo tanto, de acuerdo con el estudio se pudo evidenciar que el 97% de la muestra objeto de estudio así lo confirma.
	2	0%	
	3	3%	
	4	15%	
	5	82%	
CAPACIDAD DE APRENDIZAJE			
<p>The bar chart displays the number of respondents for each category (1-5) across five different points. The y-axis represents the number of respondents, ranging from 0 to 100. The legend indicates: 1 (blue), 2 (orange), 3 (yellow), 4 (green), 5 (purple). The data shows that category 5 consistently has the highest number of respondents across all points, followed by category 4, with categories 1, 2, and 3 having very low counts.</p>			
CATEGORIA	PUNTOS	PORCENTAJE	ANALISIS
Estoy dispuesto a aprender cosas nuevas y aprovecho las oportunidades de aprendizaje que se presentan	1	0%	El empresario local de la ciudad de Cúcuta es fiel muestra y se identifica por ser ese tipo de emprendedor que aprovecha los recursos relacionados con cualquier forma de aprendizaje que pueda adoptar, lo anterior debido a que en el estudio realizado se logró identificar que el 85% lo asume de esa manera.
	2	0%	
	3	1%	
	4	14%	
	5	85%	
Mi conocimiento se basa en la experiencia	1	0%	El 83% de las personas que crean empresa en la ciudad, aseguraron que su conocimiento se basa en la experiencia, por lo que es válido afirmar que la habilidad y el conocimiento que se tiene sobre lo vivido es algo que identifica al emprendedor cucuteño.
	2	0%	
	3	2%	
	4	15%	
	5	83%	
Las ideas novedosas me atraen y profundizo en ellas	1	0%	En relación con la crisis, más del 79% de los emprendedores aseguraron sentirse atraídos por las ideas novedosas que se conocen diariamente en los diferentes sectores económicos, por lo que se puede decir que son seguidores de involucrarse y experimentar nuevas ideas comerciales o relacionadas al desarrollo de productos o procesos.
	2	1%	
	3	4%	
	4	16%	
	5	79%	
Creo una relación entre lo que aprendo y lo que ya conozco	1	0%	La mayoría de la población estudiada, aseguro que en base a la experiencia toman lo aprendido y lo involucran con lo que van aprovechando durante su aprendizaje, por lo que casi el 100% manifestó esta posición calificando con la mayor puntuación.
	2	0%	
	3	1%	
	4	17%	
	5	82%	
La capacitación	1	1%	Más del 70% de la población estudiada, aseguro que la



PERFIL EMPRENDEDOR EN LA CIUDAD DE CUCUTA PERIODO 2016-2018			
INICIATIVA			
CATEGORIA	PUNTOS	PORCENTAJE	ANALISIS
Tengo confianza en mí mismo para afrontar cualquier situación	1	0%	Con un 85% para la respuesta más alta siendo el número 5, la población emprendedora afirmó que tienen confianza en sí mismos para afrontar cualquier situación que se presente, dato que es muy importante en la caracterización del perfil, debido a que ante las crisis como la del cierre de la frontera colombo-venezolana, el emprendedor busca afrontar positivamente antes de tomar alguna decisión que afecte su empresa.
	2	0%	
	3	1%	
	4	14%	
	5	85%	
Me considero una persona eficaz	1	0%	El emprendedor de la ciudad de Cúcuta se caracteriza por ser una persona eficaz a la hora de emprender, con una respuesta positiva de más del 87%.
	2	0%	
	3	1%	
	4	12%	
	5	87%	
Soy capaz de asumir retos y desafíos	1	0%	Se evidencia a través de la variable, que los emprendedores de la ciudad de Cúcuta son personas capaces de asumir los retos y desafíos que se presenten, como en este caso, la crisis a partir del cierre de la frontera colombo-venezolana.
	2	0%	
	3	1%	
	4	13%	
	5	86%	
Actúo con tranquilidad ante las situaciones de cambio o riesgo	1	0%	En relación con la crisis, más del 79% de los emprendedores afirmaron que actúan con tranquilidad antes las situaciones de cambio o riesgo que se presentan a diario, por lo que podemos decir que, piensan antes de tomar decisiones y no son por impulso debido a la incertidumbre o intranquilidad que les pueda generar cualquier situación de cambio.
	2	0%	
	3	4%	
	4	23%	
	5	73%	
Puedo convencer de fácilmente a los demás acerca de mis ideas	1	0%	Los emprendedores, con más del 79% aseguran que pueden convencer fácilmente a los demás acerca de las ideas, lo cual es un punto a favor debido a que, sus ideas relacionadas con el emprendimiento pueden tener una mejor aceptación y así, lograr prosperar ante las situaciones que puedan presentarse.
	2	0%	
	3	3%	
	4	18%	
	5	79%	
AFAN DE LOGRO			
CATEGORIA	PUNTOS	PORCENTAJE	ANALISIS
Me motiva alcanzar los objetivos y metas propuesta	1	0%	Más del 85% de los emprendedores aseguró que se motivan por alcanzar los objetivos y metas propuestas, y como uno de los principales objetivos de las empresas es generar utilidades y perdurar en el tiempo, es una variable muy favorable, ya que al ser positiva genera que estos busquen la manera de seguir en el mercado pese a las diferentes situaciones presentadas.
	2	0%	
	3	1%	
	4	14%	
	5	85%	
Triunfar hace parte de mi vida	1	0%	Es claro que el emprendedor de la ciudad de Cúcuta a partir de sus emprendimientos busca triunfar, cualidad que se puede observar en la encuesta con más del 83% como punto positivo.
	2	0%	
	3	2%	
	4	15%	
	5	83%	
Tengo éxito en lo	1	0%	La mayoría de la población objeto de estudio, afirmó que tiene

PERFIL EMPRENDEDOR EN LA CIUDAD DE CUCUTA PERIODO 2016-2018			
INICIATIVA			
que me propongo	2	0%	éxito en lo que se propone con un valor de más del 81%, punto favorable debido a que en las ideas innovadoras que puedan dar a partir de las crisis o al reinventarse debido a estas, tienen como consecuencia el éxito.
	3	1%	
	4	18%	
	5	81%	
Cuando alcanzo una meta, me proyecto para alcanzar una más grande	1	0%	Como se puede observar, más del 85% de la población aseguró que cuando alcanzas sus metas, se proyectan para alcanzar logros más grandes, por lo cual es válido afirmar que constantemente buscan superarse, tener ideas innovadoras, reinventar en sus productos y/o servicios para mejorar siempre su emprendimiento.
	2	0%	
	3	1%	
	4	16%	
	5	83%	
Me gusta proyectarme hacia nuevos horizontes	1	0%	Más del 85% de los encuestados, respondió favorablemente a la variable, variable que resulta muy importante ya que no temen proyectarse a los propósitos nuevos, buscar otros mercados y no solamente depender de los que pueda ofrecer la frontera colombo-venezolana.
	2	0%	
	3	1%	
	4	15%	
	5	85%	
VISIÓN DE EMPRESA			
CATEGORIA	PUNTOS	PORCENTAJE	ANALISIS
Me gusta ser mi propio jefe	1	0%	En su mayoría, los emprendedores con un 88% les gusta ser su propio jefe lo cual es válido afirmar que, por ello, optaron por crear emprendimiento y tomar sus propias decisiones.
	2	0%	
	3	1%	
	4	11%	
	5	88%	
Siempre proyecté tener mi propia empresa y he trabajado por eso	1	0%	Más del 88% de los emprendedores, aseguró que siempre se proyectó en tener su propia empresa y han trabajado por eso, como podemos observar en la gráfica ninguno de ellos contestó con un punto bajo (1,2) debido a que como mencionaba en el anterior análisis, les gusta también ser su propio jefe para poder tomar sus propias decisiones frente a las diferentes situaciones que puedan presentarse.
	2	0%	
	3	3%	
	4	10%	
	5	88%	
La diferenciación de los productos y/o servicios hacen parte de mi modelo de negocio	1	0%	El perfil del emprendedor de la ciudad de Cúcuta se caracteriza por buscar la diferenciación en los productos y/o servicios que ofrecen como parte de su modelo de negocio, buscando siempre innovar en el mercado, asegurando un valor de más del 73% esta variable.
	2	0%	
	3	6%	
	4	21%	
	5	73%	
Mi familia tiene experiencia en la creación de empresas	1	1%	Como se puede observar, más del 50% de la muestra encuestada, viene de familia que tiene experiencia en la creación de empresas, para lo cual es válido afirmar que desde la crianza se ha tenido en cuenta el factor del emprendimiento.
	2	2%	
	3	17%	
	4	29%	
	5	51%	
Busco	1	3%	El emprendedor Cucuteño, con más del 50% como se observa

PERFIL EMPRENDEDOR EN LA CIUDAD DE CUCUTA PERIODO 2016-2018			
INICIATIVA			
inversionistas para crecer en el mercado	2	5%	en los datos suministrados, buscar inversionistas que le puedan brindar apoyo y de esta manera crecer en el mercado.
	3	19%	
	4	26%	
	5	47%	
PERCEPCIÓN DEL ENTORNO SOCIAL Y EL PROCESO EMPRENDEDOR			
CATEGORIA	PUNTOS	PORCENTAJE	ANALISIS
He podido percibir nuevas oportunidades de negocio en el último año	1	8%	Ante la crisis que se ha presentado con el cierre de la frontera colombo-venezolana, los emprendedores de la ciudad de Cúcuta han podido percibir nuevas oportunidades de negocio en el último año con un valor del 37%, valor que no supera la mitad y se representa como poco favorable dado que en los anteriores análisis, se han caracterizado por estar en constante evolución, cumpliendo metas propuestas e innovando en sus productos, sin embargo, esto debido a que no solo se ha presentado la crisis del cierre de la frontera sino la pandemia que trajo el cierre de muchas empresas, debido a que, los empresarios no esperaban ningún tipo de crisis como esta.
	2	10%	
	3	46%	
	4	27%	
	5	10%	
Considero que tengo las habilidades y capacidades para crear nuevas ideas de negocio	1	0%	Más del 69% de los emprendedores encuestados, respondieron positivamente, por lo cual la mayoría considera que tiene las habilidades y capacidades para crear nuevas ideas de negocio, variable que es muy favorable debido a que tienen la habilidad de reinventarse en sus negocios para crecer y lograr subsistir pese a las dificultades que puedan presentarse, así como para ofrecer a los clientes un emprendimiento destacado por la innovación.
	2	0%	
	3	4%	
	4	27%	
	5	69%	
En el contexto de mi ciudad se puede emprender y crecer empresarialmente	1	4%	A pesar de crear empresas, los emprendedores consideran que, en el contexto de la ciudad, el emprendimiento no resulta tan fácil cuando se quiere crecer con un porcentaje inferior al 50%, sin embargo, están en un término neutral (3) el 40% de la población encuestada, lo cual es válido afirmar que la ciudad no ha sido un buen mercado en materia de emprendimiento tanto por los habitantes como por el apoyo de los entes públicos locales.
	2	8%	
	3	40%	
	4	38%	
	5	10%	
Considero que poner en marcha un negocio es buena opción	1	0%	Pese a que los emprendedores no están seguros de que en la ciudad de Cúcuta se pueda crecer empresarialmente, consideran que crear o poner en marcha un negocio es una buena opción, por lo cual podemos decir que, es una manera de ayudar a la ciudad por el índice de desempleo que presenta y así también, al tener ingresos más población, puedan adquirir más productos de las empresas.
	2	0%	
	3	5%	
	4	49%	
	5	46%	
Mis ingresos mejoraron desde que decidí emprender	1	0%	El 96% de la población emprendedora, aseguró que los ingresos mejoraron desde que decidieron emprender.
	2	1%	
	3	4%	
	4	47%	
	5	49%	

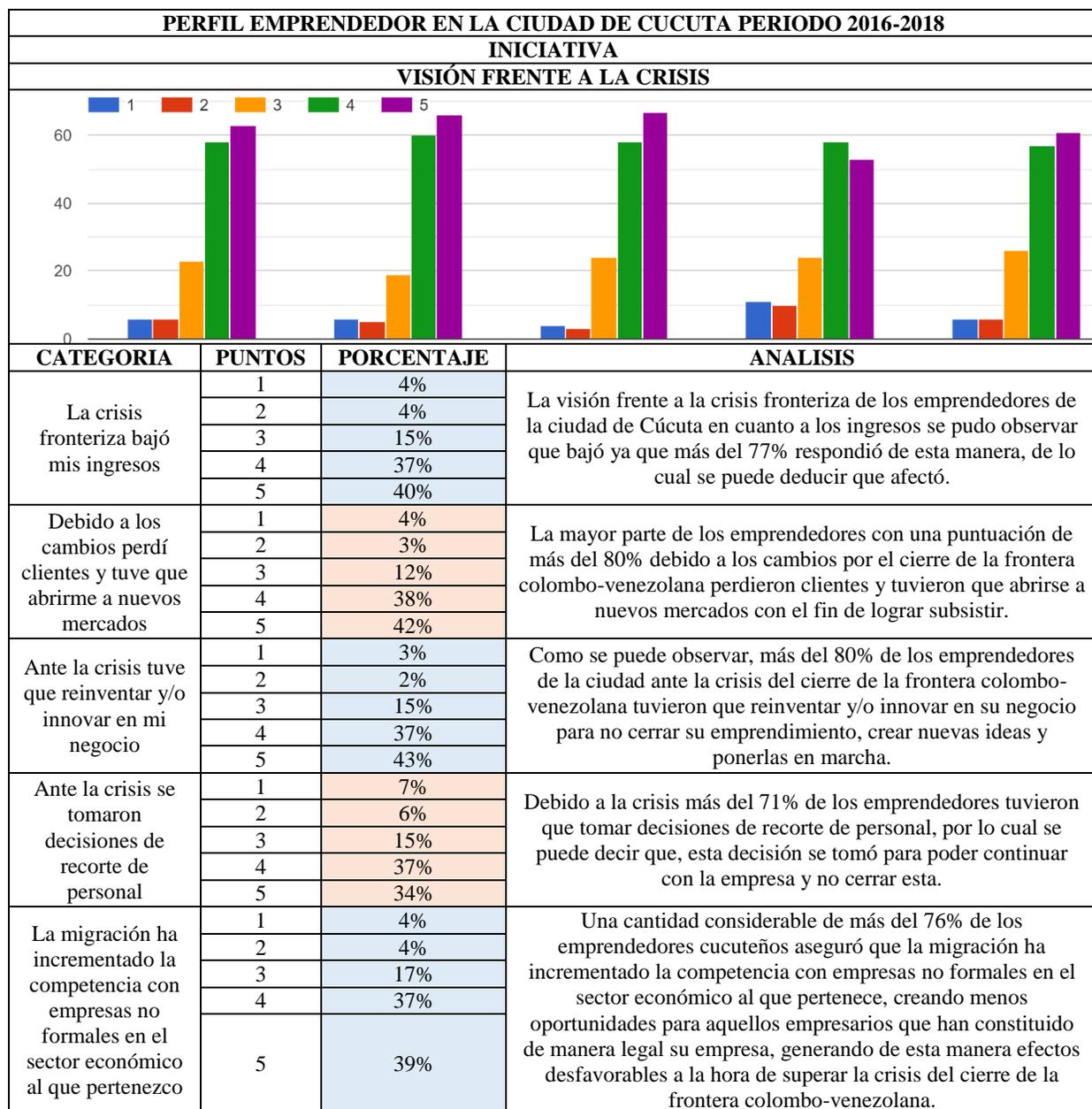
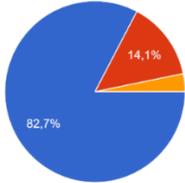


Figura 41. Resultados del perfil de la población emprendedora

El perfil del emprendedor de la ciudad de Cúcuta definido a través de instrumento aplicado, abarca sectores económicos como: Comercio, industria manufacturera y alojamiento y servicio de comidas, en este se pueden observar las principales características que debe tener la empresa creada por el emprendedor, las fortalezas, capacidades, visión, recepción del entorno social y las

acciones y percepciones frente a la crisis presentada del cierre de la frontera colombo-venezolana.

PERFIL DEL EMPRENDEDOR DE LA CIUDAD DE CÚCUTA	
1. CARACTERÍSTICAS DEL EMPREDIMIENTO	
EMPLEADOS	TIPO DE ESTRUCTURA
<p>El 82,7% de los emprendedores tienen menos de 10 empleados en su empresa.</p> 	<p>El tipo de estructura más utilizada por los emprendedores de la ciudad de Cúcuta es por producto y seguidamente departamentalizada</p>
TOMA DE DECISIONES EMPRENDEDORAS	CAPACIDADES DISTINTIVAS DEL EMPRENDIMIENTO
<p>La toma de decisiones en las empresas creadas por los emprendedores de la ciudad de Cúcuta se caracteriza por ser entre 2 a 3 personas, característica favorable debido a que no se limitan a la percepción de una sola persona, sino abarca más factores y de esta manera la evaluación de los riesgos que se tomarán será de una visión más amplia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Calidad ✓ Respuesta a los clientes ✓ Innovación <p>Son las capacidades más representativas a la hora de generar un impacto distintivo por parte de los emprendedores de la ciudad de Cúcuta.</p>
TECNOLOGÍA	SOFTWARE
<p>La tecnología utilizada por los emprendedores se caracteriza por ser nueva, lo cual es un aspecto positivo ya que perdura más en el tiempo y está más acorde a las necesidades actuales, además de aportar competitividad frente a aquellas que no.</p>	<p>Más del 78,2% de las empresas manejan algún tipo de software para el mejoramiento o desarrollo de los productos o procesos, característica que resulta importante debido a que el software en las empresas añade un valor agregado a los productos y/o servicios que ofrecen los emprendedores, la inversión en este genera ventajas ya que al ser utilizado mejora la productividad en las empresas.</p>
INNOVACIÓN	CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO
<p>El emprendedor se caracteriza por realizar innovaciones incrementales, esta característica es fundamental en los emprendedores ya que, la innovación es la forma más eficaz de crear valor e impacto, es la única forma de crecer rápidamente, la innovación es lo que diferencia a los líderes, incrementa la competitividad y genera empleo y ayuda a permanecer vigentes en el mercado (BBVA,2017).</p>	<p>La capacitación y el entrenamiento del personal que pertenece a la empresa es una inversión necesaria de realizar.</p> <p>Según el Chiavenato (2007) “La capacitación es el proceso educativo a corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos”. Lo cual trae beneficios a las empresas porque proporcionan posibilidades a los empleados de alcanzar los objetivos de la</p>

	PERFIL DEL EMPRENDEDOR DE LA CIUDAD DE CÚCUTA
	empresa a corto plazo.
INVERSIÓN DEL EMPRENDIMIENTO	FONDOS PARA EL FINANCIAMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO
El 84% de los emprendedores realizan inversiones entre 100 a 150 millones en los últimos tres años.	El emprendedor de la ciudad de Cúcuta se caracteriza por financiar su emprendimiento con ahorros personales.
ASPECTOS FINANCIEROS	
El perfil del emprendedor en cuanto a los aspectos financieros, son considerados en un nivel medio en cuanto al capital inicial, el nivel de liquidez, el nivel de endeudamiento, el nivel de actividad y el nivel de rentabilidad.	
2. PERFIL DEL EMPRENDEDOR	
INICIATIVA	FORTALEZA ANTE LAS DIFICULTADES
<p>El emprendedor debe tener esta actitud de liderazgo, la cual le permite generar un accionar antes de alguien más, lo cual lo lleva a actuar de forma proactiva.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tienen metas claras ✓ Les gusta la investigación ✓ Son proactivos, responsables y emprendedores. 	<p>Tiene la capacidad personal para desarrollar actividades en momentos críticos y poder afrontar obstáculos con el fin de continuar hasta alcanzar el objetivo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Salen adelante a pesar de los obstáculos. ✓ Toman los fracasos como oportunidades a mejorar. ✓ Son entusiastas al desarrollar sus actividades. ✓ Corrigen con facilidad sus errores
CAPACIDAD DE ASUMIR LOS RIESGOS	CAPACIDADE DE TOMA DE DECISIONES
<p>La capacidad mencionada es de gran valor ya que se convierte en la virtud que posee este y que a su vez le permite adoptar una habilidad optimista para llevar a cabo ideas en tiempos de crisis.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Afrontan los riesgos y desafíos. ✓ Identifican los riesgos antes de iniciar un proyecto ✓ Buscan alternativas para afrontar los riesgos y desafíos. 	<p>El emprendedor en su perfil debe tener la capacidad de saber asumir una dirección en el accionar de sus actividades y conducir sus esfuerzos hacia el cumplimiento de un objetivo exitoso.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Toman decisiones de forma practica ✓ Analizan las ventajas y desventajas ✓ Buscan opiniones de expertos ✓ Toman decisiones importantes en equipo.
FLEXIBILIDAD	CAPACIDAD DE APRENDIZAJE
<p>El emprendedor debe ser flexible, tener la cualidad de adaptación mediante la cual pueda adaptarse de manera eficaz a las situaciones de crisis.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tienen facilidad para relacionarse con personas que piensas de manera diferente ✓ Aceptan las opiniones de los demás ✓ Propone alternativas para afrontar situaciones de cambio. 	<p>El aprendizaje es la capacidad que debe tener el emprendedor para aprovechar las oportunidades académicas o por medio de la experiencia para poder tener una afinidad en el desarrollo de sus actividades.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Están dispuestos a aprender cosas nuevas ✓ Tiene amplia experiencia ✓ Les atraen las ideas novedosas ✓ Crean relaciones entre lo que conoce y lo que aprende.
ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TIEMPO DE TRABAJO	CONFIANZA EN SÍ MISMO
Estar en capacidad de centrar su accionar a la	La confianza en sí mismo, es la acción de

	PERFIL DEL EMPRENDEDOR DE LA CIUDAD DE CÚCUTA	
<p>manera como se deben gestionar y ordenar las actividades en un ambiente laboral.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Planifican y priorizan sus actividades ✓ Asignan actividades según las competencias de los empleados ✓ Cumplen lo planificado 	<p>percibirse a sí mismo alimentando positivamente la capacidad de poder afrontar retos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Confían en sí mismos ✓ Son eficaces ✓ Son capaces de asumir retos ✓ Actúan con tranquilidad antes las diferentes situaciones ✓ Tienen la capacidad de convencimiento 	
AFÁN DE LOGRO		VISIÓN DE EMPRESA
<p>El emprendedor tiene la disposición con relación a la obtención de resultados de manera satisfactoria.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Los motivan sus logros ✓ El triunfo hace parte de su vida ✓ Son exitosos ✓ Se proyectan a seguir alcanzando metas ✓ Se proyectan hacia nuevos horizontes. 	<p>Percepción del emprendedor con relación a la creación de empresa o su experiencia en la contribución a un emprendimiento determinado.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ La diferenciación en sus productos y/o servicios hacen parte de su modelo de negocio. 	
PERCEPCIÓN DEL ENTORNO SOCIAL		VISIÓN FRETE A LA CRISIS
<p>El emprendedor se caracteriza por tener el criterio personal sobre factores externos a su emprendimiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tienen habilidades y capacidades para crear nuevas ideas. 	<p>Tiene apreciación del comportamiento externo que se ha podido evidenciar frente a tiempos críticos, con relación al emprendimiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tienen la capacidad de reinventar e innovar. 	
3. ACCIONES Y PERCEPCIONES FRENTE A LA CRISIS DE CIERRE DE LA FRONTERA COLOMBO-VENEZOLANA		
ESTRATEGIAS IMPLEMENTADAS PARA FORTALECER EL EMPREDIMIENTO DESPUÉS DEL CIERRE	LECCIONES APRENDIDAS A PARTIR DEL CIERRE DE FRONTERA	
<p>Las estrategias más utilizadas por el emprendedor de la ciudad de Cúcuta para fortalecer el emprendimiento y lograr superar la crisis son;</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Aprovechar el mercado Nacional ✓ Utilizar las redes sociales ✓ Buscar nuevos clientes ✓ Presentar productos y servicios caracterizados por ser de calidad ✓ Explorar nuevos mercados ✓ Innovar en los productos o servicios ofrecidos. 	<p>Las lecciones aprendidas por el emprendedor a partir del cierre de la frontera son;</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Explorar Mercados ✓ Invertir en el mercado nacional ✓ Aprender a superarse ✓ Ser perseverante ✓ Innovar en el modelo de negocio. 	

Figura 42. Perfil del emprendedor de la ciudad de Cúcuta

4.3 Determinación del Comportamiento Empresarial de la Ciudad, Conforme a los Resultados Arrojadados en la Caracterización, con lo cual se Establezca la Identificación de las Actividades de Emprendimiento, Propuestas de Valor y Tipologías de Negocios

Luego de conocer las principales características que adoptan los emprendedores de la ciudad, según el instrumento aplicado se pudieron observar resultados referentes al comportamiento empresarial durante el periodo de la crisis de la frontera.

Inicialmente se pudo establecer la afectación que tuvo la muestra objeto de estudio frente a la situación económica generada por el cierre de frontera durante el periodo 2016-2018 en la ciudad de Cúcuta. A Continuación, se muestran resultados con relación a la crisis del cierre fronterizo.



Figura 43. Afectación por crisis fronteriza

Con relación al gráfico anterior se puede establecer que dentro de la muestra estudiada, un total de 26 empresas relacionadas al 17%, no fueron afectadas de manera directa con la crisis ya que muchas de estas empresas trabajaban con entidades nacionales desde un inicio centraron su mercado objetivo a nivel nacional, local y no dependían tanto del dinamismo fronterizo, cabe resaltar que dichas empresas hacían referencias a diferentes económicos sectores en su mayoría del comercio al por mayor y por menor, dentro de las cuales habían empresas dedicadas a la

venta de conectores eléctricos, equipos médicos, comida hospitalaria, carbón, impresiones de fotografía, comidas rápidas, entre otras. Es importante mencionar que 130 empresas referentes al 83% de la muestra si se vieron afectadas y tuvieron que recurrir a buscar estrategias, mientras que otras cerraron sus negocios viéndose afectadas por la crisis y en la actualidad por efectos de la pandemia.

4.3.1 Estrategias para fortalecer el emprendimiento. Luego de estudiar la muestra de las 156 empresas y conociendo que la crisis solo afecto al 83%, se logró evidenciar que 78 emprendimientos relacionados al 60% de la muestra, durante el periodo tomado para el estudio de la crisis demostraron que solo llevaron a cabo una estrategia significativa, entre las cuales se establecieron las siguientes.

Tabla 6. Estrategias adaptadas al emprendimiento por ciertas empresas de manera Individual

ESTRATEGIAS UTILIZADAS DE FORMA INDIVIDUAL POR CIERTAS EMPRESAS PARA FORTALECER EL EMPRENDIMIENTO DESPUES DEL CIERRE DE LA FRONTERA COLOMBO-VENEZOLANA.	
ESTRATEGIA	CANTIDAD DE EMPRESAS
Aprovechar el mercado Nacional	19
Redes Sociales	15
Explorar Nuevos Mercados	7
Buscar Nuevos Clientes	6
Otro tipo de estrategias relacionadas con uso de otras fronteras y apoyarse de compañías exportadoras.	5
Innovación	4
Incorporar Nuevas Marcas	4
Presentar productos y servicios de calidad	3
Buscar Nuevos Proveedores	3
Marketing y Publicidad	2
Reinventar y estructurar productos y procesos	2
Adaptación	2
Estrategias Mediante Ajuste de precios	1
Mejora de la Infraestructura	1
Vender a proveedores que distribuyan a cadenas de almacenes	1
Nunca dejar de trabajar	1
Buscar apoyo de entes gubernamentales y comerciales	1
Buscando créditos para fortalecer el negocio	1
TOTAL	78

De acuerdo con lo anterior se puede evidenciar que los emprendimientos decidieron afrontar la crisis económica, uniendo esfuerzos encaminados a solo una alternativa de cambio entre las que se tomaron con más fuerza la posibilidad de aprovechar de forma más dinámica los recursos que presentaba el mercado nacional y al mismo tiempo implementar las redes sociales como una herramienta dinamizadora que los ayudara a encontrar soluciones de forma más rápida.

Adicionalmente, 52 empresas relacionadas al 40% de la población emprendedora tomada como muestra, apostaron por involucrar una combinación de más de una estrategia, con el objetivo de trabajar de forma más dinámica, afrontando los efectos que se generaban en ese tiempo de crisis fronteriza y de acuerdo con el estudio de la muestra, se obtuvieron los siguientes resultados.

Tabla 7. Estrategias adaptadas al emprendimiento por ciertas empresas de manera mixta

ESTRATEGIAS UTILIZADAS DE FORMA MIXTA POR CIERTAS EMPRESAS PARA FORTALECER EL EMPRENDIMIENTO DURANTE EL CIERRE DE LA FRONTERA COLOMBO-VENEZOLANA.	
ESTRATEGIA	CANTIDAD DE EMPRESAS
Redes Sociales	22
Buscar Nuevos Clientes	16
Innovación	15
Presentar productos y servicios de Calidad	10
Aprovechar el Mercado Nacional	9
Buscar Nuevos Proveedores	9
Precios	6
Explorar Nuevos Mercados	5
Marketing y Publicidad	5
Incorporar Nuevas Marcas	3
Competencia Sana	3
Mejora de la Infraestructura	2
Promociones y Bonos	2
Reinventar y estructurar Productos y procesos	1
Adaptación	1
Estudios	1
Persistencia	1
Marcas Propias	1
Proactividad	1
Capacitaciones	1
Servicio al cliente	1

Gracias a la información suministrada, se pudo observar que en la ciudad las empresas manifestaron adoptar diferentes estrategias con el fin de darle a la crisis un alivio y poder así sobresalir e ir reactivando el comercio de la ciudad fronteriza.

A continuación, se muestra de manera gráfica el uso de las estrategias más representativas que marcaron la diferencia durante cierto periodo.



Figura 44. Estrategias más usadas para afrontar cierre de frontera en Cúcuta

El uso de redes sociales y el interés de los emprendedores en explorar más el mercado nacional fueron las estrategias más representativas para seguir compitiendo en el mercado de la ciudad de Cúcuta, dejando atrás muchas relaciones que se tenían con el mercado venezolano y buscando clientes y proveedores e incluso buscando relaciones con otros mercados en otros países.

4.3.2 Lecciones aprendidas por el cierre de la frontera. La reciente crisis económica vivida en la ciudad de Cúcuta, pese al cierre de la frontera colombo-venezolana, ha producido un impacto negativo en un gran porcentaje de la muestra objeto de estudio y gracias a la investigación, se pudo observar que los emprendedores cucuteños aprendieron a actuar frente a la crisis de la siguiente manera.

El 74% de la población de las 130 empresas afectadas por la crisis, relacionada a un total de 96 empresas aseguraron que durante el desarrollo cierre de la frontera solo aprendieron una lección.

Tabla 8. Lecciones únicas aprendidas por ciertas empresas

LECCIONES UNICAS APRENDIDAS POR PARTE DE LAS EMPRESAS DURANTE EL CIERRE DE LA FRONTERA COLOMBO-VENEZOLANA.	
LECCIONES	CANTIDAD DE EMPRESAS
Invertir en lo Nacional	20
Explorar Mercados	14
Búsqueda de Alternativas diversas	6
Otras	5
Recursos Propios	5
Superación	5
Innovación	4
Perseverancia	4
Adaptación	3
Ayudas a entes	3
No Depender solo de una fuente	2
Fortaleza	2
Resiliencia	2
Clientes Regionales	1
Falta de Oportunidades	1
Capacidad de logro	1
Complejidad	1
Desconfianza	1
Colaboración	1
Autosuficiencia	1
Flexibilidad	1
Incentivar Emprendimiento	1

Se logra evidenciar que, de manera individual las lecciones aprendidas para los emprendedores se dan relacionadas con invertir más en el país colombiano y en explorar el mercado local y nacional dejando de lado el dinamismo que existía relacionado con la frontera del país venezolano.

El 26% de las empresas, afirmaron que pusieron en marcha más de 2 lecciones aprendidas durante el cierre de la frontera, dichas lecciones fueron las siguientes, suministradas por 34 empresas de la muestra.

Tabla 9. Lecciones aprendidas de forma mixta por ciertas empresas

LECCIONES MIXTAS APRENDIDAS POR LAS EMPRESAS DURANTE EL CIERRE DE LA FRONTERA COLOMBO-VENEZOLANA.	
LECCIONES	CANTIDAD DE EMPRESAS
Explorar Mercados	26
Invertir en lo Nacional	22
Superación	12
Perseverancia	9
Innovación	8
Resiliencia	8
Fortaleza	7
Recursos propios	6
Clientes de la región	6
Alternativas	3
Adaptación	3
Autosuficiencia	3
Cultura Empresarial	3
Inconformidad	2
No Contrabando	2
Ayudas de antes	1
Desconfianza	1
Nuevos Proveedores	1
Expansión de Mercados	1
Arriesgar	1
Aprovechar oportunidades	1
Unión	1

La mayor parte de empresas concuerdan en que la lección más valiosa luego del tiempo de periodo de crisis fue explorar nuevos mercados y apoyar con sentido los recursos que ofrece el

mercado del país.

En relación con lo anterior se muestra gráficamente la tendencia de cada una de las lecciones desde la más dicha por los emprendedores hasta la menos involucrada, lo anterior detallado de forma general por parte de la muestra de 130 empresas que se vieron afectadas.

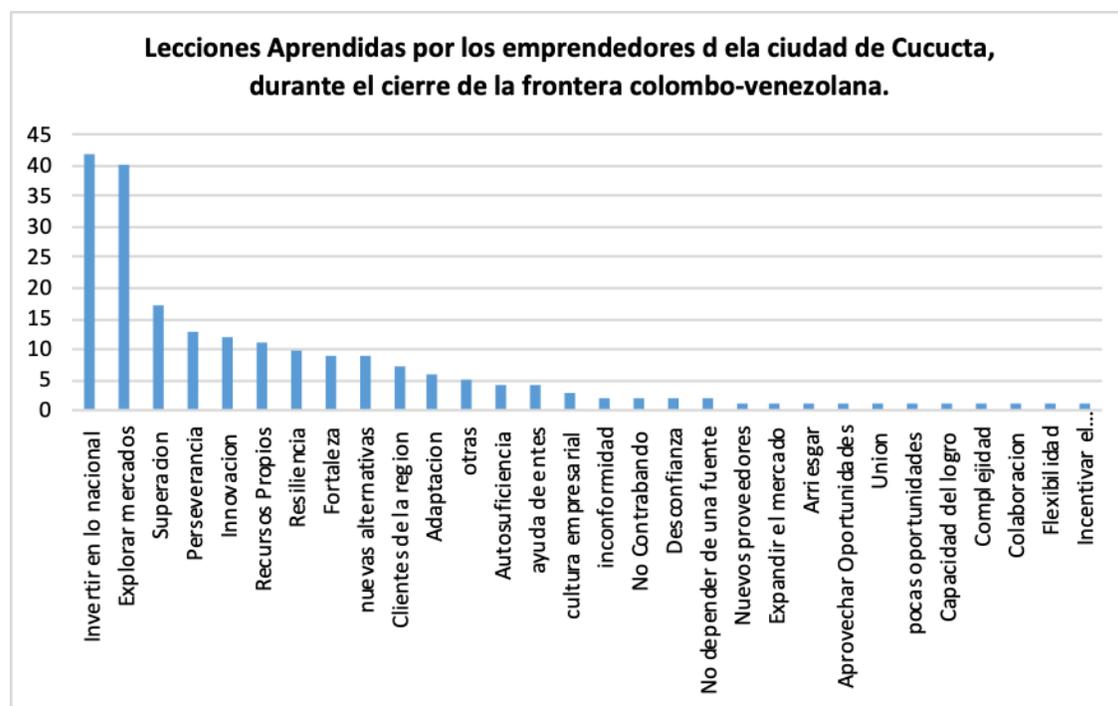


Figura 45. Lecciones aprendidas por los emprendedores de la ciudad de Cúcuta durante el cierre de la frontera

De acuerdo con la figura 45, se pudo establecer que el relación a las lecciones aprendidas por parte de los emprendedores de la ciudad de Cúcuta, estos manifiestan que en su mayoría lo que aprendieron fue a invertir principalmente en el mercado nacional, el cual fue la primera salida que se optó en cierto tiempo crítico de la economía, además manifestaron que es necesario no conformarse y explorar más al interior del país el mercado, sin dejar de mencionar que el pueblo emprendedor de la ciudad, aprendió a superarse, a ser perseverante y a innovar con recursos

propios, ejemplo claro de resiliencia para el país.

4.3.3 Estrategias de comportamiento para el emprendedor de la ciudad de Cúcuta.

Luego de haber realizado un gran trabajo de campo y analizado gran parte de lo que conforma el comportamiento, identificación y caracterización del emprendedor de la ciudad de Cúcuta, se puede deducir que el sujeto que crea emprendimientos en la ciudad de trabajar de acuerdo con el siguiente comportamiento, mediante el cual, logre cumplir sus actividades de emprendimiento, genere propuestas de valor en las diferentes tipologías de negocio que se encuentran en la ciudad. Cabe destacar que la ciudad de Cúcuta en su mayoría y de acuerdo con el estudio de la muestra el 61.5% es de comercio al por mayor y por menor, un 32.1% pertenece a emprendimientos de industria manufacturera y el 6.4% arroja un resultado correspondiente a emprendimientos de alojamiento y servicio de comida durante el periodo crítico.

Dicho comportamiento se puede comprender de acuerdo con las siguientes estrategias que abarquen los emprendedores de la ciudad.

Trabajar bajo situaciones de estrés y de continua presión y conflicto en la ciudad.

Desarrollar relaciones que resulten favorables con terceros con el fin de invertir de manera potencial en su negocio.

Aceptar cada una de las oportunidades que brinde el mercado la cual esté relacionada a productos y servicios.

Fortalecer sus negocios con personas proactivas que resulten ser claves fichas en el desarrollo de sus actividades.

Crear una visión de lo que se desea llegar a ser en determinado tiempo.

Estar en constante investigación y abierto a la capacidad de aprendizaje con el objetivo de formarse para mejorar los productos y crear innovaciones para el comercio y la industria de la ciudad.

Estudiar áreas lugares que a futuro puedan representar crecimiento en sectores específicos.

Planificar el trabajo con el fin de organizar mejor las actividades y actuar de manera eficiente en el desarrollo.

Estar dispuesto a tolerar diferentes cambios que puedan afectar el rendimiento de las condiciones del emprendimiento.

Estar en constante búsqueda de las necesidades de la sociedad y crear empresa de acuerdo con estas.

Mantener un ambiente laboral que permita a las personas sentirse activas y con participación para que se cree sentido de pertenencia.

Crear asociaciones que ayuden a los diferentes gremios a tomar decisiones macro en tiempos difíciles y a la vez crear contactos o alianzas.

Saber gestionar los recursos tanto comerciales y financieros dispuestos con el fin de mantener activa la empresa.

5. Conclusiones

En el trabajo de campo realizado, que tuvo como finalidad recolectar información relacionada con el perfil del emprendedor de la ciudad de Cúcuta en tiempo de crisis permitió conocer como invierte más en comercio que en servicio de alojamiento y comida, según el estudio realizado, resaltando que el 61,5% de la población encuestada pertenece al comercio al por mayor y por menor es un gran sector que ayuda a dinamizar la economía en tiempo de crisis, la cual aún enfrenta.

Los resultados permitieron observar que el 82,7% de las empresas creadas en tiempos de crisis son microempresas, las cuales tienen delimitada su plantilla de trabajadores con un máximo de 10 participantes involucrados en sus actividades, dejando la evidencia que las empresas grandes representa un número reducido, y con más dificultad para incursionar en emprendimientos de gran envergadura y tamaño en la ciudad.

La caracterización del perfil emprendedor y de los emprendimientos de la ciudad permitió identificar que el 25% de las innovaciones en productos están relacionados a las prendas de vestir como lo son el calzado y la ropa, destacando la minería de carbón como uno de los actores más grandes del sector de industria manufacturera.

El estudio permite identificar que el 52,6% de los emprendimientos se destacan por enfocarse en la calidad como una de las principales características distintiva, el cual mediante organizaciones departamentalizadas en su mayoría busca direccionar sus esfuerzos hacia la creación de un producto específico.

De acuerdo con las características del perfil emprendedor, la ciudad tiene personas proactivas, con iniciativa para realizar proyectos los cuales perciben muy bien las oportunidades y el ambiente comercial para llevar o no llevar a cabo diferentes ideas o emprendimientos, además, son personas con alta calificación en cuanto a su capacidad de asumir riesgos ya que aun en crisis supieron mantenerse mediante estrategias que los ayudaron a perseverar y muy pocos cerraron sus negocios porque se vieron golpeados tanto por la crisis y la actual pandemia.

Es evidente que para el 52% de los emprendedores es difícil lograr crecimiento empresarial en la ciudad, pero no dejan de lado la iniciativa de crear empresa y lograr la generación de ingresos e ir dinamizando el comercio, la industria y demás sectores de la ciudad.

El emprendedor de la ciudad es un participante activo y proactivo que sabe llevar a cabo planes y estrategias que le permitan estudiar de forma profunda ideas con el fin de aprovechar los recursos y llevar a cabo ideas que sean beneficiosas encaminadas a cumplir con las necesidades de las personas cucuteñas.

6. Recomendaciones

Es importante que la ciudad pueda contar con un estudio en el cual se sintetice de manera macro sobre el comportamiento de la ciudad en relación con la actuación de distintos emprendimientos relacionados con el comercio, la industria manufacturera y el servicio de alojamiento y comida, con el fin de ser usados por entidades e instituciones para llevar a cabo estrategias y acciones que actúen ante tiempos de crisis y en situaciones como las vividas por los diferentes sectores económicos frente al cierre de la frontera colombo-venezolana.

Para el desarrollo de futuras investigaciones que los instrumentos para recolectar información sean evaluados y aprobados por expertos, los cuales resulten ser aplicativos que conecten con el encuestado y estén conformados con información necesaria y relevante para su posterior análisis, apoyándose de herramientas tecnológicas para la distribución y aplicación durante el trabajo de campo.

Sensibilizar los diferentes sectores económicos de la ciudad sobre el desarrollo de los proyectos académicos y lograr una mejor disposición a la hora de ser visitados para realizar el trabajo de campo y facilitar la recolección de información con fines académicos, pues de cierta forma ayudan a incentivar el desarrollo de la investigación por parte de las universidades de la región, los cuales aportan enriquecimiento en el desarrollo económicos de las regiones.

Para la ciudad, es imprescindible que exista por parte de los emprendedores la capacidad de ir más allá de crear solo microempresas y establecimientos dirigidos al comercio, es recomendable que los empresarios cucuteños visualicen la ciudad como un ente más industrial y creen estrategias que encaminen a la ciudad por ese campo.

Es necesario que la Cámara de Comercio como una entidad pública, lleve un registro mercantil de las empresas un poco más actualizado, ya que al ser una herramienta clave para la alimentación de información para el desarrollo de diferentes estudios, facilite dicho proceso y no se vea atrasado el trabajo de campo a realizar por parte de los analistas, auxiliares de investigación o personas interesadas en el tratamiento de información empresarial con fines académicos

Es muy importante que los emprendedores identifiquen muy bien el perfil emprendedor para que a la hora de crear negocios sepan los pro y contras a los que se pueden enfrentar de igual forma estén conscientes de la forma como es el dinamismo económico en la ciudad y puedan sacar de manera exitosa sus ideas.

Los emprendedores asuman estrategias y analicen muy bien las lecciones que han aprendido para seguir creciendo comercial y económicamente en la ciudad, generando más brechas de empleo y oportunidades para una ciudad que, aunque ha sido golpeada muy fuerte por una crisis económica, sea resiliente y dinámica en el resurgir de una nueva ciudad que cree en la gente que la conforma y en las oportunidades e ideas que la construyen. Así mismo la continuidad del desarrollo de proyectos encaminados a fortalecer los diferentes sectores económicos de la ciudad a través de estrategias e identificación de iniciativas que contribuyan en el crecimiento empresarial y económico de las ciudades y lugares objeto de estudio.

Referencias Bibliográficas

- Alarcón, L. & Andrade, J. (2020). *El emprendimiento en Colombia y sus dificultades: Un análisis desde la percepción*. Trabajo de grado. Universidad el Bosque. Bogota, Colombia.
- Alcaldía de Cúcuta. (2020). *Generalidades de la ciudad*. Cúcuta: Alcaldía de Cúcuta
- BBVA. (2017). *33 motivos para innovar*. Recuperado de: <https://www.bbva.com/es/33-motivos-innovar/>
- Bóveda, J., Oviedo, A. & Yakusik. A., (s.f). *Incubadora de empresas*. Recuperado de: https://www.jica.go.jp/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info_11_02.pdf
- Castillo, M. (2016) *Propuesta de valor*. Recuperado de: <http://polux.unipiloto.edu.co:8080/00003154.pdf>
- Castillo, P. (2011). *Política económica: crecimiento económico, desarrollo económico, desarrollo sostenible*. Revista Internacional del Mundo Económico y del Derecho, 3(1), 1-12. Recuperado de: <http://www.revistainternacionaldelmundoeconomicoydelderecho.net/wp-content/uploads/RIMED-Pol%C3%ADtica-econ%C3%B3mica.pdf>
- Coronel, D. & Paternine, P. (2012). *Estudio de la caracterización y del perfil emprendedor de los empresarios de Ocaña*. Trabajo de grado. Universidad Francisco de Paula Santander. Cúcuta, Colombia.
- De la Hoz, B. (2019). *Emprendimiento y desarrollo humano: Un análisis internacional desde el enfoque de capacidades humanas*. Tesis doctoral. Universidad de Granada. Bogota,

Colombia.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2018). *Población de la ciudad Cúcuta*:

DANE.

García, A. & García, M. (2008). Reconocimiento de la oportunidad y emprendeduría de base tecnológica: un modelo dinámico. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 14(2), 109-125. Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/pdf/2741/274120248006.pdf>

García, P. (2018). *Análisis del emprendimiento: Ecosistemas, orientación al mercado y supervivencia*. Tesis doctoral. Universidad de Zaragoza. Zaragoza, España.

Heredia, D. (2018). *Estado del arte de la educación para el emprendimiento en Latinoamérica*.

Tesis de maestría. Universidad Santo Tomás. Cúcuta, Colombia.

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (1995). *Metodología de la investigación*. México:

McGraw-Hill

Jordán, J. (s.f.). La innovación: una revisión teórica desde la perspectiva de marketing.

Perspectivas, 27(2), 47-71. Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941231004.pdf>

Martínez, C. (2014) *Investigación descriptiva: Tipos y características*. Recuperado de:

https://scholar.google.com/citations?user=_xnMCuoAAAAJ&hl=es

Mendoza, M., Peña, J. & Sandoval, H. (2018). Propuesta de un sistema de gestión de la

innovación y emprendimiento para el fomento de la integración y el trabajo en redes que

impulsen el desarrollo tecnológico en Cúcuta y Norte de Santander. *Revista Interfaces*, 4(2), 1-15. Recuperado de:

<https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/interfaces/article/view/3677/3071>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2021). *Perfiles económicos departamentales*.

Recuperado de: [https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=343b884d-95de-4e64-8f0f-](https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=343b884d-95de-4e64-8f0f-f76334a7dd74#:~:text=Durante%20el%20trimestre%20m%C3%B3vil%20mayo,promedio%20en%20las%2023%20ciudades.)

[f76334a7dd74#:~:text=Durante%20el%20trimestre%20m%C3%B3vil%20mayo,promedio%20en%20las%2023%20ciudades.](https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=343b884d-95de-4e64-8f0f-f76334a7dd74#:~:text=Durante%20el%20trimestre%20m%C3%B3vil%20mayo,promedio%20en%20las%2023%20ciudades.)

Posso, R. (2010). Conceptos y principios de economía y metodologías utilizadas. *Revista Economía*, 3(4), 1-15.

Prado, V., Contreras, A. & Montañez, S. (2018). Emprendimiento, competitividad e innovación factores clave para impulsar el desarrollo de Cúcuta. *Revista de Ciencias Sociales*, 14(2), 1-15. Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/tla/v13n47/2594-0716-tla-13-47-300.pdf>

Ramírez, H., (2019). Sobre el significado de crisis económica, recesión, depresión y contracción. *Revista Contribuciones a la Economía*, 4(2), 1-16. Recuperado de:

<https://www.hacienda.go.cr/Sidovih/uploads/Archivos/Articulo/significado-crisis-economica.pdf>

Schnarch, A. (2014). *Emprendimiento exitoso: cómo mejorar su proceso y gestión*. Recuperado de:

<https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=X8O4DQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=libros+sobre+emprendimiento+&ots=qUOxaTn1qL&sig=0sUOh3fSkeJnhBAmwxeeIJtB0>

Ig&redir_esc=y#v=onepage&q=libros%20sobre%20emprendimiento&f=true

Tamayo, M. (1967). *Módulo 2. La investigación*. Recuperado de:

<https://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/19.pdf>

Timmons, J. (1989). *“The Entrepreneurial Mind”*; y profesor de enfoque empresarial de Babson College y de la Escuela de Negocios de Harvard. Recuperado de:

<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:mtcIkLqS7sMJ:https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5599803.pdf+&cd=3&hl=es&ct=clnk&gl=co>

Toro, N. (2009). *¿Cómo la formación empresarial impartida por la Pontificia Universidad*

Javeriana, sede Bogotá D.C., ha contribuido al desarrollo de las competencias empresariales de los estudiantes de últimos semestres de administración de empresas? Tesis doctoral.

Pontificia Universidad Javeriana. Bogota, Colombia.

Anexos

Anexo 1. Instrumento de recolección

ENCUESTA PARA EMPRENDEDORES DE LA CIUDAD DE CÚCUTA

Sr(a) Empresario(a):

Con motivo de desarrollar un estudio de investigación acerca del emprendimiento en tiempo de crisis en la ciudad de Cúcuta, se solicita y agradece su colaboración con el diligenciamiento de la siguiente encuesta.

OBJETIVO: Recopilar información del emprendimiento en tiempo de crisis en la ciudad de Cúcuta por el cierre de la frontera Colombo – Venezolana en el periodo 2016-2018.

INFORMACIÓN GENERAL:

NOMBRE Y APELLIDOS:

EMPRESA:

SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE:

CORREO ELECTRÓNICO:

I. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDIMIENTO

1. Describa los principales productos o servicios que ofrece:

2. La comercialización de mis productos se orienta hacia el mercado:

a. Local: ____ b. Regional: ____ c. Nacional: ____ e. Internacional: ____

3. El número de empleados vinculados a la empresa está comprendido entre:

a. Menos de 10 empleados ____ b. Entre 11 a 20 empleados ____ c. Entre 21 a 40 empleados ____
d. Más de 40 empleados ____

4. El tipo de estructura organizacional es:

a. Departamentalizada: ____ b. Por producto: ____ c. Por mercado: ____
d. Matricial: ____ e. Otra: ____

5. El número de personas que forman parte de las decisiones emprendedoras de la organización:

a. Solo el representante Legal: ____ b. Entre 2 a 3: ____ c. Entre 4 y 5 ____
d. Más de 6 personas ____

6. La empresa posee capacidades distintivas enfocadas a:

a. Altos niveles de eficiencia: ____ b. Calidad: ____ c. Innovación: ____

d. Respuesta a los clientes: ____ e. Ninguna: ____ f. Otra: ____ ¿Cuál?: _____

7. La tecnología con la que cuenta la empresa se caracteriza por ser:

a. Nueva: ____ b. Usada: ____ c. Ambos: ____

8. Los mecanismos de control de la tecnología existente es:

a. Manual: ____ b. Mecánico: ____ c. Electrónico: ____

d. Mecánico y electrónico: ____ e. Otras combinaciones: ____

9. El tiempo transcurrido desde la compra del último software, para el mejoramiento o desarrollo en productos o procesos es:

10. Menos de dos años: ____ b. Tres a cuatro años: ____ c. No se compró: _____

11. Las innovaciones realizadas en los productos se han caracterizado por ser:

a. Incrementales: ____ b. Imitativa: ____ c. Radical: ____ d. No se ha realizado: _____

12. Las innovaciones realizadas en los procesos se han caracterizado por ser:

a. Incrementales: ____ b. Radical: ____ d. No se ha realizado: ____

13. Señale el número de productos nuevos o mejorados que la empresa ha introducido al mercado en los últimos 3 años:

a. Ninguno: ____ b. 1 a 2 productos: ____ c. Entre 3 a 4 productos: ____ d. Más de 4 productos: ____

14. Indique el lapso de tiempo transcurrido desde la última capacitación o entrenamiento recibida por el personal en temáticas de nuevas prácticas de diseño y procesamiento de productos:

a. Menos de 1 año: ____ b. Entre 1 a 2 años: ____ c. Entre 3 a 4 años: ____ e. No ha realizado capacitación: ____

15. La inversión realizada para llevar a cabo el emprendimiento en los últimos tres años está entre:

a. Entre 100 a 150 millones: ____ b. Entre 151 a 300 millones: ____ c. Entre 301 a 600 millones: ____

d. Entre 600 a 1000 millones: ____ e. Más de 1000 millones: _____

16. Respecto al financiamiento inicial de su emprendimiento, ¿Con qué fondos creó su empresa?:

a. Ahorros personales o reinversiones: ____ b. Fondos públicos: ____

- c. Inversionistas individuales Fondos Privados: _____ d. Capitales ángeles Fondos Privados: _____
 e. Capital de riesgo Préstamos bancarios: _____ f. Otro: _____ ¿Cuál? _____

17. Califique con un **X**, los siguientes aspectos financieros de la empresa:

	Alto	Medio	Bajo
Capital de trabajo inicial de la empresa (Aportes con los que se fundó la empresa)			
Nivel de liquidez actual (capacidad para generar fondos suficientes para el pago de sus obligaciones a corto plazo) Índice de Solvencia: Activos Circulantes/Pasivos Circulantes			
Nivel de endeudamiento (El uso de la deuda frente a recursos propios) Endeudamiento a corto plazo: pasivo circulante / Activos Totales			
Nivel de Actividad (Capacidad de controlar inversiones en activos) Rotación de Inventarios: Venta/ Inv. Producto Terminado			
Nivel de rentabilidad (Grado de generación de utilidades) Tasa retorno inversión= Utilidad Neta / Activo Total			

18. Indique con una **X** el impacto regional observado a partir del emprendimiento que se ha realizado:

Impacto en	Tipo de efecto	Grado de incidencia		
		No detectado	Poco Claro	Claro
Capital político	Liderazgo, reconocimiento y prestigio			
Capital humano	Formación del capital humano			
	Conocimiento sobre emprendimiento			
Capital económico	Inversiones			
	Ingresos			
	Rentabilidad			
Capital social	Redes de contacto			
	Asociatividad			
	Compromiso social			
	Preservación del medio ambiente			

II. PERFIL DEL EMPRENDEDOR**1. INICIATIVA**

No.	PREGUNTA	1	2	3	4	5
1	Tengo metas y propósitos claros					
2	Me gusta investigar					
3	Soy proactivo y con iniciativa propia					
4	Soy responsable del éxito o fracaso de mis decisiones					
5	Tengo iniciativa en lo que hago y no espero órdenes sobre lo que debo hacer.					
6	Planteo alternativas para alcanzar mis metas					
7	Soy sistemático y organizado en las actividades que realizo					

2. FORTALEZA ANTE LAS DIFICULTADES

No.	PREGUNTA	1	2	3	4	5
1	Los obstáculos que se presentan me animan a seguir adelante					
2	Considero que los fracasos son oportunidades para mejorar					
3	Soy entusiasta al desarrollar mis actividades					
4	Puedo corregir con facilidad mis errores					
5	Superé con facilidad los obstáculos que se me presentan					
6	Me desanimo ante las tareas difíciles					
7	Ante la crisis me cuesta salir adelante					

3. CAPACIDAD DE ASUMIR LOS RIESGOS

No.	PREGUNTA	1	2	3	4	5
1	Afronto los riesgos y desafíos que se me presentan					
2	Únicamente llevo a cabo una idea si existe probabilidad de éxito					
3	Siento temor a equivocarme					
4	Los riesgos no me asustan si puedo controlarlos					
5	Identifico los riesgos antes de iniciar una actividad o proyecto					
6	Evito ejecutar proyectos o actividades que generen riesgos					
7	Busco alternativas para afrontar riesgos y desafíos del mercado					

4. CAPACIDAD DE TOMA DE DECISIONES

No.	PREGUNTA	1	2	3	4	5
1	Tomo decisiones de forma práctica y con rapidez					
2	Me gusta tomar decisiones y asumo sus consecuencias					
3	Antes de tomar una decisión analizo las ventajas y desventajas que se pueden generar					
4	Tomo decisiones importantes con seguridad					
5	Resuelvo los problemas o dificultades inmediatamente					
6	Busco la opinión de expertos ante decisiones difíciles					
7	Las decisiones importantes se toman en equipo					

5. FLEXIBILIDAD

No.	PREGUNTA	1	2	3	4	5
1	Puedo soportar situaciones de incertidumbre					
2	Me adapto fácilmente a las situaciones de cambio					
3	Tengo facilidad para relacionarme con personas que tienen diferentes formas de pensar a la mía					
4	Discuto mis opiniones con otras personas					
5	Acepto las opiniones de los demás, pues entiendo que todos tenemos una percepción diferente de las situaciones					
6	Admito y asumo mis errores					
7	Propongo alternativas para afrontar situaciones de cambio					

6. CAPACIDAD DE APRENDIZAJE

No.	PREGUNTA	1	2	3	4	5
1	Estoy dispuesto a aprender cosas nuevas					
2	Aprovecho las oportunidades de aprendizaje que se presentan					
3	Mi conocimiento se basa en la experiencia					
4	Las ideas novedosas me atraen y profundizo en ellas					
5	Creo una relación entre lo que aprendo y lo que ya conozco					
6	Me gusta escuchar a los demás, porque de ellos puedo aprender cosas diferentes					
7	La capacitación constante en una inversión y por eso la aplico en mi empresa					

7. ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TIEMPO DE TRABAJO

No.	PREGUNTA	1	2	3	4	5
1	Priorizo mis actividades o tareas en orden de importancia					
2	Planifico mis actividades o tareas antes de realizarlas					
3	Me resulta fácil encontrar lo que busco					
4	Asigno actividades o tareas según las competencias de los empleados					
5	Doy más importancia al resultado que a la forma en que se realiza el trabajo					
6	Si tengo un plan de trabajo lo cumplo					
7	Las situaciones externas hacen que cambie constantemente la planificación de mi trabajo					

8. CONFIANZA EN SÍ MISMO

No.	PREGUNTA	1	2	3	4	5
1	Tengo confianza en mí mismo para afrontar cualquier situación					
2	Me considero una persona eficaz					
3	Soy capaz de asumir retos y desafíos					
4	Actúo con tranquilidad ante las situaciones de cambio o riesgo					
5	Puedo convencer de fácilmente a los demás acerca de mis ideas					
6	Demuestro con resultados que mis proyectos son viables					
7	Siento temor ante las situaciones de cambio					

9. AFÁN DE LOGRO

No.	PREGUNTA	1	2	3	4	5
1	Me motiva alcanzar los objetivos y metas propuesta					
2	Triunfar hace parte de mi vida					
3	Busco razones para conseguir mis propósitos					
4	Tengo metas son claras					
5	Tengo éxito en lo que me propongo					
6	Cuando alcanzo una meta, me proyecto para alcanzar una más grande					
7	Me gusta proyectarme hacia nuevos horizontes					

10. VISIÓN DE EMPRESA

No.	PREGUNTA	1	2	3	4	5
1	Me gusta ser mi propio jefe					
2	Siempre proyecté tener mi propia empresa y he trabajado por eso.					
3	La diferenciación de los productos y/o servicios hacen parte de mi modelo de negocio					
4	Soy perseverante en el logro de mis objetivos					
5	Mi familia tiene experiencia en la creación de empresas					
6	Ante la crisis tuve que reinventar y/o innovar en mi negocio					
7	Busco inversionistas para crecer en el mercado					

11. PERCEPCIÓN DEL ENTORNO SOCIAL Y EL PROCESO EMPRENDEDOR

No.	PREGUNTA	1	2	3	4	5
1	He podido percibir nuevas oportunidades de negocio en el último año					
2	Considero que tengo las habilidades y capacidades para crear nuevas ideas de negocio					
3	El miedo al fracaso es un obstáculo para crear empresa					
4	En el contexto de mi ciudad se puede emprender					
5	Considero que poner en marcha un negocio es buena opción					
6	Mis ingresos mejoraron desde que decidí emprender					
7	Los empresarios exitosos tienen reconocimiento y prestigio					

12. VISIÓN FRENTE A LA CRISIS

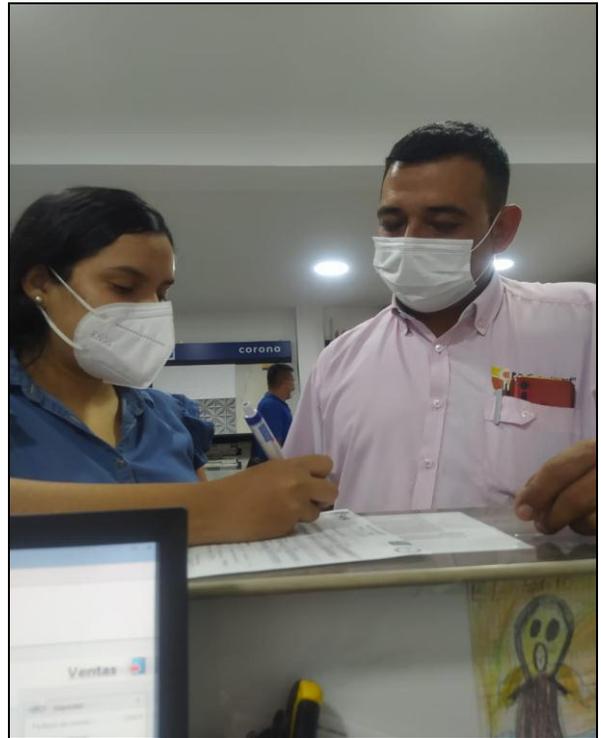
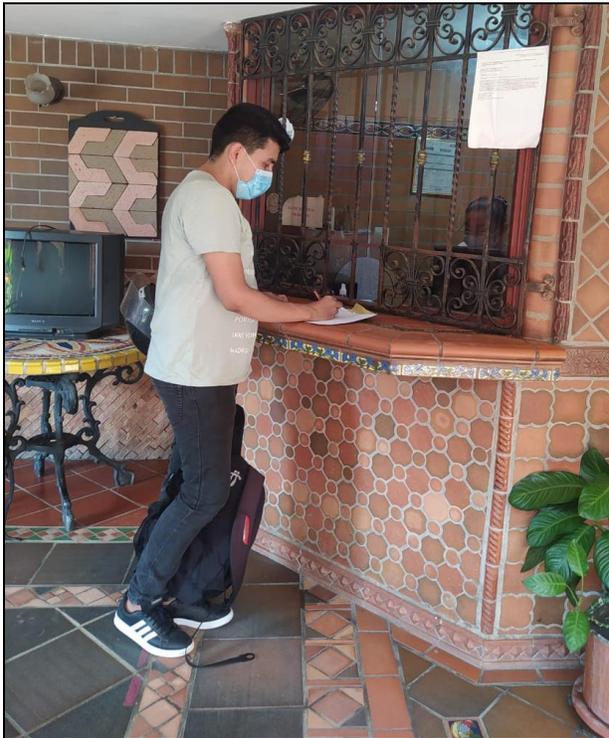
No.	PREGUNTA	1	2	3	4	5
1	En el contexto de mi ciudad se puede mantener y crecer empresarialmente					
2	La crisis fronteriza bajó mis ingresos					
3	Debido a los cambios perdi clientes y tuve que abrirme a nuevos mercados					
4	Se presentan nuevas oportunidades para reinventar o innovar en mi empresa					
5	Ante la crisis se tomaron decisiones de recorte de personal					
6	El gobierno apoya al empresario en tiempos de crisis					
7	La migración ha incrementado la competencia con empresas no formales en el sector económico al que pertenezco					

3. ¿Qué estrategias ha implementado para fortalecer su emprendimiento después del cierre de frontera colombo-venezolana? _____

4. ¿Qué lecciones aprendidas le ha dejado el cierre de frontera colombo-venezolana en materia de emprendimiento?

Agradecemos su colaboración y el tiempo dispuesto para la realización de esta encuesta.

Anexo 2. Evidencia fotográfica de la aplicación del instrumento





APLICACIÓN DE ENCUESTA - EMPRENDEDOR Recibidos x

Diana Marcela González <dianamarcelagv@ufps.edu.co>
 para bcc: lingarciam04, bcc: cayejojeans, bcc: milanoinnovacion, bcc: 3flowerssas, bcc: xavijeans, bcc: rosasrolando, bcc: madeycarp2018, bcc: hermangarciapaz, bcc: viosubproduc

EMPRENDEDOR,

Como estudiantes del programa de Ingeniería Industrial de la Universidad Francisco de Paula Santander, caracterizar el **perfil emprendedor** en la ciudad de **Cúcuta** en el periodo 2016-2018. Por tal razón, solicitamos a través del medio digital a través del formulario de Google que se encuentra en el link: <https://forms.gle/ao18G6SKty>

(En caso de ser por medio físico, solicitamos respetuosamente que por parte del encuestado se agende una cita)

Esta encuesta deberá ser diligenciada por uno de los emprendedores o en su defecto por un representante de la empresa.

La información suministrada, será administrada de manera confidencial y solo se presentarán resultados estadísticos.

Información de contacto de los estudiantes responsables de aplicar la encuesta:

Diana Marcela González Vilamizar - dianamarcelagv@ufps.edu.co - 3158811338
 David Alexander Solís Camacho - davidalexandersc@ufps.edu.co - 3144341741

...
 Diana Marcela González

de: **Diana Marcela González** <dianamarcelagv@ufps.edu.co>
 para: lingarciam04@gmail.com, cayejojeans@hotmail.com, milanoinnovacion@hotmail.com, 3flowerssas@gmail.com, xavijeans@outlook.cl, rosasrolando@hotmail.com, madeycarp2018@hotmail.com, hermangarciapaz@gmail.com, viosubproductoszomac@gmail.com, atruparts@gmail.com, jairoortizjo47@gmail.com, rodolfo.cardenasgranados@gmail.com, contabilidaddmultinegocios2020@gmail.com, gerencia@distrifajul.com, contabilidad1@carbonor.com.co

VICTOR HUGO RODRIGUEZ PEREZ mié,
 para mí

Cordial saludo.
 Agradezco su comunicación.
 Lamentablemente nos vimos en la necesidad de cerrar nuestra empresa por insostenibilidad financiera a raíz de la pandemia.

Atentamente:
VÍCTOR HUGO RODRÍGUEZ PEREZ
 Gerente Administrativo

Get [Outlook para Android](#)

- ☆ Para: bcc: ... 2 Recibidos APLICACIÓN DE ENCUESTA - EMPRENDEDOR - EMPRENDEDOR, Como estudiantes del programa de Ingeniería Industrial de I...
 CARTA-present...
- ☆ Para: bcc: ... APLICACIÓN DE ENCUESTA - EMPRENDEDOR - EMPRENDEDOR, Como estudiantes del programa de Ingeniería Industrial de I...
 CARTA-present...
- ☆ Para: joga_24_02 ... 2 Recibidos APLICACIÓN DE ENCUESTA - EMPRENDEDOR - EMPRENDEDOR, Como estudiantes del programa de Ingeniería Industrial de I...
 CARTA-present...
- ☆ Para: bcc: ... APLICACIÓN DE ENCUESTA - EMPRENDEDOR - EMPRENDEDOR, Como estudiantes del programa de Ingeniería Industrial de I...
 CARTA-present...
- ☆ Para: bcc: ... APLICACIÓN DE ENCUESTA - EMPRENDEDOR - EMPRENDEDOR, Como estudiantes del programa de Ingeniería Industrial de I...
 CARTA-present...
- ☆ Para: bcc: etarazona96 ... APLICACIÓN DE ENCUESTA - EMPRENDEDOR - EMPRENDEDOR, Como estudiantes del programa de Ingeniería Industrial de I...
 CARTA-present...
- ☆ Para: bcc: ... 2 Recibidos APLICACIÓN DE ENCUESTA - EMPRENDEDOR - EMPRENDEDOR, Como estudiantes del programa de Ingeniería Industrial de I...
 CARTA-present...

De chevrocentro@hotmail.com CENTRO AUTOMOTRIZ CHEVROCENTRO y ·
 Para davidalexandersc@ufps.edu.co DAVID ALEXANDER SOLIS CAMACHO y ·
 Fecha 10 sept. 2021 10:35
 Cifrado estándar (TLS).
[Ver detalles de seguridad](#)

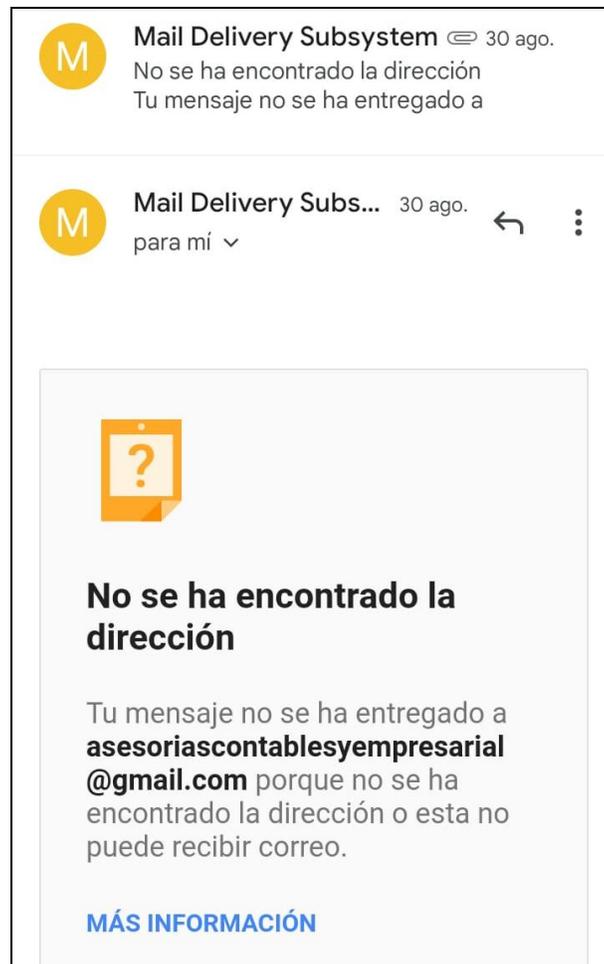
Cordial saludo,

Queremos informarle que nosotros no aplicamos para dicha encuesta.

Quedamos atentos a cualquier inquietud.

Por favor confirmar recibido.

Anexo 3. Evidencia fotográfica - correos no existentes






L&J INGENIEROS S.A.S
SERVICIOS DE AIRES ACONDICIONADOS
LOGISTICA DE CARGA

CALLE 17N # 5-97
INTERIOR 28 ZONA INDUSTRIAL


DISTRIMIN S.A.S.
INSUMOS MINEROS

CALLE 17N # 5-97
INTERIOR 28 ZONA INDUSTRIAL